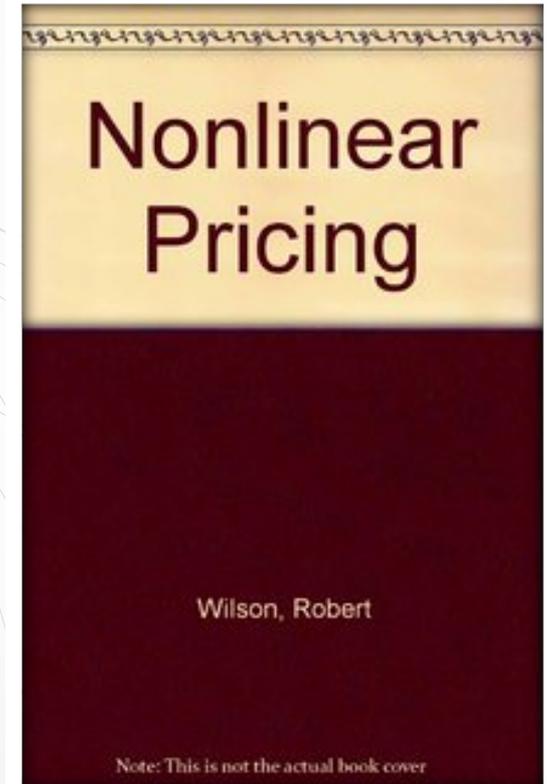


Contribuciones

- En los años sesenta del siglo pasado, la teoría dominante en la comunidad científica atribuía la fijación de precios a un entorno de información perfecta y actividad cooperativa entre los agentes del mercado.
- Robert Wilson, después de formarse en Matemáticas y Administración de Empresas en Harvard, se incorpora en 1964 a Stanford. Allí cuestiona el modelo vigente: la asignación de precios no puede ser así porque el mercado es anónimo y la información de que disponen los agentes es muy desigual, asimétrica.
- Desarrolla una herramienta teórica –basada en la teoría de juegos no cooperativa- que permite determinar cómo se alcanzan los precios.
- Es un modelo riguroso y analítico muy preciso que describe que el mercado se puede explicar –en relaciones complejas- según un modelo de subasta

- De la teoría pasa a la práctica y de nuevo hace aportaciones seminales a la denominada ingeniería económica, es decir, la aplicación del análisis económico al diseño y mejora de los mecanismos de mercado, lo que se traduce en el diseño de subastas del radio espectro y de mercados eficientes en electricidad.
Su libro *Non linear pricing* es un manual de referencia en este ámbito.



- Un de las preguntas clave de la economía es cómo conseguir la cooperación. Wilson aporta una solución: desarrolla, con D. Kreps, un concepto de estrategias de "adquisición de reputación" y lo aplica, con las herramientas que también provee, a contextos donde la "reputación de buen cooperador" conduce naturalmente a la cooperación. El concepto es aplicable a otros contextos: por ejemplo, el monopolista, donde una "reputación de dureza" puede ayudar a este a mantener esa posición.
- También aportó el concepto de equilibrio secuencial para anticipar la secuencia de reacción de los agentes al descubrir que los otros se han apartado del plan original. Esto ofrece hipótesis sobre el comportamiento del resto a medida que se producen los acontecimientos.

CHAPTER 3

Reputations in games and markets

Robert Wilson
STANFORD UNIVERSITY

3.1 Introduction

The notion of reputation found in common usage represents a concept that plays a central role in the analysis of games and markets with dynamic features. The purpose of this exposition is to describe how mathematical constructs roughly interpretable as reputations arise naturally as part of the specification of equilibria of sequential games and markets. In addition, several examples will be sketched, and a few of the economic applications surveyed.

The main theme here is that reputations account for strong intertemporal linkages along a sequence of otherwise independent situations. Moreover, from examples one sees that these linkages can produce strategic and market behavior quite different from that predicted from analyses of the situations in isolation. The economic applications, for instance, indicate that a firm's reputation is an important asset that can be built, maintained, or "milked," and that reputational considerations can be major determinants of the choices among alternative decisions.

The key idea is that one's reputation is a state variable affecting future opportunities; moreover, the evolution of this state variable depends on the history of one's actions. Hence, current decisions must optimize the tradeoffs between short-term consequences and the longer-run effects on one's reputation. As the discussion proceeds, this general idea will be shown to have a concrete formulation derived from the analysis of sequential games.

Semantics

In common usage, reputation is a characteristic or attribute ascribed to one person (firm, industry, etc.) by another (e.g., "A has a reputation for

Research support for this presentation came from a Guggenheim Fellowship, NSF grants SES-81-08226 and 83-08723, and Office of Naval Research contract ONR-N00014-79-C-0685.