

OPTIMAL PRICING AND GRANT POLICIES FOR MUSEUMS

Autores: Juan Prieto Rodríguez y Víctor Fernández Blanco

En este trabajo se ha definido un modelo teórico en el que una agencia pública encargada de supervisar la actividad del museo es el principal y el gerente del museo es el agente. Además, se ha teniendo en cuenta la existencia de dos fuentes potenciales de ingresos: subvenciones públicas e ingresos en taquilla.

A partir de este modelo, se ha analizado la política de financiación óptima y el esfuerzo óptimo del gerente cuando hay información simétrica (y, por tanto, la agencia pública puede controlar el esfuerzo del gerente) y cuando existe riesgo moral (y el esfuerzo no puede controlarse).

Cuando el principal (agencia pública) es neutral al riesgo y el agente (gerente) es averso al riesgo, el presupuesto del museo tiene que ser constante e independiente del número de visitantes si existe información simétrica. Esto implica que la agencia pública tiene que asegurar totalmente el presupuesto del museo, asignando un subsidio que, dado el nivel óptimo de esfuerzo, permita al gerente obtener su utilidad de reserva. Además, tanto el precio óptimo de las entradas como el esfuerzo óptimo del gerente nos situarán en un óptimo paretiano.

Sin embargo, estas conclusiones no se sostienen con información asimétrica. Cuando el esfuerzo es difícil controlar y existe un problema de riesgo moral, el presupuesto y las subvenciones tiene que vincularse a los resultados para otorgarle al gerente incentivos suficientes para conseguir niveles de esfuerzo altos. Por consiguiente, asegurar completamente al gerente del museo es ineficaz.

No obstante, respecto a los precios la solución sigue siendo Pareto-óptima y ésta no cambia cuando se introduce riesgo moral. Por tanto, el gerente no debería tener capacidad para fijar el precio de las entradas ya que sus incentivos lo llevarían a elevar los precios por encima del óptimo social para maximizar los ingresos por taquilla. Debe ser la agencia pública

quien regule los precios de acuerdo con la valoración social de las visitas a los museos.

Por otro lado, las subvenciones y el presupuesto óptimos del museo se ven afectados por la existencia de riesgo moral, alejándonos del equilibrio paretiano respecto a estas dos variables. En este caso, incluso con un gerente averso al riesgo y la agencia pública neutral al riesgo, las subvenciones y el presupuesto dependerán de los resultados, ya que los incrementos en el presupuesto deben proporcionar los incentivos necesarios para aumentar el nivel de esfuerzo del gerente.

Aunque el enfoque de este papel se centra en la administración de un museo, el modelo desarrollado puede generalizarse fácilmente y puede aplicarse a otras instituciones, como las escuelas o las ONGs, es decir, aquellas instituciones que pueden recibir tanto fondos privados (por ejemplo, tasas, cuotas de afiliados o venta de entradas) o financiación pública (por ejemplo, subvenciones).