

Asimmetrie informative

- L'assunzione che tutti gli agenti possano prendere le proprie decisioni sulla base dello stesso set di informazioni è lontana dalla verità nella maggior parte delle interazioni economiche.
- Nella maggior parte delle transazioni uno dei contraenti dispone di maggiori informazioni su alcuni aspetti che possono influenzarne il prezzo.
- I principali fenomeni che a cui può dar luogo l'asimmetria informativa sono la selezione avversa e l'azzardo morale.

- Nella selezione avversa l'oggetto dell'asimmetria informativa è una qualche variabile rilevante ma non dipendente dalle scelte o dai comportamenti degli agenti.
- Esempio di selezione avversa: “the market for lemons” (Akerlof, 1970)
- Un certo mercato delle auto usate è caratterizzato dalla presenza di:
 - auto di buona qualità per le quali la massima disponibilità a pagare da parte degli acquirenti è € 6000 mentre il prezzo minimo di vendita per i venditori è € 5400;
 - auto scadenti (bidoni o lemons) per le quali la massima disponibilità a pagare da parte degli acquirenti è € 3600 mentre il prezzo minimo di vendita per i venditori è € 3000.

Ipotesi 1: non c'è presenza di asimmetria informativa
⇒ tutte le auto (sia di alta che di bassa qualità) verranno vendute ad un prezzo compreso fra la massima disponibilità a pagare e il prezzo minimo di vendita.

⇒ Il benessere complessivo è massimo.

Ipotesi 2: in presenza di asimmetria informativa un potenziale acquirente non è in grado (se non dopo l'acquisto) di distinguere un'auto buona da un bidone e i possessori di auto scadenti saranno incentivati a mentire sullo stato dell'auto che vogliono vendere.

- Ipotizziamo comunque che gli acquirenti sappiano che
 - x è la probabilità che un'auto sia un bidone,
 - $(1-x)$ è la probabilità che un'auto sia di buona qualità.

- Di fronte ad un'auto di cui non conoscono l'effettiva qualità, la massima disponibilità a pagare degli acquirenti sconterà questa incertezza e sarà espressa in termini di valore atteso, cioè:

$$x (\text{€ } 3600) + (1-x) (\text{€ } 6000)$$

- Per ogni valore di x tale per cui

$$x 3600 + (1-x) 6000 < 5400$$

i proprietari di auto buone non vorranno vendere le loro automobili e verranno così venduti solo i bidoni.

Nell'esempio questo è vero per ogni valore di x maggiore di $\frac{1}{4}$.

$$6000 - 5400 < x (6000 - 3600)$$

$$600/2400 < x$$

- Tale situazione è inefficiente da un punto di vista paretiano.
- Infatti, nonostante esistono ancora nel mercato persone disposte ad acquistare auto buone ad un prezzo superiore a quello al quale i loro possessori sarebbero disposti a venderle, tali scambi non hanno luogo.
- Un mercato molto importante che è caratterizzato da tale inefficienza è quello delle assicurazioni sulla salute.

- Nell'azzardo morale l'oggetto dell'asimmetria informativa è una variabile di scelta dipendente dai comportamenti della parte più informata.
- Un esempio è il comportamento negligente (e non verificabile) che in un contratto di assicurazione per incendio o furto può essere posto in essere (ex post) dall'assicurato.
- Una possibile soluzione è quella di scrivere contratti che prevedano una compartecipazione al rischio da parte dell'assicurato.

Segnalazione

- I casi di selezione avversa possono essere superati attraverso
 - soluzioni pubbliche: es. assicurazioni obbligatorie
 - soluzioni private: signaling e screening
- Nell'esempio delle auto usate una possibile forma di segnalazione è data dalle garanzie.
- Se offrire una garanzia fosse conveniente solo per i possessori di auto di buona qualità, ciò potrebbe risolvere il fallimento del mercato.

- Non è detto che i meccanismi di segnalazione rappresentino sempre un miglioramento sociale
- Un esempio può essere quello dell'istruzione (Spence, 1974)
- Ipotizziamo che ci siano due tipi di lavoratori (a, b). Il prodotto marginale dei due lavoratori è $m_a=2$ e $m_b=1$
- Il mercato del lavoro è perfettamente concorrenziale e la funzione di produzione è $Y = L_a m_a + L_b m_b$
- *Ipotesi 1: No Asimmetria informativa*
 - Le imprese offriranno $w_a=m_a$ e $w_b=m_b$ e saranno indifferenti nell'assumere lavoratori di tipo a e b

- *Ipotesi 2: Asimmetria informativa*
 - Le imprese conoscono solo le probabilità con cui possono assumere lavoratori dei due tipi ($p_a=p_b=1/2$) e offriranno un unico contratto
$$w = (1/2)w_a + (1/2)w_b = 1,5$$
- Se i lavoratori di tipo a accettano di lavorare solo per salari superiori a w si ha selezione avversa
- I lavoratori possono acquistare un segnale e (livello di istruzione)
- Ipotizziamo che m_i non dipenda da e
- Il costo del segnale è $C_a(e)=c_a e$ per i lavoratori di tipo a e $C_b(e)=c_b e$ per quelli di tipo b.

- Il segnale sarà efficace se sarà acquistato solo dai lavoratori a
- Il beneficio che un lavoratore otterrebbe dal segnale è $w_a - w_b = 1$
- Il segnale è acquistato dai lavoratori a e non da quelli b solo se
 - $w_a - w_b > c_a e$
 - $w_a - w_b < c_b e$
- Per $c_b > c_a$ esiste sempre un valore di e per cui questo accade
- Tuttavia l'acquisto del segnale potrebbe non implicare un maggior benessere sociale quando il beneficio dell'acquisto del segnale è solo privato.