

4.1. Diferenciación de Producto

Matilde Machado
para bajar las transparencias:

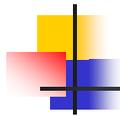
<http://www.eco.uc3m.es/~mmachado/>



4.1. Diferenciación de Producto

En los modelos de competencia que hemos visto hasta ahora, hemos supuesto que los productos de las diferentes empresas son homogéneos, es decir que son sustitutivos perfectos. Ahora relajamos esta restricción y suponemos que las empresas producen productos diferenciados.

- **Definición:** Dos productos son productos diferenciados si son sustitutivos pero no son sustitutivos perfectos.



4.1. Diferenciación de Producto

Existen dos tipos de diferenciación de productos:

1. **Horizontal:** Los productos son distintos pero la decisión de cual bien comprar al mismo precio depende de cada consumidor en particular. Algunos consumidores prefieren uno, otros consumidores prefieren el otro si se venden por el mismo precio. Ejemplos: Pepsi y Coca Cola;
2. **Vertical:** Los productos son distintos y todos los consumidores prefieren uno al otro si se venden por el mismo precio. Ejemplos: Pentium III y Pentium II, BMW y Fiat.



4.1. Diferenciación de Producto

Ejemplos de diferenciación horizontal:

- Consideramos una playa. En cada extremo de la playa hay un vendedor de helados. Aunque venden los mismos helados los consumidores no son indiferentes entre los dos. Prefieren comprar al vendedor que está más cerca. Hay costes de transporte.

Reinterpretación de distancia:

- Cereales pueden tener mucho azúcar o poco. Podemos ordenar todos los cereales en una línea de dulzor (playa). Consumidores tienen gustos (localizaciones) diferentes para el dulzor y si no hay diferencias de precios prefieren comprar los cereales cercanos a su gusto.

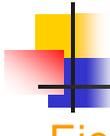


4.1. Diferenciación de Producto

Más ejemplos de diferenciación horizontal:

- Renault Scenic blanco y Renault Scenic rojo
- Walter García Fontes y Massimo Motta “Regulación de las Oficinas de Farmacia: Precios y Libertad de Entrada”
- ¿Que más homogéneo que el agua? El caso de aguas de diseño. – Margenes altas.

Brand	Price per Half-Liter Bottle	Source	1997 Sales
Aqua Fina	\$0.59–\$0.69	purified tap water	\$ 60 million
Crystal Geysler	\$1.00	springs in California & Tennessee	\$115 million
Evian	\$0.99–\$1.09	spring in the French Alps	\$185 million
Sparkletts Plain	\$1.99 per six pack	wells in California and Texas	\$181 million
Poland Spring	\$1.39	spring in Maine	\$300 million



4.1. Diferenciación de Producto

Ejemplos de diferenciación vertical:

- Ordenadores con procesadores distintos: Pentium II versus Pentium III
- BMW y Fiat.
- Genéricos y medicamentos de marca
- Teléfonos móviles con características distintas



4.1. Diferenciación de Producto

Estudiaremos modelos de diferenciación horizontal y vertical con y sin localización. 2 modelos de diferenciación horizontal con localización:

1. Modelo de ciudad lineal (modelo de Hotelling)
2. Modelo de ciudad circular (modelo de Salop)

En estos modelos supondremos que los precios pueden ajustarse más rápidamente que las características de los productos.

Luego precios (corto plazo) y características (largo plazo)