

Distorsiones, Información Revelada y las actuales condiciones de comercialización entre los Talleres Mecánicos y las Compañías de Seguro en Venezuela

(Enfoque de la Teoría de la Organización Industrial y la Teoría de Juegos)

Enrique R. González Porras*

El derecho a la confidencialidad y al resguardo de información estratégica es reconocido mundialmente. La revelación de información estratégica puede actuar en detrimento de la empresa en cuestión, más aun cuando lo hace ante su contraparte en una negociación, y esta última cuenta con poder de mercado. Cuando una empresa ostenta poder de mercado, se le facilita obtener información de su contraparte en una negociación, así como le resulta factible la imposición de una (o varias) restricciones verticales, en las cuales halla sido considerada la información revelada.

Puede considerarse que existe una relación vertical entre unas empresas o agentes económicos, si cada uno se desempeña en una o más etapas distintas de un proceso de producción, elaboración o comercialización.

Dentro de las dos formas extremas que puede constituir una relación vertical, a saber, integración o desintegración absoluta, es posible identificar distintas formas e instrumentos de dichas relaciones que constituyen restricciones verticales y que en definitiva regulan el comportamiento de los agentes económicos envueltos dicha relación comercial.

Las restricciones verticales son articuladas por medio de contratos que bien pueden ser explícitos o implícitos (tácitos), por medio de los cuales las partes se obligan o se ven obligadas a respetar ciertas condiciones, y que al hacerlas más interdependientes su busca un objetivo similar al de la integración vertical.

Dentro de las condiciones y formas de restricciones verticales más desarrolladas en la literatura económica se encuentran:

1. Fijación de Precios: Aunque los más difundidos son los controles de precios de reventa o de venta final, también es concebible que sea el demandante el que imponga la restricción vertical y por tanto imponga el precio intermedio de la cadena de comercialización (más aún cuando los agentes compradores constituyen un monopsonio o un oligopsonio). En el caso de fijación de precio final, el contrato lo que persigue es que el beneficio bruto del cliente quede determinado

* Economista. enriquergp@starmedia.com

directamente como una comisión implícita que surge de restar el precio de compra al precio de venta final.

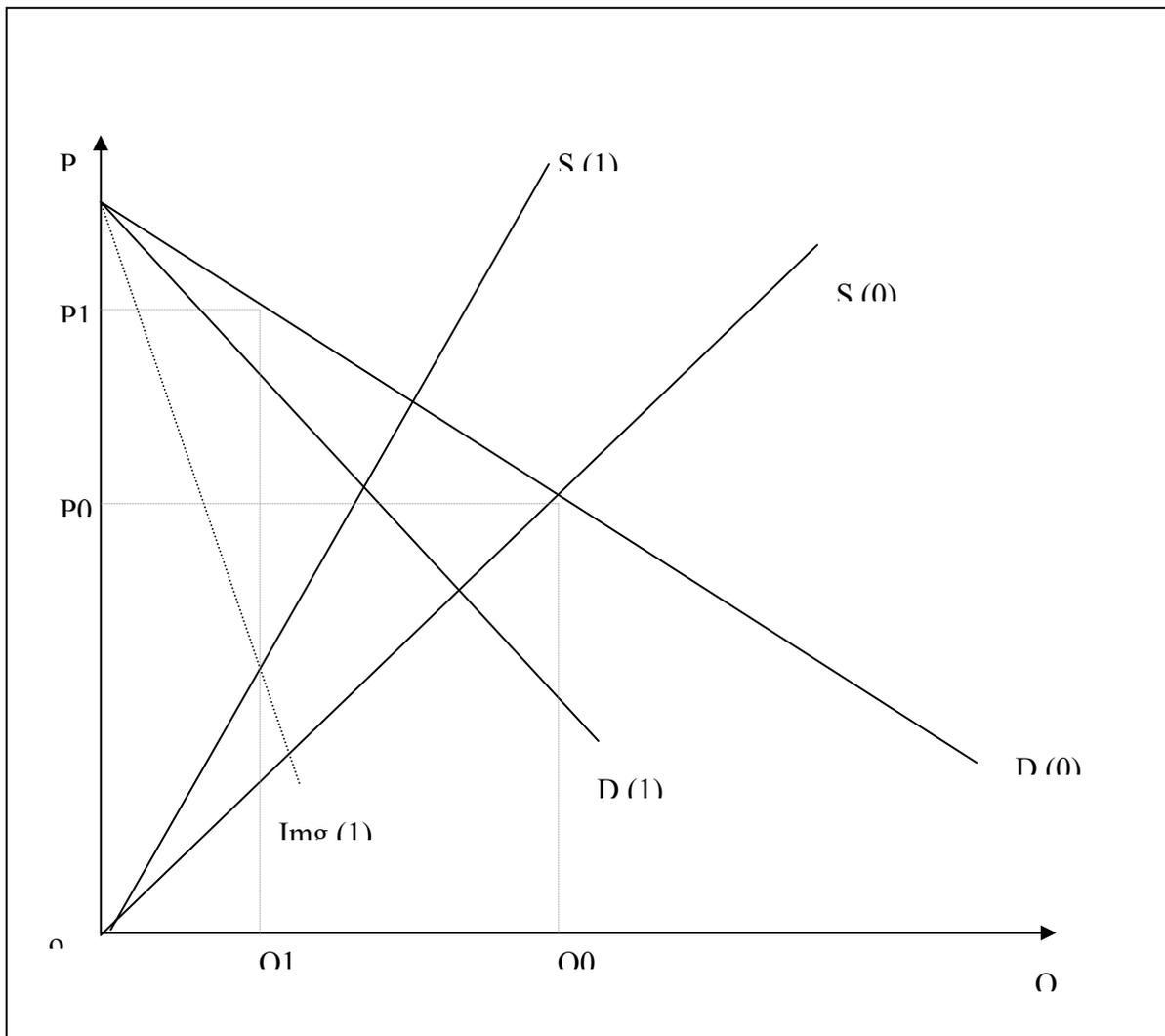
2. Territorios Exclusivos: En el caso de una restricción hacia abajo (el productor impone al detallista la exclusividad de zonas geográficas para comercializar su producto), el productor o distribuidor le garantiza al detallista que este último fungirá como vendedor exclusivo de su producto en una zona geográfica determinada, y el detallista se compromete a no violar su zona de venta.
3. Distribución Exclusiva: Aplica a la obligatoriedad que se le impone al detallista de comercializar o vender única exclusivamente los productos del productor o proveedor.
4. Prestaciones Subordinadas: Es una restricción por medio de la cual el productor o distribuidor obliga al detallista a comprar un segundo producto que pudiera ser considerado como no necesario para la comercialización final del producto demandado inicialmente por el detallista.

Es reconocido en la literatura económica y del derecho de la competencia que la motivación para la imposición de restricciones verticales se encuentra vinculada con el incremento de la eficiencia, así como con la búsqueda de apropiación de rentas monopólicas. En este sentido, el “problema” que pueda significar la doble marginalización o el hecho que la empresa con poder de mercado quiera apropiarse una mayor renta monopólica, puede encontrar subterfugio en la imposición de una restricción vertical que puede ir de una integración vertical hasta la imposición de precios vía un contrato de agencia, por medio del cual el productor (o comprador) sea el que vende directamente a los consumidores finales y el detallista (o productor) sólo cobre una comisión sobre el precio final.

Ahora bien, uno de los principales efectos de las restricciones verticales, y que se relaciona con el uso del poder de mercado, es conocido en la literatura y derecho de la competencia como el incremento de los costos de los rivales (raising rival's costs). Esta idea se fundamenta en el hecho de que al imponerse restricciones verticales, bien de integración total o de imposición de territorios exclusivos, distribuciones exclusivas, o en el caso que vamos a abordar lista de talleres autorizados, el mercado tanto aguas arriba como aguas abajo se constriñe, ya que desaparecen alternativas de proveedores, vendedores finales y compradores intermedios. Efectivamente, un efecto inmediato que las restricciones verticales tienen sobre el mercado es la desaparición de alternativas que podrían fungir como competidores, restando al mercado las externalidades positivas generadas por el libre juego de la competencia. Esta segmentación producto de la transformación de algunos proveedores, en distribuidores “exclusivos”, pudiera, en teoría, generar nichos de mercado con poderes de mercado, explotables, generando distorsiones de precios monopólicos por la constitución de dichos nichos de mercado.

En el caso que nos ocupa, lo anterior se traduce en que con la imposición de restricciones como la constitución de lista de talleres autorizados, estos talleres crean lasos comerciales con las compañías de seguros agotando su restricción de tiempo, por lo que desaparecen virtualmente como un oferente más para el mercado y particularmente para otro demandante de los servicios de reparación de vehículos. En el caso de los talleres mecánicos y las aseguradoras en Venezuela, se genera la externalidad negativa de incremento de los costos para los demandantes finales no

asegurados, pero no por la explotación de un poder de mercado, sino por la necesidad de incrementar los precios cobrados y mantenerse, al menos, en el punto de breakeven. Los efectos posteriores de tal situación, como lo es la desaparición de proveedores, ante la imposibilidad de cubrir sus puntos de salida o permanencia, fundamentalmente explicado por la insuficiencia del mercado de no asegurados, representa un desempeño negativo al mercado en términos de destrucción de utilidad, proveedores, alternativas de escogencia, competencia efectiva y potencial y las externalidades positivas que de las anteriores puedan generarse en favor del mercado.



El gráfico muestra como una restricción vertical que ate a proveedores y vendedores o transformadores finales, genera un incremento de costos de los rivales. Por medio de una restricción vertical, tanto los oferentes como los demandantes disminuyen en el mercado de compra y consumo intermedio, elevando el precio, ya que los oferentes restantes actuarán como un monopolista (aunque ya se comentó que la premisa de un nuevo monopolio no es vinculante exclusiva, ya que la necesidad de mantenerse sobre el breakeven point actuaría de igual manera).

Al desaparecer alternativas de oferta, esta se contrae de $S(0)$ a $S(1)$, mientras que la desaparición de demandantes, provoca un desplazamiento de la demanda de $D(0)$ hacia $D(1)$.

El incrementar los costos de los rivales (aguas abajo), al enfrentarse a precios mayores los detallistas no integrados, resulta de una manipulación indirecta de la capacidad de producción del sector prestador de los servicios de reparación de vehículos, sobre todo en el caso en el que los talleres requieren cubrir su breakeven point.

El derecho de la competencia ha denominado a este caso “cierre de mercados” (foreclosure), representando un problema que las restricciones verticales crea a las posibilidades de ingreso de nuevas empresas a los mercados.

Modelo que Describe una Relación Vertical entre Talleres Mecánicos y Compañías de Seguro:

El modelo que se presentará para demostrar como la información que revela los talleres mecánicos hacia las compañías de seguro, supone, ante la práctica comercial existente entre estas compañías, un incremento del beneficio o de la utilidad de las compañías de seguro en detrimento de los talleres mecánicos.

El análisis a ser expuesto supone una industria o relación comercial entre dos empresas que constituyen una cadena de comercialización, es decir, se analizará aguas arriba y aguas abajo la relación comercial entre los talleres mecánicos, las compañías de seguro y los asegurados.

Un hecho que se ha hecho común en la relación comercial entre los talleres mecánicos y las compañías de seguro, es la fijación de precios finales y el otorgamiento de la orden de reparación discrecionalmente por parte de las compañías de seguros, lo que constituye un hecho notorio. Lo anterior, se traduce en que las compañías de seguro usurpan la legítima decisión final del consumidor final (el asegurado) de cuanto pagar (aún cuando este estuviese dispuesto a pagar una diferencia por satisfacer sus gustos), cuando y a quien, es de esta manera que se le imposibilita al asegurado satisfacer sus preferencias en torno a quien realizará la reparación de su activo o de su vehículo.

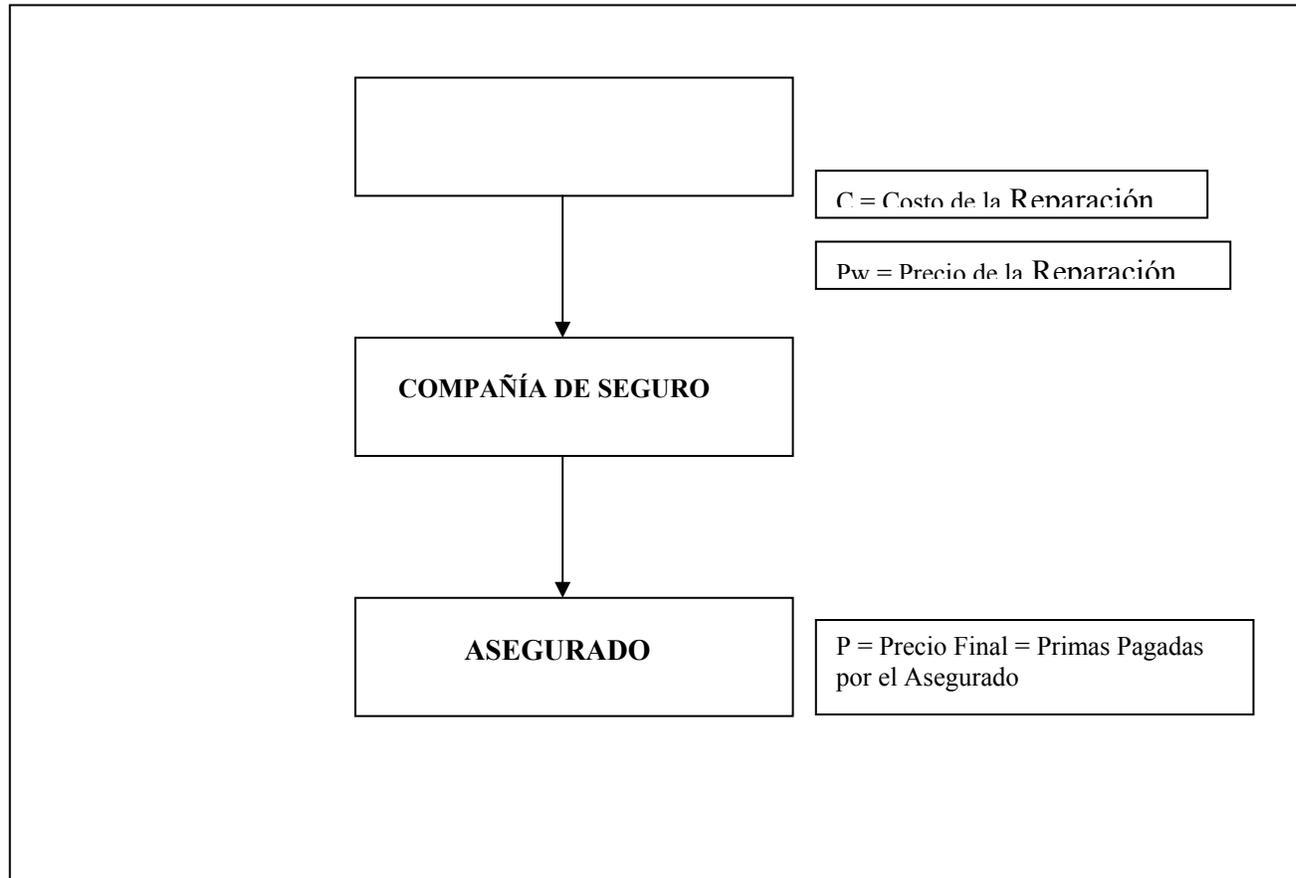
Este tipo de prácticas desvirtúa la competencia, toda vez, que la satisfacción de los gustos y preferencias de los asegurados no puede ser satisfecha, por lo que se distorsiona el incentivo por excelencia para que los talleres se diferencien unos de los otros a los ojos del consumidor final.

Esta práctica comercial termina siendo equivalente a una compra prepagada del servicio de reparación ante un eventual siniestro, contratada por el asegurado y llevada a cabo o consumada por las compañías de seguro. Recordemos que discrecionalmente las compañías de seguro emitirán el cheque al monto que ellos consideren el “justi-precio”, así como la fecha y el taller a desarrollar el servicio.

Nos parece relevante mencionar que esta práctica desvirtúa la definición o función de transferencia de riesgo de la actividad de aseguramiento, ya que por definición el individuo se protege transfiriendo el riesgo, de una eventual pérdida patrimonial, que significaría no

solo el accidente y daño del vehículo, sino el ocasional desembolso para su reparación y el impacto del mismo sobre el patrimonio personal del contratante.

Es de esta manera que una representación de la relación comercial entre los talleres mecánicos, las compañías de seguro y los asegurados se ajustaría al siguiente:



Cada uno de los agentes en el modelo es considerado un monopolista, esto quiere decir que tanto el taller mecánico como la compañía de seguro se suponen oferentes únicos. Aunque esta premisa no es del todo cierto, ya que existen una gran cantidad de talleres mecánicos en el mercado y pocas compañías de seguro en términos relativos, y en términos del nivel de actividad económica relativa; para el objetivo del modelo podemos trabajar con los talleres mecánicos y las compañías de seguro como industria, por lo que la premisa de monopolio aguas arriba y aguas abajo opera perfectamente (recordemos que es de suma importancia determinar el efecto global sobre las distintas actividades económicas en estudio). Lo anterior termina significando que se asumirá una relación vertical perfecta que agota al mercado y a la demanda, por lo que la demanda de aseguramiento, será eventualmente la demanda de los servicios de reparaciones de vehículos ante los inciertos siniestros ocurridos a los automóviles asegurados. Si bien es cierto que no todos los que se aseguran y pagan una prima por ello, consuman la utilización del aseguramiento vía la reparación de su vehículo ante la concreción de un siniestro, no es estrictamente necesario

hacer a la demanda que enfrenta los talleres, una menor a la enfrentada por las aseguradoras, hacerlo podría profundizar las diferencias entre los beneficios conseguidos por la industria del aseguramiento y de los talleres mecánicos (lo que significa que no cambiarían las consideraciones y conclusiones alcanzadas).

La suposición de que la demanda que comparten ambos niveles de la cadena de comercialización es la misma se fundamenta en el hecho de que al tratar a los agentes en términos agregados o como industria, puede a su vez concebirse a los asegurados como demandantes promedios. Los asegurados, al considerarse los subsidios cruzados de los que pagan primas y no se les presenta un siniestro hacia los que se les presenta un siniestro, en promedio, todos comparten la siniestralidad (lo cual es efectivamente cierto al momento de calcularse las primas de los contratos). Lo anterior hace perfectamente manejable la hipótesis de una misma demanda.

El beneficio que busca maximizar los talleres mecánicos depende de variables como los costos en que incurre al reparar un vehículo, el precio que cobra por el servicio prestado, y la demanda a la cual se enfrenta, es de esta manera que podemos expresar el beneficio de los talleres como:

$$\text{Beneficio} = (pw - c) * (a - \alpha p)$$

Donde: c = costo de la reparación, pw = precio de la reparación y α = elasticidad precio.

$$\text{Demanda} = D(p) = (a - \alpha p) \text{ con } a = \text{demanda autónoma y } p = \text{precio final.}$$

El beneficio de las compañías de seguro viene determinado por variables como las primas cobradas o precio del servicio final (consumado o no la indemnización ante la eventual realización de un siniestro), que al estar normalizadas por la unidad, pueden representar la diferencia promedio, o por asegurado entre lo que se cobra (la prima) y lo que se paga (que representaría su costo, pw). Como las compañías de seguro pagan a los talleres que reparan los vehículos de sus asegurados, los costos de las compañías de seguro son los precios de las reparaciones. Es de esta manera que al representar $(p - pw)$ el ingreso unitario o promedio por asegurado, al multiplicar el termino anterior por la demanda, obtendríamos el beneficio total de las compañías de seguro, expresándose como:

$$\text{Beneficio} = (p - pw) * (a - \alpha p)$$

Donde: pw = precio de la reparación, p = precio final pagado por los aseguradores

$$\text{Demanda} = D(p) = (a - \alpha p) \text{ con } a = \text{demanda autónoma y } \alpha = \text{elasticidad precio.}$$

En teoría son cuatro las posibilidades que pueden presentarse dentro de esta relación vertical entre talleres mecánicos y compañías de seguro. Estas cuatro posibilidades dependerán de si los talleres aceptan las restricciones verticales impuestas por las compañías de seguro, y de si alguno de ellos (tanto talleres como compañías de seguro) cuenta con información revelada y la aprovecha para su beneficio en detrimento del otro.

Es razonable pensar que no sólo la imposición de restricciones verticales conviene aguas arriba en una cadena de comercialización o industrial, sino que dependerá más del poder de mercado que se ostente aguas arriba o aguas abajo, ya que si aguas abajo se tienen poder de mercado como monopsonista, es más probable que sea el extremo inferior de la cadena, en este caso las compañías de seguro, las que intenten y puedan acometer restricciones verticales.

Relajando por el momento el hecho de que las compañías de seguro poseen una posición de dominio, al menos colectiva, y que despliegan prácticas paralelas (reconocidas por las propias aseguradoras en el expediente del caso llevado por Procompetencia), el aceptar las restricciones verticales actuará como si la industria o la cadena de comercialización constituyese una sólo empresa o una industria integrada. Más adelante se harán consideraciones sobre la discriminación tácita que resultaría para los talleres mecánicos no aceptar las condiciones de las aseguradoras y por tanto acogerse a la restricción vertical, vía fijación de baremos, lista de talleres autorizados, la emisión de ordenes de reparación, etc. También tendrá que ser considerado más adelante que la repartición de los beneficios de la integración o restricción vertical puede resultar muy asimétrica, siempre a favor de quien tiene el poder de mercado para imponer las restricciones verticales. Lo anterior significaría que estas restricciones verticales impuestas por las aseguradoras, no sólo son discriminatorias y exclusionarias con los talleres que no se acogen a las mismas, sino que se es discriminatorio con la repartición asimétrica de los beneficios de las restricciones verticales, hacia los talleres que aceptan las restricciones verticales.

Una segunda posibilidad entre la relación comercial talleres-aseguradoras es que cada industria opere separadamente, sin revelarse información estratégica entre sí, con lo que no existiría ninguna restricción vertical entre ellas.

La tercera y cuarta posibilidad la constituyen las que al momento de sentarse a negociar ex ante los talleres y las aseguradoras, las empresas se revelen información estratégica y posteriormente una de ellas aproveche la información revelada en detrimento del otro al imponer una restricción vertical (principalmente fijación de precios o baremos).

La tercera posibilidad implica que las compañías de seguro maximicen su función objetivo o su beneficio en función de la información revelada por los talleres (los costos y precios de la reparación), al fijarle una restricción vía fijación de baremos. El caso anterior de hecho se presenta en el mercado venezolano, ya que son los talleres los que han suministrado y, por presión aceptado la constitución de baremos (recordemos que la viabilidad de implementar restricciones verticales dependerá del poder de mercado, y por lo tanto su concreción es evidencia suficiente de poder de mercado). En otras palabras las compañías de seguro al contar con la información de los talleres y de medios de persuasión (la emisión discrecional de ordenes de reparación), puede conformar los baremos que maximicen su utilidad o beneficio, imponiendo precio de reparaciones a los talleres, estando estimados estos precios o baremos en términos de los precios y primas cobradas por las aseguradoras. Es de esta manera que la aceptación de baremos fijados por medio de la información revelada por los talleres significa que, los talleres forman sus precios de reparación en

función de los precios de las aseguradoras, es decir, los baremos son una formación de precios propios con relación a los precios del participante dominante (aseguradoras).

El caso de que los talleres mecánicos aprovechen información revelada por parte de las aseguradoras si bien será mencionado, de ninguna manera es factible, ya que lo que ha cuestionado las aseguradoras, es la supuesta “ineficiencia” de los talleres y el cobro “exagerado” de los servicios de reparación. No consta en el expediente llevado por Procompetencia, ni siquiera se ha asomado, el evaluar los números, gastos operativos, cálculos actuariales de las aseguradoras, y al momento de negociar los talleres con las aseguradoras, estas últimas nunca entregan sus costos o ingresos, ya que lo que se cuestiona comúnmente es si los talleres son honestos o no. Lo anterior en términos éticos es discriminatorio contra los talleres mecánicos. Este cuarto caso es poco factible toda vez que los talleres mecánicos que se encuentran atomizados no poseen el poder de mercado para imponer condiciones de comercialización o restricciones verticales.

Caso 1: Aceptación de las Restricciones Verticales y Desempeño como Industria Única o Integrada:

En este caso se impone una restricción vertical que obliga a la industria a actuar como una sola, de hecho el caso extremo de la restricción permitiría pensar que la industria de los talleres mecánicos y la industria de las compañías de seguros se integren en una sola industria. La integración supone capacidad de negociación y participación equivalentes sobre las ganancias, que puedan permitir reparticiones equitativas de las ganancias y por lo tanto crear incentivos para mantenerse integrados. Otra posibilidad es que la industria dominante (aseguradoras), la cual impone la restricción vertical (fijación de baremos y lista de talleres autorizados), convenga repartir los beneficios de forma equivalente de manera tal de enviar la señal de compromiso con el acuerdo o la restricción vertical. Más adelante se observará que el poder de mercado que ostenta las aseguradoras y manifiesta en la constitución de lista de talleres autorizados y de baremos, funge como incentivo suficiente para violar cualquier acuerdo que pueda beneficiar a ambos participantes, siempre en búsqueda de un mayor nivel de ganancia.

Este caso presenta una fuerte restricción a la competencia toda vez que la constitución de talleres autorizados, ante un sector de talleres de pequeños empresarios atomizados, significaría la exclusión de un gran número de talleres, entre los que se encontrarían los que imposibilitados por sus estructuras de costos o por respetar su derecho constitucional de libertad económica no acepten las restricciones verticales que pretendan imponer las compañías de seguro (fijación de baremos, formas de pago, lista de talleres autorizados y otras condiciones de comercialización). La evidencia empírica demuestra que el número de talleres autorizados por las compañías de seguros dista mucho de significar un monto representativo sobre el universo de talleres mecánicos constituidos. Con la práctica anterior se le niega al mercado de asegurados la posibilidad de contar con un mayor número de oferentes, lo que no solo significa desaparición de opciones y variedad para los asegurados, sino que se imposibilita imprimirle dinamismo y competencia a los talleres mecánicos, los que ya no estarán incentivados a satisfacer las necesidades exigencia del legítimo consumidor final (el asegurado), sino que, con solo cumplir los requisitos, baremos y condiciones de las aseguradoras contarán con un mercado cautivo.

Para la Industria Integrada:

Max [(p - c) (a - α p)] Función Objetivo
p

$$a p - \alpha p^2 - a c + \alpha c p = \text{Beneficio} = B$$

$$\frac{\partial B}{\partial p} = a - \alpha 2 p + \alpha c = 0 \longrightarrow \text{Condición de Primer Orden.}$$

$$\alpha 2 p = a + \alpha c \implies \boxed{p = \frac{a + \alpha c}{2 \alpha}}$$

Sustituyendo en la Función Objetivo:

$$\left(\left(\frac{a + \alpha c}{2 \alpha} \right) - c \right) \left(a - \alpha \left(\frac{a + \alpha c}{2 \alpha} \right) \right) = \left(\frac{a + \alpha c - 2 \alpha c}{2 \alpha} \right) \left(a - \frac{a + \alpha c}{2} \right)$$

$$\implies \left(\frac{a - \alpha c}{2 \alpha} \right) \left(\frac{2 a - a - \alpha c}{2} \right) = \left(\frac{a - \alpha c}{2 \alpha} \right) \left(\frac{a - \alpha c}{2} \right)$$

$$\implies \boxed{\Pi_{\text{total}} = \Pi_{\text{integrada}} = \frac{(a - \alpha c)^2}{4 \alpha}}$$

Caso 2: Industria No Integrada y sin imposición de Restricciones Verticales:

En este caso las empresas maximizan su utilidad o beneficio con respecto al precio al cual cada uno se enfrenta a su pagador o comprador, esto quiere decir que las aseguradoras maximizan su beneficio con respecto a su precio de venta al asegurado (p), mientras que los talleres mecánicos maximizan con respecto al precio de la reparación (pw). Este es el caso de la doble marginalización, donde cada componente de la cadena actuando separadamente,

como monopolistas, cargan una renta monopólica o explotan su poder de mercado en cada nivel de la cadena de comercialización.

Para las Aseguradoras (Detallista):

Las aseguradoras en la relación comercial común desplegada, fungen como detallista ya que luego de ser reparado el vehículo o para cancelar el servicio de la reparación, estas compañías emitirán una orden de reparación y luego cancelará el servicio prestado. Precisamente, la libertad que se ha tomado las compañías de seguro de escoger y pagar los talleres mecánicos a realizar el servicio de reparación ha transformado al aseguramiento en una actividad de servicio prepago condicionado a la ocurrencia del siniestro. Por medio de esta práctica común las compañías de seguro por medio del aseguramiento ya no sólo absorben el riesgo de la pérdida patrimonial, sino que toma decisiones propias de los asegurados, a saber, escoger el taller de preferencia.

Como mencionamos anteriormente, concibiendo a cada uno de los agentes presentes en la cadena de comercialización, los talleres mecánicos, las aseguradoras y los asegurados como industria o en términos agregados, las primas globales terminan significando el precio que paga los asegurados por el pago de las reparaciones e indemnizaciones agregadas ante las eventuales ocurrencia de los siniestros.

Debe dejarse sentado, que el producto o servicio en cuestión, lo constituye la reparación de los vehículos siniestrados, que de ninguna manera es cancelado por quienes al estar patrimonialmente imposibilitados (insolvencia que causalmente determina la necesidad y acción del aseguramiento), termina siendo cancelado por las aseguradoras. Es así como se entiende que el productor o prestador del servicio lo constituyen los talleres mecánicos, mientras que las aseguradoras incurren en el costo del pago de las reparaciones, que es más que compensado por el precio que le cobra vía prima a los asegurados por el servicio prestado.

Cuando las aseguradoras actúan separadamente e individualmente de los talleres mecánicos su función objetivo se expresa de la manera siguiente:

$$\text{Max } [(p - p_w) (a - \alpha p)] \quad \text{Función Objetivo}$$

$$a p - \alpha p^2 - a p_w + \alpha p_w p = \text{Beneficio} = B$$

$$\frac{\partial B}{\partial p} = a - 2 \alpha p + \alpha p_w = 0 \quad \longrightarrow \quad \text{Condición de Primer Orden.}$$

$$2 \alpha p = a + \alpha p_w \quad \Longrightarrow \quad \boxed{p = \frac{a + \alpha p_w}{2 \alpha}}$$

Sustituyendo en la Demanda Tenemos:

$$D = a - \alpha \left(\frac{a + \alpha pw}{2\alpha} \right) = a - \left(\frac{a + \alpha pw}{2} \right)$$

$$D = \frac{2a - a - \alpha pw}{2} \Rightarrow \boxed{D = \frac{a - \alpha pw}{2}}$$

Sustituyendo en la Función Objetivo:

$$\Rightarrow (p - pw) \left(\frac{a - \alpha pw}{2} \right) = \left(\left(\frac{a + \alpha pw}{2\alpha} \right) - pw \right) \left(\frac{a - \alpha pw}{2} \right)$$

$$\Rightarrow \left(\frac{a + \alpha pw - 2\alpha pw}{2\alpha} \right) \left(\frac{a - \alpha pw}{2} \right) = \frac{1}{\alpha} \left(\frac{a - \alpha pw}{2} \right)^2$$

$$\Rightarrow \boxed{\Pi_{\text{Detallista}} = \Pi_{\text{Aseguradoras}} = \frac{(a - \alpha pw)^2}{4\alpha}}$$

Para los Talleres (Productores):

En este caso como se mencionó, cada uno maximizará con respecto al precio que estos venden, ya que no existe restricción vertical que fije los precios y haga precio-aceptante al agente al que le es impuesta la restricción. Todo esto significa que los talleres mecánicos maximizan considerando sus costos y precios de las reparaciones.

Max_{pw} [(pw - c) (a - α p)] Función Objetivo

$$\text{Max}_{pw} \left[(pw - c) \left(\frac{a - \alpha pw}{2} \right) \right]$$

$$\Rightarrow \frac{a pw - \alpha pw^2 - a c + \alpha c pw}{2} = \text{Beneficio} = B$$

$$\frac{\partial B}{\partial pw} = \frac{a - \alpha 2 pw}{2} + \frac{\alpha c}{2} = 0 \longrightarrow \text{Condición de Primer Orden.}$$

Despejando su precio de venta:

$$\Rightarrow \frac{2 \alpha \text{pw}}{2} = \frac{a + \alpha c}{2} \Rightarrow \alpha \text{pw} = \frac{a + \alpha c}{2}$$

$$\Rightarrow \boxed{\text{pw} = \frac{a + \alpha c}{2 \alpha}}$$

Sustituyendo en la Función Objetivo:

$$\left(\frac{a + \alpha c - c}{2 \alpha} \right) \left(\frac{a - \alpha (a + \alpha c) / (2 \alpha)}{2} \right) = \left(\frac{a + \alpha c - 2 \alpha c}{2 \alpha} \right) \left(\frac{(2 a - a - \alpha c) / 2}{2} \right)$$

$$\Rightarrow \left(\frac{a - \alpha c}{2 \alpha} \right) \left(\frac{a - \alpha c}{4} \right) = \frac{(a - \alpha c)^2}{8 \alpha}$$

$$\Rightarrow \boxed{\Pi_{\text{Productor}} = \Pi_{\text{Talleres}} = \frac{(a - \alpha c)^2}{8 \alpha}}$$

Sustituyendo pw en el Beneficio de las aseguradoras o Detallista tenemos:

$$\left(\frac{(a - \alpha (a + \alpha c) / (2 \alpha)) / (2 \alpha)}{4 \alpha} \right)^2 = \left(\frac{(a - ((a + \alpha c) / 2)) / (2 \alpha)}{4 \alpha} \right)^2 = \left(\frac{((2 a - a - \alpha c) / 2) / (2 \alpha)}{4 \alpha} \right)^2$$

$$\Rightarrow \frac{((a - \alpha c) / 2)^2}{4 \alpha} = \frac{((a - \alpha c)^2 / 4)}{4 \alpha} = \frac{(a - \alpha c)^2}{16 \alpha}$$

$$\Rightarrow \boxed{\Pi_{\text{Detallista}} = \Pi_{\text{Aseguradores}} = \frac{(a - \alpha c)^2}{16 \alpha}}$$

Beneficio Total:

$$\Pi_{\text{Aseguradores}} + \Pi_{\text{Talleres}} = \frac{(a - \alpha c)^2}{16 \alpha} + \frac{(a - \alpha c)^2}{8 \alpha}$$

$$\Pi_{\text{Total}} = \Pi_{\text{Aseguradores}} + \Pi_{\text{Talleres}} = \frac{(a - \alpha c)^2}{16 \alpha} + 2 \frac{(a - \alpha c)^2}{16 \alpha}$$

$$\Pi_{\text{Total}} = \frac{3}{16 \alpha} (a - \alpha c)^2$$

Caso 3: Industria No Integrada, donde las Aseguradoras Maximizan su Beneficio con respecto a su precio, mientras obligan a los talleres a maximizar su beneficio con respecto a una restricción de fijación de baremos (en base a los precios de las aseguradoras que maximicen su utilidad), producto de la información revelada por los talleres mecánicos, y del abuso del poder de mercado ostentado por las aseguradoras:

Para las Aseguradoras (Detallistas):

Esta industria opera No Integrada, es decir, que actúa separadamente y maximiza o toma sus decisiones con respecto a sus precios de venta (los precios finales, p).

Max [(p - p_w) (a - α p)] Función Objetivo
p

$$a p - \alpha p^2 - a p_w + \alpha p_w p = \text{Beneficio} = B$$

$$\frac{\partial B}{\partial p} = a - \alpha 2 p + \alpha p_w = 0 \longrightarrow \text{Condición de Primer Orden.}$$

$$2 \alpha p = a + \alpha p_w$$



$$p = \frac{a + \alpha p_w}{2 \alpha}$$

Sustituyendo en la Demanda Tenemos:

$$D = a - \alpha \left(\frac{a + \alpha p_w}{2 \alpha} \right) = a - \left(\frac{a + \alpha p_w}{2} \right)$$

$$D = \frac{2 a - a - \alpha p_w}{2}$$



$$D = \frac{a - \alpha p_w}{2}$$

Sustituyendo en la Función Objetivo:

$$\Rightarrow (p - pw) \left(\frac{a - \alpha pw}{2} \right) = \left(\left(\frac{a + \alpha pw}{2\alpha} \right) - pw \right) \left(\frac{a - \alpha pw}{2} \right)$$

$$\Rightarrow \left(\frac{a + \alpha pw - 2\alpha pw}{2\alpha} \right) \left(\frac{a - \alpha pw}{2} \right) = \frac{1}{\alpha} \left(\frac{a - \alpha pw}{2} \right)^2$$

$$\Rightarrow \boxed{\Pi_{\text{Detallista}} = \Pi_{\text{Aseguradoras}} = \frac{(a - \alpha pw)^2}{4\alpha}}$$

Para los Talleres (Productor):

En este caso los talleres revelan información a las aseguradoras, y las aseguradoras les imponen unos baremos a los primeros, que calculados en base a sus precios (las primas) optimiza o maximiza las acciones de las aseguradoras. Esta conducta de despliegue de una restricción vertical tiene por objetivo evitar una doble marginalización, pero la diferencia con el primer caso radica en que las aseguradoras no buscan mantener equidad o una conducta sinérgica. Esto quiere decir que no se actuará como una industria integrada, sino que por medio de la fijación de baremos y el otorgamiento discrecional de ordenes de reparación se obliga a los talleres a tomar decisiones con respecto a los precios de las aseguradoras. Es importante dejar claro que el ser precio-aceptante por parte de los talleres, y siendo los baremos una fijación de precios estimados por las aseguradoras, significa que tácitamente los talleres mecánicos toman sus decisiones con respecto al precio de las aseguradoras.

Max [(pw - c) (a - \alpha p)] Función Objetivo
p

$$\Rightarrow a pw - \alpha pw p - a c + \alpha c p = \text{Beneficio} = B$$

$$\frac{\partial B}{\partial p} = -\alpha pw + \alpha c = 0 \quad \longrightarrow \quad \text{Condición de Primer Orden.}$$

$$\Rightarrow \alpha pw = \alpha c \quad \Rightarrow \quad pw = \frac{\alpha c}{\alpha} \quad \Rightarrow \quad \boxed{pw = c}$$

Sustituyendo en la Función Objetivo:

$$(c - c)(a - p) = 0 = \text{Beneficio} = \boxed{\Pi_{\text{Productor}} = \Pi_{\text{Talleres}} = 0}$$

Caso 4: Industria No Integrada, donde los Talleres Maximizan su Beneficio con respecto a su precio, mientras obligan a las Aseguradoras a maximizar su beneficio con respecto a una restricción de fijación de precios de las reparaciones de vehículos:

Para los Talleres (Productor):

Esta industria opera No Integrada, es decir, que actúa separadamente y maximiza o toma sus decisiones con respecto a sus precios de venta o de reparación (los precios de la reparación, p_w).

Max [$(p_w - c)(a - \alpha p)$] Función Objetivo
 p

$$\Rightarrow a p_w - \alpha p_w p - a c + \alpha c p = \text{Beneficio} = B$$

$$\frac{\partial B}{\partial p} = a - \alpha p = 0 \longrightarrow \text{Condición de Primer Orden.}$$

$$\Rightarrow \alpha p = a \Rightarrow \boxed{p = \frac{a}{\alpha}}$$

Sustituyendo en la Función Objetivo:

$$\left((p_w - c) a - \frac{\alpha a}{\alpha} \right) = 0 \quad \boxed{\Pi_{\text{Productor}} = \Pi_{\text{Talleres}} = 0}$$

Para las Aseguradoras (Detallista):

Si bien este caso en la práctica es, sino imposible, verdaderamente dificultoso para su realización, debido a lo atomizado del sector talleres mecánicos y por tanto su bajo o nulo poder individual de mercado, se presentará ya que completa las posibilidades teóricas a ser analizadas. Nos parece destacable el hecho que en la práctica sean las aseguradoras las que imponen restricciones verticales vía fijación de baremos y de listas de talleres autorizados (los que significa una repartición de mercado), ya que esto constituye evidencia inequívoca de poder de mercado.

Max [$(p - p_w)(a - \alpha p)$] Función Objetivo
 p_w

$$a - p - \alpha p^2 - a - \alpha p + \alpha p = \text{Beneficio} = B$$

$$\frac{\partial B}{\partial p} = -a - \alpha p = 0 \quad \longrightarrow \quad \text{Condición de Primer Orden.}$$

$$\alpha p = a$$



$$p = \frac{a}{\alpha}$$

Sustituyendo en la Función Objetivo:

$$\left(\frac{a - p}{\alpha} \right) \left(a - \frac{\alpha a}{\alpha} \right) = 0$$

$$\Pi_{\text{Detallista}} = \Pi_{\text{Aseguradoras}} = 0$$

Resumen de los Casos Posibles:

TALLERES MECANICOS (Productor)

INTEGRARSE

NO INTEGRARSE

ASEGURADORAS (Detallista)

INTEGRARSE

NO INTEGRARSE

$\Pi_{\text{Aseguradoras}} = \frac{(a - \alpha c)^2}{8\alpha}$ 1	$\Pi_{\text{Aseguradoras}} = \frac{(a - \alpha c)^2}{4\alpha}$ 3
$\Pi_{\text{Talleres}} = \frac{(a - \alpha c)^2}{8\alpha}$	$\Pi_{\text{Talleres}} = 0$
$\Pi_{\text{Aseguradoras}} = 0$ 4	$\Pi_{\text{Aseguradoras}} = \frac{(a - \alpha c)^2}{16\alpha}$ 2
$\Pi_{\text{Talleres}} = 0$	$\Pi_{\text{Talleres}} = \frac{(a - \alpha c)^2}{8\alpha}$

Según el cuadro de estrategias y resultados, se puede evidenciar que la imposición de restricciones verticales, aún cuando las compañías de seguro retribuyan la adhesión de los talleres mecánicos en pro de la integración (otorgándoles parte del beneficio), termina significando una discriminación hacia los que no admiten la imposición de condiciones de comercialización. Lo anterior significaría la destrucción de la competencia en el renglón o nivel de los talleres mecánicos, ya que sería excluido un gran número de talleres de las listas de talleres autorizados. Constituye un hecho notable el que no todo el universo de talleres mecánicos esté incluidos en **todas** las listas de talleres autorizados que poseen las aseguradoras.

Si bien el recuadro del caso 1 muestra una repartición equitativa entre las aseguradoras y los talleres que se acogieron a las restricciones verticales (ya que los talleres que no acepten las restricciones verticales son sencillamente excluidos y por tanto no tendrán acceso al mercado de los asegurados), es un caso extremo. La estrategia dominante para las aseguradoras es la de imponer restricciones verticales, ya que con esta estrategia obtendrá siempre un mayor beneficio, que si actúan por separado sin imponer restricción vertical alguna, nótese que al aplicar una restricción vertical concibiendo a la industria integrada o aprovechando su poder de mercado las aseguradoras obtendrán $((a - \alpha c)^2)/8\alpha$ y $((a - \alpha c)^2)/4\alpha$ respectivamente, lo que significan las dos alternativas de más alto beneficio. Ahora bien en el primer caso existiendo asimetrías entre las aseguradoras y los talleres mecánicos producto de la práctica discriminatoria de ordenes de reparación, y manipulando, sino controlando, la decisión del asegurado en cuanto a que taller acudir; las aseguradoras pueden distribuir de forma menos equitativa el beneficio total entre las industrias participantes. Es así como podemos pensar que las aseguradoras, al contar con el incentivo y la capacidad que significa el poder de mercado y el instrumento de abuso como el uso discrecional de las ordenes de reparación, podrán optar a repartir a las aseguradoras montos por debajo de $((a - \alpha c)^2)/8\alpha$. La práctica anterior tiene el límite de imponer las restricciones verticales de fijación de baremos y lista de talleres autorizados al punto de no considerar la integración y pensar por sí sólo, hasta el punto de explotar al máximo su poder de mercado, con lo que nos encontraríamos en el caso 3, donde las aseguradoras ganarán $((a - \alpha c)^2)/4\alpha$. Todo el razonamiento anterior nos sirve para aseverar que las aseguradoras haciendo uso de su posición de dominio conjunta, así como de una práctica reconocida por quienes las despliega (las aseguradoras), buscarán imponer restricciones verticales que garanticen la transferencia de rentas hacia estas empresas, maximizando en lo posible su beneficio.

Al ser este un juego asimétrico en términos de los poderes de mercado, donde las aseguradoras tienen la capacidad de imponer restricciones verticales, con la posibilidad única de los talleres al no aceptarlas de ser excluidos del mercado de asegurados, el tercer caso resulta ser el desplegado en el mercado venezolano. Lo anterior quiere decir, que las decisiones a ser tomadas por los talleres son prácticamente impuestas vía la coerción en lo discrecional de los otorgamientos de las ordenes de reparación y la adhesión a la lista de talleres autorizados. Los talleres han sido obligados a aceptar los baremos calculados por las aseguradoras, de lo contrario serán excluidas de las listas y del otorgamiento de ordenes de reparación, con lo que el asegurador desprovisto patrimonialmente para reparar su vehículo (recordemos que una de las funciones sociales de la actividad de aseguramiento es

reducir o eliminar los ahorros precautivos), aceptará las condiciones y talleres que directa (vía lista de talleres) o indirectamente (vía la no aprobación de ordenes de reparación) imponen las aseguradoras.

Todo lo anterior sirve de evidencia y de herramienta de fundamentación para evitar la imposición de restricciones verticales, así como para la mediación del ente competente, ante las asimetrías presente entre estas industrias.

Se hace necesario evitar que los talleres revelen información que posteriormente sea utilizado por las aseguradoras para imponer baremos y lista de talleres a su conveniencia, destruyendo competencia y opciones o alternativas de oferentes de servicios de reparación de vehículos para los asegurados.

Queda demostrado como la práctica comercial común desplegada por las aseguradoras, vía aprobación discrecional de ordenes de reparación, la constitución de lista de talleres autorizados para aquellos talleres que acepten sus condiciones de comercialización (precios, tiempo de pagos, etc) y el poder de mercado para poder consumir el abuso y captura de rentas, constituye una conducta restrictiva de la Ley para Promover y Proteger la Libre Competencia, particularmente en sus artículos 6, 10 y muy explícitamente el 12.

Luego de describir como se ha venido desempeñando las relaciones comerciales entre talleres mecánicos, las aseguradoras y los aseguradores, nos parece relevante transcribir lo que considera el artículo 12 de la mencionada ley:

“Artículo 12. Se prohíben los contratos entre los sujetos de esta Ley, referidos a bienes y servicios, en la medida en que establezcan precios y condiciones de contratación para la venta de bienes o prestación de servicios a terceros, y que tengan la intención o produzcan o puedan producir el efecto de restringir, falsear, limitar o impedir la libre competencia en todo o parte del mercado.”

Es así como la imposición de baremos, la utilización de listas de talleres autorizados o cualquier otra imposición de condiciones de comercialización son restricciones verticales impuestas por las compañías de seguro (al contar con el poder de mercado), que buscan maximizar los beneficios de las aseguradoras al capturar rentas ajenas, y al restringir, falsear, limitar e impedir la libre competencia.

Anexo 1:

Consideraciones Acerca de los Precios Finales:

Precio Final de la Industria No Integrada:

$$p = \frac{a + \alpha pw}{2\alpha} \quad pw = \frac{a + \alpha c}{2\alpha}$$

$$p = \frac{a + \alpha ((a + \alpha c)/2\alpha)}{2\alpha} = \frac{(2a + a + \alpha c)/2}{2\alpha}$$



$$p = \frac{3a + \alpha c}{4\alpha}$$

Precio Final de la Industria Integrada:



$$p = \frac{a + \alpha c}{2\alpha}$$

Entonces como $\frac{3}{4} > \frac{1}{2}$

Precio Final Industria No Integrada > Precio Final Industria Integrada

$$\frac{3a + \alpha c}{4\alpha} > \frac{a + \alpha c}{2\alpha}$$

Precio Final cuando a los Talleres Mecánicos se les impone Restricciones Verticales como los Baremos:

$$p = \frac{a + \alpha pw}{2\alpha} \quad pw = c \quad \Rightarrow \quad p = \frac{a + \alpha c}{2\alpha}$$

Precio Final cuando a las Aseguradoras se les impone Restricciones Verticales:

$$p = \frac{a}{\alpha}$$

Ahora bien siempre y cuando $a > \alpha c$ entonces:

$$\frac{a}{\alpha} > \frac{a + \alpha c}{2\alpha}$$

Consideraciones:

Aún cuando en teoría una restricción vertical de imposición de precios o baremos reduce el problema de la doble marginalización, en la práctica lo que ocurre es que la empresa dominante se apropia de una renta que bien puede haberse conquistado en el mercado a fuerza de calidad de servicio, preferencias creadas, lealtad de marca o nombre, bajos costos transaccionales (ubicación espacial, tiempo expendido, etc), etc. Las restricciones no sólo excluyen del mercado, sino que discriminan a quienes se ven obligados a aceptarla, significando el primer efecto destrucción de mercado, y de oferentes, que representan oportunidades y competencia para el mercado.

Este tipo de prácticas termina desapareciendo variedad y oportunidades en lo que a la oferta se refiere, mientras se niega los beneficios de bajos precios, una creciente calidad e innovación producto de la competencia.

Es destacable que independientemente de la elasticidad de la demanda, y por la tanto de cuan sensible son los demandantes de pólizas ante incrementos en las primas, el beneficio de imponer restricciones verticales representan incentivos para las instituciones financieras supra.

Bibliografía:

- Centro para la Cooperación con las Economías Europeas en Transición. **Glosario de Economía Industrial y Derecho de la Competencia**. Ediciones Mundi-Prensa. París. 1995.
- Downes John y Goodman Jordan Elliot. **Dictionary of Finance and Investment Terms**. Editorial Barron's. USA. 1998.
- Pepall, Richards y Norman. **Industrial Organization: Contemporary Theory and Practice**. South-Western College Publishing. USA. 1999.
- Tirole Jean. **The Theory of Industrial Organization**. MIT Press. Cambridge, MA. 1988.