

Mercados y Regulación Económica

Relaciones verticales

Leandro Zipitría

Departamento de Economía
Facultad de Ciencias Sociales - UdelaR

Diploma en Economía para no Economistas

Índice

ECT

Relaciones verticales

Presentación

Doble margen

Free riding

Objetivos

1. Introducir la teoría de los costos de transacción
2. Presentar relaciones verticales entre empresa
3. Establecer los principales problemas en una cadena vertical:
 - 3.1 doble margen
 - 3.2 free riding

Índice

ECT

Relaciones verticales

Presentación

Doble margen

Free riding

Presentación

- La producción conlleva distintas etapas:
 - Elaboración/extracción/producción de insumos
 - Elaboración de producto(s)
 - Comercialización / Distribución
 - Venta minorista
 - Servicio post-venta

Presentación (cont.)

- Las actividades pueden llevarse a cabo dentro o fuera de la empresa
- ¿Qué elementos deben considerarse a la hora de internalizar procesos?
- Costos de productos (economías de escala o de ámbito)
- ¿Existen otros costos?

Transacción

- Existe una transacción cuando un bien es transferido entre dos unidades tecnológicamente separables
- Transacciones: varían según atributos
 - frecuencia
 - incertidumbre
 - especificidad de activos

Supuestos

- Individuos racionalmente limitados \Rightarrow contratos incompletos
- Contratos incompletos:
 - Numerosas contingencias;
 - Imposibilidad de predecirlas todas;
 - Costos de hacer cumplir los contratos;
 - Imposibilidad de terceros de verificar resultados
- Individuos oportunistas
- \Rightarrow el lado ex post del contrato importa

Costos de transacción

- Surgen por la interacción de:
 - contratos completos
 - especificidad de inversiones,
 - posibilidad que terceros se comporten de forma oportunista

Definición

Costos de transacción.- Son los costos *ex ante* de diseñar, negociar y resguardar los acuerdos contractuales; y *ex post* asociados al desajuste y la adaptación que surgen cuando la ejecución del contrato sufre desvíos producto de errores, omisiones o imprevistos

Formas organizacionales

- Mercados y empresas difieren en su capacidad de resguardar las transacciones

	Mercado	Híbrido	Empresas
Adaptación	Cooperativa	Mix	Autónoma
Incentivos	Débiles	Mix	Fuertes
Ley contractual	Jerarquía	Mix?	Juzgados

Cuadro: Atributos de las formas organizacionales.

Minimizar costos de transacción

- Cada transacción debe ser asignada de forma de minimizar costos de transacción
- Cada forma organizacional tiene costos y beneficios
- Regla: a medida que la especificidad de activos aumenta ⇒ los costos de transacción se minimizan si se internalizan los procesos en la empresa

Índice

ECT

Relaciones verticales

Presentación

Doble margen

Free riding



Índice

ECT

Relaciones verticales

Presentación

Doble margen

Free riding



Presentación

- Hasta ahora se trabajó con una empresa que vendía directamente a los consumidores
- En la realidad, las empresas proveen sus productos a otras, y éstas a su vez las venden a los consumidores
- Ello provoca que los incentivos de las empresas puedan no estar alineados:
 1. los productores dejan de tener control sobre todas las variables de sus productos, algunas de las cuales pasan a ser controladas por los distribuidores
 2. los distribuidores compiten unos con otros, mientras que los consumidores no



Problemas

- El relacionamiento vertical entre empresas introduce dos problemas:
 1. Doble margen: surge por los márgenes que cobra cada eslabón en la cadena
 2. *Free riding*: alguna de las partes en la cadena tiene incentivos a utilizar activos de la otra
- Cada problema tiene su solución específica

Índice

ECT

Relaciones verticales

Presentación

Doble margen

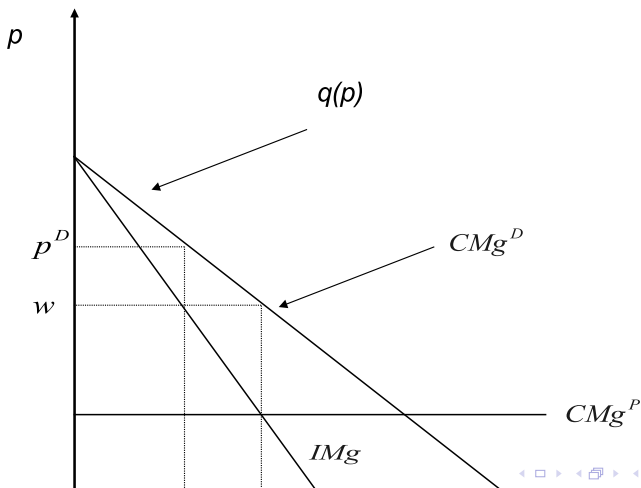
Free riding



Situación

- Productor: monopolístico, produce a CMg y vende a distribuidor al precio w
- Distribuidor: monopolístico, produce a $CMg = w$ y vende al público al precio p^d
- Cada uno es un monopolio
- El poder de mercado del distribuidor impone una distorsión al productor

Gráfico





Soluciones

- Integración vertical (pero no siempre!), pero hay problemas de economías de escala y ámbito
- Precio máximo al distribuidor: $p^d = w$
- Tarifa en dos partes: $w = CMg$ y $F = \Pi^d$

Índice

ECT

Relaciones verticales

Presentación

Doble margen

Free riding

Presentación

- Si alguna parte tiene que realizar una inversión específica, o ha creado algún activo valioso \Rightarrow las otras partes tienen incentivo a “garronear” la inversión
- Los problemas de free riding tienen distintas variantes



Caso 1a: entre distribuidores

- Supongamos un productor que requiere que sus distribuidores realicen una inversión específica
- Ej: Apple cuando lanzó la primer computadora con mouse instaló tiendas para enseñar a los consumidores a usarlas
- Problema: los distribuidores no tienen incentivo a invertir en enseñar a la gente, esperan que otros lo hagan y ellos venden los productos más baratos
- Soluciones:
 - precio mínimo de venta
 - distribución exclusiva (y tarifa en dos partes)



Caso 1b: entre distribuidores

- Supongamos un productor que quiere que sus productos se distribuyan en todo el país
- Algunos territorios son más interesantes que otros (Rocha en verano)
- Los distribuidores tienen incentivos a ir en verano a Rocha y no ir en el resto del año
- Solución: territorios exclusivos (+ tarifa en dos partes!).
 - Beneficios: restringe la competencia intra marca, induce subsidio cruzado, induce inversiones específicas
 - Costos: posible comportamiento colusorio de productores, posible barrera a la entrada

Caso 2: entre productores

- Supongamos un distribuidor de un determinado producto (repuestos autos) que tiene la distribución de una marca original
- Tiene incentivos a, una vez entrenado, vender productos más baratos chinos
- Solución:
 - distribución exclusiva



Caso 3a: productores - distribuidores

- Supongamos un productor de un bien desconocido (lechugas)
- Vende a través de un conocido supermercado
- Aprovecha la marca del supermercado para aumentar sus ventas
- Solución: el supermercado debe cobrar por la externalidad positiva sobre las ventas del productor



Caso 3b: productores - distribuidores

- Supongamos un productor de un bien muy conocido (McDonalds, Zara, Lolita)
- Delega en un distribuidor la venta de sus productos
- \Rightarrow **franquicia**: contrato complejo con restricciones al accionar del distribuidor
- Objetivo: proteger la marca