

## **Comentario al trabajo: “ESTIMACIONES DE DEMANDA EN MERCADOS HETEROGÉNEOS CON CONSUMIDORES HETEROGÉNEOS” de Mariela Fuks y Miguel Manjón**

Comentarista: Miriam Berges

El trabajo propone una estimación de demanda de ordenadores personales con datos agregados, segmentando el mercado para ocho países americanos y siete tipos de consumidores. Los datos utilizados presentan un gran volumen de información sobre las ventas de PCs con precios, marcas, modelos, canales de distribución, consumidores y países. Siguiendo la literatura sobre estimaciones en mercados con firmas que producen múltiples productos y diferenciación de productos, se centra en la demanda y emplea un modelo de elección discreta para explicar la diferenciación del producto. La formulación parte de considerar que la utilidad del consumidor depende tanto de las características del producto como de las características de los consumidores y la demanda de cada producto se obtiene agregando para todos los consumidores que prefieren ese producto a cualquiera de los otros posibles. Aunque no se observen las características de los consumidores, el modelo de utilidad aleatoria permite calcular la probabilidad de que un consumidor  $i$  adquiera el producto  $j$ , asumiendo una distribución de probabilidad para las preferencias de los consumidores por el producto. Esto permite calcular la participación de mercado del producto cuya demanda es el resultado de multiplicar esta participación por el tamaño del mercado.

Lo que se modela es la participación de mercado en función de las características del producto, de su precio, de las características no observadas en el producto y de los parámetros que determinan la distribución de las características de los consumidores. Se espera que el precio esté correlacionado con las características no observadas del producto y, por lo tanto, es necesario corregir la endogeneidad de la variable precio empleando variables instrumentales.

La formulación elegida es la que supone preferencias homogéneas de los consumidores respecto de las características no observadas del producto, lo que introduce la restricción de no interacción entre consumidores y características del producto. Esto se traduce en elasticidades precio y cruzadas de los productos que resultan determinadas por la participación de mercado con independencia de cuán similares sean las características de los productos.

El aporte original del trabajo consiste en incorporar los segmentos del mercado definidos por país y tipo de consumidor explorando diferencias en su comportamiento y dar cuenta de la relevancia de la variedad de productos en las preferencias de los consumidores para decidir su compra.

Previo a efectuar algunos comentarios, deseo aclarar que aunque he trabajado con estimaciones de demanda, no poseo antecedentes en este tema y mi análisis se centra en efectuar alguna contribución para facilitar la lectura del mismo a quienes como yo, acceden al tema a través de la lectura de este trabajo.

En primer lugar me costó llegar a entender el objetivo del trabajo, creo que en la introducción debería ponerse más énfasis en lo que se explora por sobre lo que está ya tratado sobre el tema. Aunque se dice, está poco explicado de una manera más intuitiva que permita introducir el análisis que luego se desarrolla. Lo mismo me sucede con la explicación del modelo, debí recurrir a la lectura de los textos que cita como antecedentes para comprender su formulación. De hecho, hubiera esperado leer la metodología en una sección previa a la descripción de los datos.

En segundo lugar me hubiera gustado leer algo más en la parte descriptiva de los datos, más allá que el modelo no permita interacción entre consumidores y productos es claro que los datos permiten conocer qué marcas o tipos de productos son demandados por qué tipos de consumidores y si existen diferencias entre los países. Creo que no interfiere con el objetivo y aporta información que puede ser de interés para el lector.

En tercer lugar, deseo destacar la claridad con que se expone la descripción de las variables, la fuente de los datos y el detalle de los procedimientos realizados. En ese sentido resulta poco el espacio dedicado a la elección de las variables instrumentales, que son de importancia en la estimación realizada. Por ejemplo incluir un comentario sobre otras posibilidades o las limitaciones de los datos para la utilización de otros posibles.

También es muy escueto el análisis de los resultados de la estimación y los análisis efectuados. No explica qué tipo de combinación de los dos métodos que menciona es la que emplea para obtener los resultados de la estimación que detalla en la última columna del Cuadro 2. Aunque el trabajo fuera más extenso, alguna explicación más intuitiva permitiría valorar más la magnitud de los resultados encontrados.

Una pregunta más curiosa que formal, ¿por qué se toma como mercado potencial, la cantidad de hogares que poseen una PC? La duda surge al observar que los demás segmentos están considerados en términos de total de ocupados, intuitivamente esperaría el total de hogares como potencial.

Por último un comentario menor, de edición, en la página 9 al pie se menciona cantidad producida para introducir la ecuación (4) lo que resulta confuso, estimo que se trata de un error involuntario para referirse a cantidad demandada.