

Jean Tirole: Impacto sobre la investigación sobre organizaciones

Luis Garicano



Preliminares: Tirole como investigador y trabajador

Dimensiones de la vida académica

Investigación

Docencia

Administración

“Ciudadanía”

Preliminares: Tirole como investigador y trabajador nato

Dimensiones de la vida académica

Investigación

Impacto en un amplio número de campos

Docencia

En MIT y en Toulouse

Libros de texto

Administración

Creación TSE, IDEI

“Ciudadanía”

Teoría de las organizaciones

Economistas concentran su atención en el mercado

El mercado asigna recursos a quien más los valora de forma eficiente, economizando en información (Hayek 1945)

““Knowledge of the circumstances of which we must make use never exists in a concentrated or integrated form, but solely as the dispersed bits of incomplete and often contradictory knowledge which all separate individuals possess”

¿Pasa el mercado el “test” del mercado?

Pero el mercado no es la única forma de asignar recursos— de hecho no es la principal

Gran parte de la asignación de recursos se hace de forma más similar al socialismo: dentro de la empresa, a través de la autoridad de la jerarquía empresarial

Coase

El recién fallecido premio nobel Ronald Coase fue el primero en observar la dicotomía mercado – autoridad

“... the operation of the market costs something, and by forming an allocation and allowing some authority (an “entrepreneur”) to direct the resources, certain marketing costs are saved”

(Coase 1937:392)

Autoridad

La autoridad por tanto define la necesidad de la empresa
EL emprendedor delega y asigna autoridad a sus subordinados

¿Por qué?

El dueño, el *entrepreneur* nunca podrá ser un experto en todas las áreas necesarias para tomar decisiones

La autoridad es una forma de economizar información

Arrow (1974): autoridad e información

Los individuos tienen capacidad limitada para adquirir información

Las organizaciones pueden adquirir mayor información que los individuos

El valor de la autoridad es economizar en la transmisión de información

La autoridad es valiosa cuando los intereses de los individuos o su información diverge

¿A quién asignamos la autoridad?

¿Cuándo debe el principal (el dueño del concesionario de coches por ejemplo, o de la marca) tomar las decisiones (sobre el precio de venta del coche) y cuándo el agente (el vendedor de coches por ejemplo)?

Aghion y Tirole:

En “Formal and Real Authority in Organizations”,
Journal of Political Economy, 1997, dan una
respuesta que ha iniciado una importante literatura.

Este es el artículo más citado de Tirole, con 2812 citas
en Google Scholar.

Punto de partida: contratos incompletos

No existen los contratos completos

Siempre puede haber circunstancias que no habíamos previsto.

Este es el momento en que la autoridad importa

Diferencia entre

Autoridad Formal (“X el jefe”)

Autoridad Real (“Y es el que sabe del tema, con lo cual X no puede hacer más que aprobar y fiarse”)

El “perder el control” puede ser valioso

Por un lado, si jefe cede la autoridad, esto es malo, pérdida de control

Por otro, cuánto más informado esté el jefe, más riesgo hay de que al final tome él las decisiones

Y menor valor tendrá el informarse y trabajar duro para el subordinado

Delegar autoridad formal tiene dos ventajas

- Un efecto de incentivos: el agente sabe que él va a tomar la decisión al final, con lo cual trabajará más para tomar la mejor decisión (¡cuidado, la mejor para el agente!)
- Un efecto de “participación”: un agente que tiene su propia autonomía trabajará a menor coste

¿Por qué no delegar siempre?

Pérdida de control

Debemos delegar cuando los efectos positivos de incremento de incentivos y de participación de la delegación sean suficientemente importantes como para

Pero ¿por qué no centralizar y preguntar?

Un agente que tiene sus propias motivaciones no necesariamente transmitirá la información correcta

Dessein (2002) y otros....