

#### 14.27 Boletín de ejercicios nº 3

Para entregar el día de la clase de subastas.

1. Elija una empresa que haya sido pionera o líder de mercado dentro de su sector, pero que en la actualidad haya perdido esa posición de liderazgo. Averigüe todo lo que pueda acerca de la empresa y de las razones que la hayan llevado a perder dicha posición. Relacione la explicación dada por usted con la explicación dada en clase acerca de por qué las empresas pioneras tienden a quedarse atrás en su sector.

2. Partimos de un modelo en el que dos empresas venden a un número constante de consumidores en dos periodos distintos. Los consumidores se hallan diferenciados mediante un parámetro de preferencia, distribuido uniformemente en  $[0,1]$ , y los productos que venden las empresas se encuentran en los extremos opuestos del espacio de producto. Supongamos que los consumidores obtienen una utilidad de  $v - td$  cuando adquieren un producto de una empresa situada a una distancia  $d$  de su punto ideal. Además, siempre compran a una sola empresa y no compran a ninguna cuando la utilidad que reciben de ambas es negativa. Supongamos asimismo que en el primer periodo la empresa 1 ha vendido a todos los consumidores que se hallan en  $[0,x)$  y la empresa 2 ha vendido a todos los que se encuentran en  $(x,1]$ . El cambio de proveedor implica un coste para los consumidores, de modo que cuando adquieren a la otra empresa en el periodo 2 su utilidad pasa a ser solamente de  $v - w$ .

¿Bajo qué condiciones el equilibrio del segundo periodo implicará que la empresa 1 fije un precio igual a  $v - tx$ ? (conteste utilizando una ecuación que incluya  $v$ ,  $w$ ,  $c$ ,  $t$  y  $x$ ). Suponiendo que en este segundo periodo prevalezcan unos precios tan altos, resuelva la pregunta para los precios de equilibrio del primer periodo (suponiendo también que las empresas desean, además de obtener los beneficios del primer periodo, ganar cuota de mercado a causa de los beneficios del segundo periodo). ¿En qué medida afecta a los beneficios globales el hecho de que al consumidor le suponga un coste cambiar de comprador?