
Economía del Comportamiento

Implicaciones para la economía de mercados al detalle

ACE- España

10 Noviembre 2009

Competencia y Consumidores

- La política de competencia controla el comportamiento (y la creación) de empresas dominantes para que no abusen de su poder impidiendo la entrada o la actuación de rivales en el mercado.
 - Si hay rivalidad entre proveedores en el mercado, el resultado del mercado es óptimo para consumidores
-

Política de consumidores tradicional

- La Política de Consumidores elimina los impedimentos al ejercicio de un proceso de decisión optima
 - Costes de búsqueda
 - Información falsa o desleal
 - Información sobre categoría de productos (tabaco, contenidos en grasa)
 - Terminos de contratos desleales (hold-ups, cláusulas de letra pequeña, inflexibilidad)
-

Que nos dice la economía del comportamiento?

- Las preferencias no son completas, transitivas o continuas marco, impulso/emociones
 - Los individuos no predicen bien (optimistas, influidos por eventos recientes , inconsistencia temporal
 - Los individuos no son calculadores (prima el razonamiento intuitivo – más eficiente para casi todo)
 - Los individuos tienen sesgos arraigados (efecto de dotación, aversión a perder, preferencia por lo conocido, confianza en expertos, sentido de la justicia y reciprocidad)
-

Consecuencias para la teoría de la demanda

- Los individuos no tienen preferencias pre-establecidas, ordenadas y completas que son reveladas por lo que elijen
 - Las preferencias pueden ser endógenas al entorno, al momento, al estado del individuo
 - Se rompe la equivalencia entre la demanda observada del individuo y un mapa supuesto de preferencias ordenadas pre-existentes
 - Los cálculos de bienestar de consumidor basados en la curva de demanda observada se deben de hacer con cuidado (ex: contratación de datos por móvil ligados al i-phone)
-

Consecuencia sobre la política de competencia

- Las empresas no necesariamente compiten por méritos
- Las empresas intentan ´manipular´ el proceso de decisión o aprovechar sus fallos
 - precios complejos, precios convexos, precios en goteo, paquetes, publi-información, contingencias costosas
- Cuál es el efecto para el consumidor? Dan lugar a beneficios supra-competitivos? Si son ineficientes, son resueltas por la competencia?
- Evidencia no está clara:
 - empresas reaccionan a la competencia introduciendo complejidad (fricciones). (Spiegler 2006)
 - Empresas adoptan colectivamente precios secuenciales que permiten precios más altos (Ellison 2004, Laibson and Gabaix 2006)

Implicaciones para Política de Consumidores

- La legislación europea sobre prácticas comerciales desleales
 - Se prohíben prácticas que causen una distorsión en el proceso de decisión del consumidor y que sea contrarias a un comportamiento diligente.
 - Hasta ahora se aplica a actos de omisión y engaño.
 - Pero que es una 'distorsión' del proceso de decisión?
 - Qué es una práctica desleal?
 - Nos deben preocupar los precios excesivos? Ex: roaming, protección contra balances negativos.
 - Nos debe preocupar la equidad?
 - Discriminación por capacidad cognitiva
 - Discriminación por comportamientos o circunstancias que el usuario no puede controlar o del que el usuario no es consciente (ex: cargas bancarias, tipos de interés)
-

Gracias!
