

LIMINARES SOBRE EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y LA TEORÍA DE LOS JUEGOS

PRELIMINARY IDEAS ABOUT THE CONSUMER BEHAVIOUR AND THE GAME THEORY

ANÍBAL SIERRALTA RÍOS

Abogado por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Magister en Administración de Empresas. Posgrado en Comercio Internacional, Diplomado en Negociaciones, Diplomado en Gerencia Internacional, Doctor en Ciencias Jurídicas. Profesor de la Academia Diplomática del Perú, del Centro de Altos Estudios Nacionales (Lima), de la Maestría de la Facultad de Derecho de la Pontificia Universidad Católica del Perú, del Doctorado en Administración de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Miembro de la Asociación Americana de Profesores de Derecho Internacional Privado (ASADIP). Ha sido Consultor Internacional de la Organización de los Estados Americanos. Autor de quince libros de Derecho, Comercio Internacional y Negociaciones editados en Asunción, Bogotá, Buenos Aires, Montevideo, Medellín, Río de Janeiro, Porto Alegre y Lima. Presidente del Centro Internacional de Administración y Comercio, Árbitro internacional. Investigador visitante del Max Planck Institut (Hamburgo), Notario de Lima. anibalsierralta@notariasierralta.com

Artigo escrito a convite.

ÁREAS DO DIREITO: Consumidor; Processual

RESUMEN: El presente trabajo aborda la forma cómo actúa el consumidor en una economía de libre mercado y bajo qué supuestos se articula su decisión de operar comercialmente. A partir de esa comprobación se analizan los elementos de la Teoría de los Juegos y sus principios que están basados en la razonabilidad, el azar y el equilibrio. Plantea el enfrentamiento entre la naturaleza humana que se mueve por intereses, emociones, sentimientos y suposiciones frente a la rígida posición de la razonabilidad que es el pilar de la Teoría de los Juegos y del comportamiento del consumidor.

PALABRAS CLAVE: Teoría – Racionalidad – Equilibrio – Azar – Estrategia – Probabilidad.

ABSTRACT: This paper deals with the way the consumer acts within a free-market economy and under which assumptions his decision to commercially operate is articulated. From that point on, the elements of Game Theory and its principles are analyzed, which are based on reasonability, chance and equilibrium. It presents the confrontation between human nature, moved by interests, emotions, feelings and assumptions, and the inflexible position of reasonability which is the mainstay of Game Theory and the consumer's behavior.

KEYWORDS: Theory – Reasonability – Equilibrium – Chance – Strategy – Probability.

Las tiendas y restaurantes se diseñan teniendo en cuenta esa cultura de lo fácil, lo sensual, lo simple y la obsolescencia acelerada, para que los consumidores desesperadamente se lancen a comprar artículos innecesarios o comer productos nocivos para la salud. De manera que los consumidores no razonan sino se dejan llevar.

La obsolescencia acelerada propiciada por la moda y el añadido de nuevas aplicaciones o funciones a los aparatos electrónicos es la ventaja con la que actúan los comerciantes sobre los deseos de los consumidores. Hay una presión para que se rindan ante los artilugios y a veces artimañas del mercado en un momento de vacilación.

La sensualización de la vida es una característica impuesta por el mercado. El placer o satisfacción inmediatos es lo que empujó a nuestros dos personajes por encima de la razón; sin embargo, en su relación más íntima y personal con certeza han sucumbido al amor que es la única forma de caminar en la vida a través de la materia. Y como diría el zorro al Principito: solo vemos bien con el corazón. Luego son los sentimientos los que dan satisfacciones y no precisamente la razón, aunque esta puede servir para los otros bordes de la vida en comunidad.

BIBLIOGRAFÍA

- BAUMAN, Zygmunt. *Amor líquido*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina S.A., 2005.
- BINMORE, G. Ken. *Game Theory*, New York: Oxford University Press Inc., 2007.
- CONANGLA, Mercé; SOLER, Jaume y SOLER CONANGLA, Laia. *Emociones: las razones que la razón ignora*. Barcelona: Ed. Obelisco, 2012.
- DAVIS, Morton D. *Games Theory: A non Technical Introduction*. New York: Basic Books Dover Publications, 1973.
- DOBLADO, José María, Carmen NIETO y Julián SANTOS. *Juegos de Estrategia. Una revolución silenciosa en la economía y la empresa*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a distancia, 2003.
- LACAN, J. “La ciencia y la verdad”. En: *Escritos 2*. México D.F: Siglo XXI, 1995.
- PORTER, Eduardo. *Todo tiene un precio*. Madrid: Aguilar, 2011.
- RASMUSEN, Eric. *Juegos e información*. Una introducción a la Teoría de los Juegos. México D.F: Fondo de Cultura Económica, 1996.
- SERRA, Roberto. *El nuevo juego de los negocios*. Buenos Aires: Norma, 2000.
- SIERRALTA RÍOS, Aníbal. *Negociaciones y Teoría de los Juegos*. Buenos Aires: Abeledo Perrot, 2011.
- UBEL, Peter A. *Loucura do livre mercado*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2014.