

# Asimetría de información

*Rodrigo Rodríguez Guerrero*<sup>1</sup>

## **Introducción**

En el presente escrito reviso los aportes que hace la economía de la información, para la explicación de fallos del mercado ante un problema de información asimétrica. Para desarrollar el texto, parto de la revisión de las propuestas teóricas de George Akerlof, Michael Spence y Joseph Stiglitz, mostrando algunos de sus análisis en la búsqueda de aminorar la presencia de asimetría de información, selección adversa y riesgo moral. Las teorías revisadas son aplicadas para explicar la información asimétrica en el mercado de productos libres de agroquímicos.

Expongo como la economía neoclásica se ha valido de modelos para explicar el funcionamiento de los mercados bajo condiciones muy específicas, convirtiendo dichos modelos en parámetros explicativos generalizados. Aun cuando los modelos son acertados en la generalidad, en los ámbitos particulares no siempre lo son. Cuando no se corresponden dichos modelos teóricos a las variaciones empíricas, debido a que el mecanismo de mercado sin regular no funciona adecuadamente, y con ello se da lugar a una distribución ineficiente de recursos, se dice que se ha presentado un fallo del mercado.

Los fallos del mercado tienen varios orígenes, en el documento expongo los provocados por la posesión inequitativa de información entre agentes económicos. La economía de la información, muestra a través de su explicación de asimetría de información, efectos perversos o en detrimento de los agentes económicos y de los mercados en sí.

Para hacer frente a la asimetría de información se han generado mecanismos que transmiten señales de la calidad de los productos y bienes intercambiados, con lo que se busca disminuir tal asimetría. Los fallos del mercado han servido

---

<sup>1</sup> Estudiante del Doctorando en Ciencias Sociales, Universidad de Guadalajara.

como justificante para la intervención del Estado, del cual se espera que procure una distribución más eficiente de recursos.

Puesto que la información asimétrica afecta las decisiones de compra y las conductas de los agentes involucrado en una transacción, se pueden generar situaciones de riesgo moral o de selección adversa. Si bien estas situaciones y consecuencias se extienden a varios mercados, en el texto centro la atención en el mercado de productos libres de agroquímicos, por sus implicaciones, que van desde la incursión de agentes en dichos mercados, hasta los mecanismos que procuran la distribución más equitativa de información y por lo tanto mercados con mayor eficiencia.

En dichos mercados se detectan al menos dos respuestas ante la asimetría de información: la primera es el uso de sellos y certificaciones, lo que requiere de infraestructura institucional, mientras la segunda se refiere a prácticas sociales que buscan prescindir de las estructuras rígidas.

Así, se puede observar el concepto de asimetría de información y sus implicaciones en relación con el mercado de alimentos libres de agroquímicos, por vía de la certificación orgánica y de la producción agroecológica.

### **La crítica de la economía de la información a los modelos de mercados perfectos**

La economía como ciencia ha tenido varias definiciones, cada una de ellas, acentúa aspectos particulares dentro del campo de interés. Fundamentalmente, uno de los campos que interesa a la economía es el papel activo de la sociedad y en concreto en la producción, intercambio y uso de bienes y servicios (Begg, Dornbusch y Fernández, 2006); es decir, la toma de decisiones en el uso y distribución de recursos para satisfacer necesidades (Parkin, 2009; Astudillo Moya y Paniagua Ballinas, 2012). En esta toma de decisiones se asume que la información tiene un papel privilegiado para comprender como se comportan las personas ante esas elecciones necesarias.

De tal manera que para intercambiar bienes y servicios, los agentes económicos interactúan en espacios en los cuales obtienen y generan información valiosa para realizar transacciones; dicho de otra forma, se crean mercados en los cuales mantienen relaciones tan estrechas que les permiten pactar y ajustar precios, con lo cual se coordinan las elecciones económicas entre agentes (Begg, 2006 Dornbusch y Fernández, 2006; Parkin, 2009). Así la ciencia económica busca la explicación de los mercados.

Sin embargo, la explicación económica demanda enfoques particulares a fin de tener un mejor entendimiento de los procesos implicados. Mientras el enfo-

que macroeconómico se interesa en los grandes fenómenos de la economía, en los cuales hay interdependencia entre varios mercados, agentes y procesos; la microeconomía se interesa en la manera en que los individuos toman decisiones y *cómo* éstos interactúan (Krugman y Wells, 2006), para lo cual en buena medida se vale de teorías y modelos que explican y pretenden predecir el comportamiento de los agentes económicos en distintos mercados, por lo que la explicación de agentes, mercados, precios y su interacción son fundamentales para ese enfoque (Pindyck y Rubinfeld, 2009).

Comúnmente las explicaciones teóricas se acompañan de modelos matemáticos. El uso de modelos matemáticos fue generalizado en el estudio económico por los marginalistas,<sup>2</sup> quienes incorporaron nuevas herramientas analíticas a la economía clásica y sacaron de sus modelos explicativos el conflicto social, volcándose al análisis de las acciones económicas de los individuos que buscaban tener los mayores beneficios con un esfuerzo menor. Así se supone la existencia de un *homo economicus*,<sup>3</sup> que se guía de manera racional para maximizar los recursos que satisfagan sus necesidades, necesidades que se suponían universales y que permanecían en el tiempo, por lo cual las pretensiones de los neoclásicos fueron la creación de leyes universales similares a las desarrolladas para las ciencias naturales.

La economía neoclásica había generado modelos en torno a un mercado perfecto, donde dos fuerzas (producción y consumo) concurrían o convergían para realizar transacciones, marcando con ello la organización fundamental de todo sistema económico. Parecía que la intervención de terceros, particularmente el Estado, no era relevante o necesaria en muchos casos, llevando la idea de que la falta de intervención estatal favorecía que el mercado mismo se autorregulara. Sin embargo, el mecanismo de mercado no siempre resuelve eficientemente una óptima distribución de recursos, en ese caso, se dice que se presentan fallos o fallas del mercado (Rodríguez, 2013).

Se ha usado de manera indistinta el término falla o fallo del mercado<sup>4</sup> para nombrar las situaciones, en que los mecanismos del mismo no llevan a la auto-

---

<sup>2</sup> Para un estudio detallado de marginalistas y neoclásicos se puede consultar el trabajo de Fernando Mendez Ibisate (1993): "El enfoque microeconómico. Marginalismo y neoclásicos".

<sup>3</sup> Koldo Unceta (2014) diría que al dar a un giro a la sociedad de mercado, "La idea de *homo economicus* se convertiría en el orden social, como principio organizador de la sociedad de mercado, en la que a su vez, la idea de escasez se convertiría en el eje de la teoría económica" (p. 183).

<sup>4</sup> Carlos Rodríguez, hace notar que los autores y traductores españoles utilizan principalmente el término "fallos" del mercado (Rodríguez, 2013: 1).

rregulación, con lo que se da cabida a situaciones indeseables que afectan a los intercambios y a los agentes involucrados.

Los fallos del mercado llevan a pérdidas de valor y van en detrimento del intercambio, lo cual parece más una regla que una excepción, ya que la pretensión de eficacia solo se ve realizada bajo condiciones muy específicas (Mochón, 2009); aun así, el uso de modelos en condiciones perfectas conlleva supuestos para simplificar explicaciones.

En parte, los fallos del mercado pueden presentarse cuando en las transacciones y decisiones económicas entre agentes no se comparte el mismo grado y calidad de información, de tal manera que la información imperfecta no hace efectiva la supuesta regulación de “la mano invisible”. No existe un mundo con información perfecta, “de hecho, es difícil imaginar cómo sería un mundo con información perfecta” (Stiglitz, 2002: 111).

La ley de la oferta y la demanda ofrecería hasta entonces un modelo explicativo, partiendo del supuesto de información perfecta entre agentes, y por tanto una distribución eficiente; pero como expongo, esto no es aplicable a todos los casos.

Aunque anteriormente se reconocían problemas de información en las transacciones, éstos se centraban más en la falta de la misma para la toma de decisiones eficientes y no en la asimetría de información entre agentes. Los trabajos de la economía de la información vinieron a retomar la importancia de la información inequitativa, mostrando que ante su presencia se afecta la toma de decisiones y conlleva externalidades negativas.

Para los estudiosos de la economía, era conocido que los modelos que realizaban tenían inconsistencias cuando se trataban de aplicarlos a todas las situaciones, y que en parte esto se debía a que cada agente sabía cosas diferentes en la transacción; sin embargo, no se había podido explicar cómo funcionaba este mecanismo.

Las investigaciones acerca de la inequidad en la información, entre quienes realizan intercambios económicos, pudieron explicar que esta asimetría de información genera un fallo del mercado, puesto que afecta la decisión de realizar una transacción o pone en posición de ventaja a uno de los agentes, el cual puede sacar partido de esto, en detrimento de la otra parte involucrada.

Los aportes teóricos principales a este respecto se los debemos a George Akerlof, Michael Spence y Joseph Stiglitz. Estos teóricos fueron condecorados, de manera conjunta, en el año 2001 con el premio Nobel de Economía. La razón por la que se les reconoció de esta forma fue el aporte realizado para el conocimiento y explicación de los mercados, cuando se encuentra en ellos información asimétrica (Destinobles, 2002); es decir, mercados que no operan con el supuesto de que los

agentes económicos tienen el mismo nivel y calidad de información al realizar sus intercambios, lo cual tiene implicaciones que afectan tanto a la conducta como a la toma de decisiones, y por tanto la distribución eficiente de recursos.

Aun cuando se les otorgó el galardón en 2001, para estos autores las investigaciones en mercados con información asimétrica habían ya recorrido un periodo de más de 20 años. Akerlof había hecho una de las contribuciones más valiosas a la economía de la información al explicar el problema de selección adversa en los mercados con información asimétrica; inspirado en los estudios de éste, Spence abordaría la identificación y explicación de señales analizando el mercado de trabajo, mientras Stiglitz lo haría comprobando como un problema de información asimétrica se puede reducir mediante la autoselección de los compradores en el mercado de seguros (Löfgren, Persson y Weibull, 2002).

En el origen de sus investigaciones está el cuestionamiento de que los mercados puedan en realidad autorregularse a sí mismos sin intervención del Estado o con una intervención mínima, lo que se ha nombrado con la analogía de “la mano invisible”.<sup>5</sup>

La economía de la información promovida por estos autores se adentró en el debate acerca de la eficacia de los mercados para autorregularse sin la intervención estatal, por tanto cuestiona la relación Estado-mercado, relación que puede darse de manera tersa solamente en el supuesto de los modelos con mercados perfectos, pero cuando contrastaban estos modelos con lo que sucedía sobre todo en países pobres y no encontraban correspondencia entre los modelos teóricos y los datos empíricos, concluían que la autorregulación de los mercados no era la regla: “se podría deducir que la razón por la cual ‘la mano’ puede ser invisible es que sencillamente no está ahí –o, por lo menos, que si está ahí, está paralizada” (Stiglitz, 2002: 96).

### **Aportes teóricos para la comprensión de la asimetría de información**

En un intercambio económico la información no está distribuida equitativamente, uno de los agentes, por lo general el oferente, tendrá mayor conocimiento sobre la calidad y características de los bienes que ofrece, mientras el comprador solo puede reconocer esas características y calidad con mayor certeza una vez que ha pagado por dichos bienes.

---

<sup>5</sup> La metáfora de la mano invisible fue usada por vez primera en “La teoría de los sentimientos morales” en 1759, por Adam Smith (1997), pese a que su popular uso se atribuye a “Una investigación sobre la naturaleza y causa de la riqueza de las naciones”, (1776/1976).

Previo a la transacción, la principal fuente de información que comparten es el precio y éste no arroja todas las cualidades a considerar. Aunque se supondría que un mayor precio se iguala a mayor calidad, en la práctica no sucede así, lo que queda ilustrado con el ejemplo de Akerlof en el llamado “mercado de limones” (Smith, 1997).

George Akerlof (1970) el autor del concepto de asimetría de información, llamó mercado de limones al ejemplificar su artículo con la venta de autos usados. Como él mismo lo asegura, el ejemplo se toma por lo concreto de la explicación más que por su importancia; sin embargo, esta analogía rápidamente se extiende a otras áreas de intercambio económico como en el caso de mercados laborales.

Akerlof se interesó en el mercado de los seguros de vida, en los cuales identificaba que la información era un elemento que podía marcar la conducta de los agentes y llevar a distorsiones, lo cual pudo modelar mediante un ejemplo ahora clásico, en el mercado de automóviles usados, que suelen ser llamados *lemons* en Estados Unidos. En inglés el término “limón” se utiliza para los automóviles que están en mal estado, lo que equivale en español a un “cacharro”, mientras que el término “cereza” se utiliza para denominar a los autos que están en buenas condiciones.<sup>6</sup>

Evidentemente un coche nuevo y uno usado no tiene el mismo valor, aun cuando ambos estén en buenas condiciones. El dueño del coche puede estar seguro de que su auto se conserva en buen estado; sin embargo, no hay forma de que un potencial comprador tenga esta misma información. Es decir, existe una asimetría de información respecto de un bien.

Puede haber en el mercado buenos coches, tanto usados como nuevos o en su caso *lemons* sin importar que recientemente hayan salido de la agencia o que tengan ya un periodo de uso. Pero en general, son mejor valorados los coches nuevos, ya que esto da más certeza a los posibles compradores. Así, el dueño de un coche usado no podrá obtener un precio alto por su automóvil aunque se encuentre en buen estado, y los potenciales compradores inferirán que en el mercado de coches usados se colocan con mayor frecuencia autos de mala calidad. Este fenómeno ocasiona que los dueños de automóviles usados con mejor calidad decidan retirarlos de la oferta aumentando con ello el número de autos con mala calidad; o dicho

---

<sup>6</sup> Karl Löfgren en su revisión de aportes de los autores aquí presentados advierte que “*Lemons* es un coloquialismo usado para los coches defectuosos, pero que se ha convertido en una metáfora ampliamente usada en el lenguaje de los economistas” (Löfgren, Persson y Weibull, 2002: 197).

de otra manera, los coches malos sacan del mercado a los buenos coches, lo cual va en detrimento del mercado.

Lo que Akerlof (1970) pudo modelar y mostrar, fue que la asimetría de información puede dar origen a dos problemas: por un lado el riesgo moral, y por otro la selección adversa.

El riesgo moral se presenta cuando el agente con menor información no puede vigilar y por tanto estar seguro de las acciones de la contraparte, lo cual le pone en situación de desventaja, ya que no puede controlar los actos de este último. El ejemplo al que se recurre, es el de los seguros médicos, cuando la aseguradora no puede vigilar las acciones del asegurado, corre el riesgo de que aquel no tenga precauciones o medidas adecuadas de cuidado, aumentando la probabilidad de cobrar una indemnización, así el propietario de un coche asegurado puede ser menos prudente al conducir, o una persona con un seguro médico amplio podría tener más conductas de riesgo que una que no lo tenga. Evidentemente esto pone en riesgo a la aseguradora, por lo que tiende a subir sus primas o negar nuevos seguros. Por supuesto esto se puede extender a otros ejemplos como el caso de los créditos o las relaciones laborales.

Por otra parte, la selección adversa muestra una situación en que productos de distinta calidad se venden a un precio único, ya que no existen mercados diferenciados para automóviles de baja calidad y de buena calidad, de tal manera que los compradores no pueden determinar con certeza la calidad que se les ofrece (Löfgren, Persson y Weibull, 2002). Como consecuencia de esto, los vendedores de autos de buena calidad pueden decidir retirar su oferta del mercado al no conseguir un buen precio, y como se dijo en el ejemplo de mercado de limones, la consecuencia de la selección adversa se ve reflejada en el aumento de oferta de mala calidad, en detrimento de aquella con calidad superior y en su caso la expulsión del mercado de productos con mejor calidad.

La selección adversa será una posibilidad siempre que uno de los agentes oculte información que le sería de utilidad al otro involucrado; es decir, que se da previo al intercambio, mientras que el riesgo moral se presenta ante la imposibilidad de uno de los agentes para verificar el debido cumplimiento de lo acordado, de tal forma que sucede posterior al pacto del contrato (Serra Ramoneda, 1993).

A diferencia de lo que postulaba el análisis económico clásico, aquellos dirían que los precios se regulan cercanos al promedio de los de mala y buena calidad, cosa que por lo general no sucede, si no que se mantiene una marcada diferencia de precios.

Por su parte Michael Spence (2002), influenciado por el trabajo de Akerlof y reconociendo sus aportes, se da a la tarea de investigar las consecuencias de la

información asimétrica enfocándose para fines ilustrativos en los mercados laborales. Para lo cual buscó lo que posteriormente denominaría señales (*signaling*), las que se transmitían constantemente y en equilibrio desde quienes poseen información a quienes no la tienen.

Las señales suelen estar presentes todo el tiempo, pero ante una situación de asimetría de información y en mercados donde los agentes económicos tienen distintos incentivos para diferenciar sus productos, aquellos que poseen los productos de buena calidad buscarán que se muestren tales señales, mientras que los que poseen productos de mala calidad tenderán a ocultar dichas señales.

Las señales son algo que puede conseguirse, no es una condición inamovible y se utilizan para compartir cierta información de quienes la poseen a quienes no la tienen, por lo que los oferentes pueden tomar decisiones para mostrar sus cualidades de forma creíble (Begg, 2006). Este es el caso de la educación, una persona puede tomar la decisión de conseguir un diploma escolar, para dar una señal a los posibles empleadores de que tendrá habilidades precisas y por tanto merece ser contratado o cobrar un mejor salario. Para esto es necesario que el costo de la señal sea lo suficientemente alto, de tal manera que no pueda ser emulada de manera engañosa por otros solicitantes; así conseguir diplomas de mayor grado educativo por parte de quienes solicitan empleo, muestra señales más convincentes de su capacidad a los posibles empleadores.

Spence diría que el solicitante busca ofrecer señales fuertes al empleador ya que este último no puede tener acceso a información veraz de la productividad y por tanto de la ganancia marginal que obtendrá al contratarlo. No es posible que tenga esta certeza previamente y con frecuencia tampoco la tendrá de inmediato al momento del contrato. Debido a la posibilidad de que un trabajador pase un periodo de tiempo razonable para aprender y desarrollar todo su potencial, el empleador se enfrenta a una situación de incertidumbre, de modo que “contratar a alguien, entonces, es con frecuencia comprar una lotería”.

En su explicación, Spence (1973) reconocería que entre los atributos que se pueden observar en el solicitante de un empleo algunos no cambian, por ejemplo, la raza o el sexo, a los cuales llamó: índices, mientras que aquellos que sí se pueden alterar haciendo una inversión en ello son llamados: señales, así que la combinación de índices y señales ayudan a definir las creencias de un empleador acerca de aquel que contratará.

El aporte principal de Spence se basó en demostrar que bajo condiciones información desigual, aquel que está mejor informado puede enviar señales con un costo suficientemente alto para distinguirse con mayor credibilidad de quienes no

lo están, mostrando información privada que la otra no tiene y disminuyendo la asimetría de información. De esta manera la parte informada puede convencer a otros de la calidad de sus productos (Löfgren, Persson y Weibull, 2002). Resta decir que si bien esto aplica a la educación en el mercado laboral, también se puede extender a otros mercados y situaciones.

En el caso de Joseph Stiglitz, su trabajo complementa los que Akerlof y Spence postularon, al identificar como se puede equilibrar la distribución de información por parte de quien menos tiene. Sus aportes se centraron en la autoselección (*screening*), y viraron de observar las señales de quienes poseen información a mirar la selección que hacen quienes carecen de ella (Begg, 2006).

Sus investigaciones se ejemplifican en el mercado de seguros, poniendo una situación en la que, al igual que lo que propuso Akerlof, hay diferencias en la información entre los que solicitan un seguro y quienes lo ofrecen. Esta diferencia puede llevar al riesgo moral, como ya lo habían explicado sus antecesores; una persona que sabe que la información que tiene puede incurrir en perjuicios que no serán asumidos por él si no por un tercero, tendrá menos cuidado acerca de sus acciones. Naturalmente quien menos información tiene, en este caso quien ofrece el seguro, aumenta costo de sus primas, pero el riesgo está en que esto atraiga solo a quienes más riesgo tienen y deje de lado a los menos propensos a accidentes, los cuales son más rentables para las aseguradoras.

La manera en que la autoselección actúa es cuando se muestran un producto con condiciones de compra distintas a un posible comprador, para los seguros esto funciona ofreciendo un seguro con cobertura completa y una prima relativamente alta; por otro lado, se ofrece un seguro con una cobertura parcial y un costo menor. El mecanismo de autoselección diría que los individuos con alto riesgo optarán por la cobertura completa, sabiendo que tienen mayor posibilidad de sufrir un percance, con lo cual manda información a las aseguradoras para tomar decisiones en cuanto al costo que debe tener sus productos para cada mercado (Löfgren, Persson y Weibull, 2002).

El principal aporte de Stiglitz consiste en reconocer que la información imperfecta siempre está ahí, y que al revelar en parte esa información todos los involucrados pueden estar en mejores condiciones de tomar decisiones. Lo que ejemplificó en el mercado de seguros, demuestra que quienes tienen un alto riesgo causan externalidades negativas en los precios a quienes menos riesgo tienen; sin embargo, los individuos con mayor riesgo no mejoran sin la presencia de quienes menos riesgo tienen (Rothschild y Stiglitz, 1976). Con frecuencia los aportes de Stiglitz son utilizados para justificar la necesidad de interven-

ción estatal que ayude a conseguir mejores resultados para todos los agentes económicos.

Después de presentar estos autores precursores de las investigaciones de intercambios con información asimétrica, se puede corroborar que todos ellos enfatizan el tema de la información para el análisis de intercambios económicos, pero sin duda, también para el análisis en torno a política económica y políticas de desarrollo, sobre todo en países pobres.

### **Potencia explicativo de la asimetría de información**

El potencial explicativo de la asimetría de información ha inspirado y promovido investigaciones y aplicaciones prácticas en diversos ámbitos. Se sabe que el mercado por sí mismo no puede revertir los efectos indeseables de sus fallos, por lo cual se justifica la intervención del Estado (Rodríguez, 2013), pero en relación con la pretensión de aminorar los fallos del mercado por la intervención estatal, se pone en relieve los fallos del propio Estado en sus intervenciones (Smith, 1997). Tema que lleva la discusión el papel del Estado para la promoción de desarrollo.

Expongo algunos ejemplos de aplicación de la teoría generada para la asimetría de información.

En la relación entre Estado y acceso al crédito como factor de desarrollo, se distingue el microcrédito. El Estado en aras de procurar desarrollo social ha pasado por políticas de promoción de acceso al crédito. Cuando el crédito se dirige a personas físicas con la intención de que se utilice en el emprendimiento de alguna actividad lucrativa, sea esta formal o informal, pero destinado a emprender un pequeño negocio, se puede hablar de microcréditos.<sup>7</sup> El mercado crediticio tiene explicaciones por medio de la asimetría de información.

El microcrédito tiene en sus fundamentos la recuperación del fondo destinado a nuevos solicitantes, por tanto se espera tener una buena recuperación del mismo; sin embargo, la posibilidad de no recuperarlo es alta si el crédito obtenido no tiene un uso adecuado para lo que fue solicitado. Puesto que la entidad crediticia no puede dar seguimiento puntual a las actividades de quien lo solicitó, se reconoce que hay asimetría de información que puede llevar a un riesgo moral. El

---

<sup>7</sup> Esquivel y Hernández (2007) hacen en su trabajo diferencias fundamentales entre microcréditos y créditos a microempresas. Para ampliar estas divergencias se sugiere consultar su trabajo, ya que tiene implicaciones en la asimetría de información, selección adversa y riesgo moral que son centrales en este trabajo.

agente solicitante puede usar a discreción el dinero obtenido, poniendo en juego su capacidad pago.

Una respuesta de la entidad crediticia, ante el alto riesgo de pérdida, puede ser el encarecimiento del crédito o endurecimiento de las políticas para otorgarlo (Esquivel Martínez y Hernández Ramos, 2007). La selección adversa se presenta entonces cuando solo aceptaran créditos más caros quienes tienen peor historial de pago. El mercado de microcréditos incorpora mecanismos para disminuir la posesión inequitativa de información, y por tanto estimular su búsqueda y favorecer su acceso (Rodríguez Leiva, 2009).

Otra aplicación para análisis y explicación se encuentra en el acceso de servicios de salud, cuando éstos se tratan de incorporar a un sistema de libre mercado (Varela, Carrasquilla, Tono y Samper, 2002), de nuevo la probabilidad de riesgo moral y de selección adversa está presente y esto se puede equiparar a las explicaciones que Akerlof propone para el caso de los seguros médicos. El tema de los servicios de salud es un recurrente para los estudios económicos (Ortún-Rubio, Pinto-Prades y Puig-Junoy, 2001), pero por lo general la intervención estatal se ve difícil de eliminar en los casos de salud pública. Pese a sus aproximaciones teóricas, el seguimiento empírico en los casos de salud se complica debido a la dificultad de monitorear los contratos de los agentes y los resultados de dicha relación (Vera Hernández, 2003).

Todos estos estudios son herederos de los trabajos de Stiglitz, Spence y Akerlof, respectivamente de los estudios de pobreza y acceso a crédito, los relacionados a mercados de trabajo y las implicaciones en la contratación de servicios sanitarios.

En el fondo de estas investigaciones está implicado lo que se espera del Estado en el desarrollo e implementación de políticas que favorezcan la adecuada distribución de recursos, la relación derivada de la información entre gobiernos y gobernados, y los mecanismos desarrollados para atender dichas asimetrías.

### **Aportes de la asimetría de información para el análisis en mercados imperfectos**

De acuerdo con lo revisado en este texto, la asimetría de información aporta microfundamentos para el análisis de mercados imperfectos (Perrotini, 2002), permitiendo una crítica más certera a los supuesto de autorregulación (Stiglitz, 2002).

La regulación externa, principalmente por el Estado, es recurrente entre los agentes que ofertan y demandan, contrario a lo que se supondría en mercados de competencia perfecta, y esto se debe a las asimetrías que el mercado genera y que no logra equilibrar por sí mismo.

Las respuestas de agentes involucrados incluyen algunas destinadas a aminorar la distribución inequitativa de información, buscando mejorar con ello la eficacia de los intercambios de mercado. Los aportes de Spence (2002) al respecto se dan en la búsqueda de lo que él denominó “*sings*”;<sup>8</sup> dichas señales transmiten información constante y en equilibrio de quienes poseen mayor información a quienes menos tienen, aumentando con ello la confianza entre agentes.

Al revisar el caso del mercado agrícola y particularmente en aquellos productos que se refieren con mayor calidad por sus cualidades de producción, como sucede en la producción libre de agroquímicos, se puede ver que las teorías y postulados de asimetría de información están presentes y pueden explicar algunos mecanismos.

### **La asimetría de información en el mercado de producción libre de agroquímicos**

En este apartado analizo la forma en que la asimetría de información afecta al mercado agrícola de la pequeña producción, particularmente al mercado diferenciado por la producción libre de agroquímicos.<sup>9</sup> Este mercado ejemplifica el problema de la escasez de información y de algunas propuestas que han surgido para aminorarla.

La producción libre de agroquímicos y su comercialización forman parte de un mercado de alto valor, debido al creciente interés de productores y consumidores por cuidar criterios de sanidad e inocuidad, pero además, de una nueva valoración por los productos locales y de prácticas tradicionales que promueven biodiversidad y sistemas ecológicos sostenibles.

Existen incentivos para incursionar en este mercado para ambos agentes, los cuales pueden ser de tipo económico, ya que al productor le permite aumentar a mediano plazo los ingresos derivados de las ganancias del sobreprecio, pero al consumidor le da acceso a productos con menor impacto negativo en su salud. Estas no son las únicas valoraciones que se consideran, están también aquellas vinculadas

---

<sup>8</sup> Para la identificación de estas *sings* o señales, Spence (2002) se basa sobre todo en la información *ex ante* que tienen demandantes y oferentes de un mercado, particularmente el mercado de trabajo.

<sup>9</sup> Aunque en la literatura es común encontrar referencias como producción orgánica, natural, limpia, entre otras denominaciones, en este trabajo se opta por nombrarla “libre de agroquímicos” para mantener distancia conceptual con aquellas, ya que el interés central no se ciñe a lo meramente productivo.

con la decisión de favorecer a ciertos productores con los que se comparte afinidad por sus formas organizativas, técnicas de producción o esquemas de comercialización, lo cual deriva en consecuencias social y ambientalmente deseables.

La otra cara de este supuesto, es que debido a ser un mercado que requiere particulares formas de producción, se dificulta el seguimiento puntual por parte de los consumidores en el proceso, lo que puede dar origen a malos manejos del productor una vez que se ha puesto en él la confianza. Por su parte el productor corre el riesgo de enfrentar un mercado que requiere en su producción menor inversión económica a largo plazo derivada del abandono de agroquímicos, pero una mayor inversión en mano de obra en el corto y mediano plazo acompañada de la disminución de producción durante el proceso de transición en el cambio de insumos. Esto último puede arrojar que productores oportunistas ingresen al mercado productos sin el debido cuidado en su proceso con el riesgo de sacar a los productos con mejor calidad.

El mercado ha encontrado dos nichos que guardan semejanzas, pero que sus particularidades le otorgan implicaciones diferentes, tanto a sus agentes como a sus transacciones. Nos referimos a la producción orgánica certificada en contraparte con la producción agroecológica.

La denominación “orgánico” se refiere al reconocimiento de un tercero, que da fe de que la producción de alimentos se realizó sin emplear químicos sintéticos; su peso está en las consideraciones de tipo técnico. Se asume que la utilización de agroquímicos lleva consigo un riesgo para la salud de quienes manejan las unidades productivas, va en detrimento de la diversidad biológica y pone en riesgo la salud de los consumidores finales. Aun así, esta forma de producción es la de uso convencional y es acorde con los objetivos de la agroindustria, ya que disminuye riesgos de pérdidas por plagas, aumenta el volumen de producción al centrarse por lo general en un solo cultivo de manera intensiva (monocultivo), y busca estandarizar las cualidades físicas de la producción.

Cuando un productor renuncia al uso de agroquímicos en sus parcelas no puede hacer uso de la denominación “orgánico” de manera automática, ya que su utilización está reglamentada (DOF, 2006, 2010) y puede ser acreedor a sanciones si comercializa haciendo alusión a esa cualidad. Mientras el productor no obtenga un sello que lo certifique, su producción seguirá siendo considerada convencional, aunque sus prácticas no lo sean.

Contrario a la producción convencional, y con características distintas de la producción orgánica, se encuentra la agroecología. La agroecología, en sus planteamientos supera los aspectos técnicos, considerando además dimensiones po-

líticas, económicas culturales y ambientales, de tal manera que pretende una visión más holística de la agricultura (Altieri y Nicholls, 2000). La incursión en la agroecología y su mercado supone repercusiones en una “alternativa tecnológica ambientalmente sana, económicamente viable y que sirve a las necesidades reales de la población rural” (Altieri y Yurjevic, 1991: 26).

Ahora bien, el escenario de este mercado supone el intercambio de cierto grado de información sobre las cualidades y calidad de los productos, lo cual influye en la decisión final de adquirirlos. Como se puede inferir en este caso, el productor (oferente) estará mejor informado respecto del comprador (demandante); es decir, existe asimetría de información.

Aunque bien se parte del entendido que estos productos no tuvieron un tratamiento con químicos sintéticos en ningún momento de su proceso, y que esto da señales de una mejor calidad de la producción, uno de los dos agentes económicos tiene en su poder mayor información que otro. El productor estará mejor informado de las características de su producción, por lo cual esperará un pago diferenciado *versus* el producto convencional, mientras que el comprador, ante la incapacidad de conocer a detalle el proceso de producción, se ve frente a la disyuntiva de confiar en la información que se le otorga o no comprar este producto.

En otras palabras, la presencia de información asimétrica puede dar como resultado que la transacción se afecte o no se realice (selección adversa) o que uno de los agentes obtenga ventajas sobre otro (riesgo moral).

En el caso de que el resultado sea la selección adversa, y ante la dificultad de colocar en el mercado producción de buena calidad con un pago justo diferenciado, el oferente podría decidir colocar solamente producción convencional; es decir, de menor calidad.

La otra posibilidad resultante de esta asimetría de información es el riesgo moral: que uno de los agentes (en este caso el productor) teniendo información privilegiada, decida hacer un uso oportunista de ella y poner en el mercado producción convencional o de menor calidad como si fuera libre de agroquímicos (Restrepo y Restrepo, 2007; Castillo López y Alejua Álvarez, 2005).

En ambos casos, el mercado en sí, se vería desfavorecido ante una oferta solo con mala calidad o con un sobreprecio que favorece a oportunistas.

Para enfrentar los resultados de la información asimétrica, en este mercado se han generado maneras de dar información continua, buscando aumentar la confianza del comprador final; es decir, un modelo de señalización. El caso más emblemático es el uso de sellos y certificaciones (Mónaco y Modesto, 2016), estas certificaciones generalmente requieren la presencia de un tercero: el Estado, que

regula y valida su otorgamiento. La intención final en el uso de dichos sellos es ofrecer un distintivo que envíe señales al comprador de que la calidad del producto que adquiere es óptima, así parten del supuesto de que la diferenciación mostrada por medio de este mecanismo aumenta la confianza del consumidor, incentivando la transacción, mejorando los precios y con ello el mercado de producción con calidad superior a la convencional.

La idea central tras las certificaciones es que los compradores finales estarán mejor informados y por lo tanto se alentará el consumo de esta producción, de tal manera que un mecanismo para la disminución de asimetría de información puede ser el uso de dichas certificaciones.

Sin embargo, ¿qué pasa cuando el productor decide no sumarse a las certificaciones de terceros aun cuando cumple con las características necesarias para obtenerla? Como se ha dicho, detrás de la transacción económica con estas cualidades, hay implicaciones sociales, ideológicas y éticas, que se suman a las de salud ambiental y personal.

Tanto productores como consumidores pueden renunciar a las certificaciones de terceros, aludiendo a la negativa de realizar un pago por ello, a la cercanía de la relación entre los agentes, o señalando el espejismo de que la certificación elimina el riesgo moral; en otras palabras, el productor una vez que obtienen la certificación puede hacer “excepciones” para asegurar o aumentar su producción. El sello o la certificación no eliminan *de facto* las acciones que van en detrimento de la calidad en la producción.

La implementación de estos distintivos implica a compradores, vendedores y aparatos del Estado que legislen y cuiden el debido cumplimiento de normas; es decir, una infraestructura institucional, pero ante la renuncia de este mecanismo encontramos prácticas sociales que buscan estrechar los flujos de información, disminuyendo asimetrías y por tanto aumentando la confianza de ambos agentes (Vázquez Barquero y Garofoli, 1995).

Las prácticas sociales llevan entonces a la implementación de mecanismos distintos a las certificaciones oficiales, y requieren un acercamiento directo entre los agentes involucrados o de ellos con figuras que les representan “calidad moral” afín a sus motivaciones de compra.

Organizaciones como clubes de compra, cooperativas de consumo o prácticas como certificaciones entre pares, o apertura de puertas a compradores en los lugares de producción, disminuyen esta asimetría de información, sin la implicación de certificaciones de terceros y aminorando el riesgo de control o posibles objetivos ventajosos para estos últimos.

La certificación pone en juego nuevos actores e intereses, temas que pueden guardar relación con cuestiones sobre la legitimidad de la intervención de terceros cuando falla el mercado, pero abre cuestionamientos acerca de respuestas cuándo ese tercero en juego falla, el cual puede ser respaldado con infraestructura institucional que otorga el Estado y que puede ser el mismo Estado.

Las respuestas de prácticas sociales a fallas de mercado y de asimetría de información pueden encontrar explicaciones en la teoría referente a las organizaciones de tipo *non-profit* (Ramírez Plascencia, 2013). Las prácticas involucradas en estas organizaciones y su contraste con lo que la ciencia económica postula, son parte de la agenda pendiente en la investigación a detalle de quien escribe estas líneas.

### Conclusiones

El concepto de asimetría de información es derivado de la economía que estudia mercados imperfectos y constituye una revisión crítica de los supuestos que generalizan la capacidad del mercado para autorregularse. Sus aplicaciones generales son amplias y ayudan para explicar en parte los mecanismos de transacción en el mercado agrícola de producción libre de agroquímicos, mercado representado en su mayoría por pequeños productores.

Entre los principales retos de los agentes involucrados en este mercado se identifica la incertidumbre en relación con la calidad de un bien ofrecido y del cual por lo general tiene más y mejor información el ofertante que el demandante, lo que dificulta las transacciones en este mercado considerado de alto valor.

Una respuesta ha sido la señalización del producto. El uso de sellos y certificaciones tienen como objetivo dar señales del vendedor al comprador, buscando un mejor equilibrio de la información necesaria para una transacción, pero no resuelven del todo la explicación para intercambios fuera de la normatividad y regulación que requiere infraestructura institucional.

El uso de las certificaciones de agencia, conllevan la necesidad de infraestructura institucional que regule, valide y opere prácticas de producción y transformación agrícola. Lo anterior incurre en costos para oferentes y demandantes.

Si bien los postulados de la ciencia económica ofrecen una explicación al uso de la señalización de productos, esto se aplica mejor al caso de la agricultura orgánica certificada. La economía de la información y en específico los aportes de los estudios de información asimétrica ayudan al momento de evaluar y considerar otras variables que complejizan el fenómeno; sobre todo cuando se presentan prácticas sociales que están en un orden distinto en su relación con la normatividad estatal y que tienen origen en motivaciones sociales diversas.

Es necesario adentrarse en la explicación a mayor detalle de estas prácticas sociales y la lógica con que se constituyen las figuras que promueven y ejercen el intercambio entre consumidores y pequeños productores cobijados en los conceptos de la agroecología. Contrastar las prácticas con los modelos existentes y reconocer los aportes que expliquen a detalle la permanencia de estos mercados.

#### Bibliografía

- Akerlof, G. A. (1970). The market for "Lemons": Quality uncertainty and the market mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, 84 (3), 488-500.
- Altieri, M. y Nicholls, C. I. (2000). *Teoría y práctica para una agricultura sustentable*. México: Organización de las Naciones Unidas-Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente.
- Altieri, M. y Yurjevic, A. (1991). La agroecología y el desarrollo rural sostenible en América Latina. *Agroecología y Desarrollo*, 1, 25-36.
- Astudillo Moya, M. y Paniagua Ballinas, J. F. (2012). *Fundamentos de economía*. México: Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Económicas.
- Begg, S., Dornbusch, R. y Fernández Díaz, A. (2006). *Economía* (Traducción por E. Rabasco). Madrid, España: Mc.Graw Hill.
- Castillo López, R. y Alejua Álvarez, H. (2005). Información asimétrica y activos específicos en la agricultura orgánica: una interpretación neoinstitucional. *Compendium*, 8 (14), 21-37.
- Destinobles, A. (2002). Los mercados de información asimétrica, tema tratado por los premios nobel de economía 2001 [Reseña]. *Aportes*, 7 (19), 173-176.
- Diario Oficial de la Federación-DOF*. (2006, 7 de febrero). Ley de productos orgánicos. México: Secretaría de Gobernación.
- Diario Oficial de la Federación-DOF*. (2010, 8 de abril). Reglamento de ley de productos orgánicos. México: Secretaría de Gobernación.
- Esquivel Martínez, H. y Hernández Ramos, U. (2007). Crecimiento económico, información asimétrica en mercados financieros y microcréditos. *Economía, sociedad y territorio*, 6 (23), 773-805.
- Krugman, P. y Wells, R. (2006). *Introducción a la economía: microeconomía*. Barcelona, España: Editorial Reverté.
- Löfgren, K. G., Persson, T. y Weibull, J. W. (2002). Markets with asymmetric information: The contributions of George Akerlof, Michael Spence and Joseph Stiglitz. *The Scandinavian Journal of Economics*, 104 (2), 195-211.

- Méndez Ibisate, F. (1993). El enfoque microeconómico: marginalismo y neoclásicos. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid-Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Mochón, F. (2009). *Economía, teoría y política*. Madrid, España: McGraw-Hill.
- Mónaco, Y. A. y Modesto, M. F. (2016). Sellos y certificaciones sustentables: Propulsores del consumo responsable. Presentado en las XIII Jornadas de Investigación: Repensando la ciencia y la investigación. Santa Fé, Argentina.
- Ortún-Rubio, V., Pinto-Prades, J. y Puig-Junoy, J. (2001). La economía de la salud y su aplicación a la evaluación. *Atención Primaria*, 27 (1), 148-150.
- Parkin, M. (2009). *Economía*. México: Pearson Education.
- Perrotini, I. (2002). La economía de la información asimétrica: microfundamentos de competencia imperfecta. *Aportes*, 7 (019), 59-67.
- Pindyck, R. S. y Rubinfeld, D. L. (2009). *Microeconomía* (Traducción por E. Rabasco y L. Toharia). Madrid, España: Pearson Prentice Hall.
- Ramírez Plascencia, J. (2013). *Organizaciones no lucrativas y voluntariado en México*. Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara.
- Restrepo, I. M. y Restrepo, L. A. M. (2007). Reflexiones para una elaboración conceptual del proceso de chantaje, a partir del problema de selección adversa. *Ecos de Economía: A Latin American Journal of Applied Economics*, 24, 7-26.
- Rodríguez, C. E. (2013). Las fallas del mercado. Argentina: Universidad Católica Argentina-Facultad de Ciencias Económicas San Francisco. Recuperado de <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/contribuciones/fallas-mercado-carlos-rodriguez.pdf>
- Rodríguez Leiva, C. E. (2009). Estrategia de fondeo de instituciones financieras en microfinanzas IMFS. Trabajo de licenciatura no publicado. Universidad Dr. José Matías Delgado, El Salvador.
- Rothschild, M. y Stiglitz, J. (1976). Equilibrium in competitive insurance markets: An essay on the economics of imperfect information. *The Quarterly Journal of Economics*, 90 (4), 629-649.
- Serra Ramoneda, A. (1993). Paul Milgrom y John Roberts. Economía, organización y gestión de la empresa. *Revista de Economía Aplicada*, 1 (3), 203-207.
- Smith, A. (1997). *La teoría de los sentimientos morales* (Traducción y estudio preliminar por C. Rodríguez Braun). Madrid, España: Alianza Editorial.
- Spence, M. (1973). Job market signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87 (3), 355-374.
- Spence, M. (2002). La señalización y la estructura informativa de los mercados. *Revista Asturiana de Economía*, 25, 49-94.