



IN51A ECONOMÍA INDUSTRIAL

CONTROL 4 OTOÑO 2004

1. Considere el caso en que dos firmas estudian la posibilidad de coludirse pero enfrentan problemas de observabilidad. Suponga que ambas empresas compiten en precios y producen un bien homogéneo. Muestre que si el número de períodos n que tarda detectar una desviación al acuerdo colusivo aumenta, es cada vez más improbable que el acuerdo se concrete. (Hint: $1 + \delta + \delta^2 + \dots + \delta^n = (1 - \delta^{n+1}) / (1 - \delta)$) (10pts)
2. En los modelos de Sutton con costos fijos exógenos y competencia de precios, se termina con solo una empresa en el mercado, la que tiene un monopolio, independientemente del tamaño del mercado. Por el contrario, si las firmas mantienen un acuerdo colusivo, entran más firmas al mercado a medida que aumenta el tamaño de éste. El caso de Cournot es intermedio entre ambos. ¿Significa esto que desde el punto de vista social son equivalentes el caso del cartel y el caso de Bertrand? ¿O será mejor para la sociedad el caso de Cournot, en que el precio es menor? Explique. (Hint: Recuerde que hay libre entrada y que cada firma incurre en un costo de entrada que se hunde). (15pts)
3. Considere el caso de dos empresas de refrescos, Betsy Cola y Mocka Cola, que compiten en el mismo mercado con un bien homogéneo. Las empresas han mantenido el mismo precio por años, mayor al costo marginal. Luego de ser acusadas ante la Comisión Antimonopolio por colusión, las empresas se defienden alegando que compiten en publicidad, y que difícilmente lo harían si tuvieran un acuerdo colusivo. La Fiscalía Antimonopolio indica que este argumento no implica la ausencia de colusión. ¿Quién tiene la razón, y por qué? (no más de una página, 15pts)
4. El mercado de tiendas de departamentos en Chile está fuertemente marcado por el avisaje. Suponga que las utilidades de la tienda i vienen dadas por

$$\pi_i = (p - c)S \left[\frac{A_i}{\sum_{i=1}^n A_i} \right] - A_i - \sigma$$

donde:

A_i : gasto de la tienda de departamentos i en publicidad

p : precio exógeno

c : costo marginal constante

S : tamaño total del mercado, exógeno

σ : costo fijo de entrar al mercado

- a) Encuentre la inversión publicitaria (nivel de avisaje) que maximiza la utilidad de las firmas dado el número de firmas n en el mercado y que el precio es *exógeno*. (10pts)
- b) Utilice la condición de libre entrada para encontrar el número de firmas como función del tamaño del mercado. (10 pts)
- c) En este mercado, ¿cómo se comporta la concentración a medida que aumenta el tamaño del mercado? (5pts)

- d) (opcional) Suponga ahora que los precios no son exógenos. La demanda del mercado viene dada por $Q = Ap^{-\epsilon}$, donde ϵ es la elasticidad de la demanda (las tiendas ofrecen un servicio homogéneo). Se tiene que $c = 1$, $\epsilon = 2$ y $\sigma = 1$. Las tiendas tienen un cartel de precios al nivel de monopolio (hay libre entrada, pagando el costo fijo). Considere cuatro mercados con $A = 2, 8, 18$ y 32 . Haga un gráfico de la concentración contra el tamaño del mercado $S = pQ$, mostrando como llegó a sus resultados. (10pts)
5. Explique el argumento usado por Andrés Gómez-Lobo que explica por qué no hay competencia de precios en el transporte colectivo (use la versión sencilla de Fernández). ¿Por qué no es válido ese argumento en países asiáticos con muchos taxis-bicicleta? (10+5pts)
6. Contraste los argumentos de S. Arellano y R. Fischer en torno a la fusión VTR-Metrópolis. (máximo 15 líneas, 10 pts)
7. Responda una de las siguientes preguntas:(10pts, máximo 15 líneas)
- En el trabajo de JT Morel se mencionan cinco desafíos que enfrenta el nuevo Tribunal de Libre Competencia. Describa dos de estos desafíos, y las recomendaciones de Morel para hacerles frente.
 - Siguiendo a P. Serra, explique por qué las facilidades esenciales son tan importantes para la competencia en un sector (describa que es una facilidad esencial, y porque pueden ser un problema). Describa y explique dos formas como las comisiones antimonopolio han enfrentado los problemas con las facilidades esenciales
8. (opcional) Conteste una de las siguientes preguntas.(10 pts)
- De acuerdo a Genovese y Mullin, ¿Cuál fué el comportamiento del cartel del azúcar frente a la entrada al mercado de Arbuckle Bros.? ¿Tuvo éxito la estrategia? Explique sus respuestas.
 - ¿Cuál es la evidencia (Crandall y Winston) sobre los efectos de la política antimonopolios sobre el bienestar de los consumidores?