

SÍLABO

I.- Información General

- Nombre del curso: Organización Industrial (OI)
- Código del curso: 134069
- Número de créditos: 4
- Departamento académico: Economía
- Requisito(s): Microeconomía II (134427) o Microeconomía Financiera (130187) o Microeconomía Financiera (1F0069)
- Año y Semestre académico: 2023 - I
- Sección: B
- Docente (e-mail): Julio Aguirre (aguirre_jc@up.edu.pe)
- Jefes de prácticas (e-mail): **Sección B:**
Delia Ruiz (deliaruiz20@hotmail.com)
Johan Lázaro (je.lazaros@up.edu.pe)
- Horario de clases (C) y de prácticas dirigidas (PD): **Sección B:**
(C) Martes 9:30 – 12:20 (PD) Miércoles 13:30 – 15:20

II.- Introducción

El curso ofrece una introducción a las actuales teoría y práctica de la organización industrial. Parte del análisis de la estructura interna de las empresas; continúa con la revisión de diversos aspectos de la interacción estratégica entre las empresas, así como de los determinantes de la estructura industrial. Por último, se revisa la teoría y práctica de políticas de competencia.

Se enfatiza en comprender cómo las herramientas teóricas permiten analizar problemas reales. La teoría se confronta con evidencia empírica y se discute sus implicancias en materia de las estrategias empresariales y de política pública.

Finalmente, el curso apunta a dotar a los economistas con las competencias necesarias que lo comprometan con el bienestar del país, de forma tal que, como resultado, evalúe los efectos de las políticas sobre el bienestar económico general.

III.- Logro final de aprendizaje del curso

Al concluir el curso Organización Industrial, el estudiante elegirá la alternativa de solución a un problema complejo que promueva la eficiencia del mercado. Caracterizará la complejidad del mercado planteado por el problema y evaluará cuantitativamente el comportamiento de los agentes en el contexto de la complejidad del mercado. Planteará alternativas eficientes de solución y justificará matemáticamente su elección. Para ello, específicamente, el estudiante realizará el análisis de uno o más mercados a ser explicado a través de una presentación oral, en la cual analizará el comportamiento estratégico de las empresas y la interacción estratégica entre ellas al momento de competir, analizará las políticas de precios de las empresas y sus implicancias en materia de poder de mercado y de bienestar para la sociedad, explicará el comportamiento de las empresas en el contexto de políticas de competencia, y, para ello, recurrirá a fuentes de información secundarias (reportes financieros o informes técnicos) y a fuentes primarias (encuestas y entrevistas).

IV.- Unidades de aprendizaje

UNIDAD DE APRENDIZAJE 1: Introducción a las Políticas de Competencia

Logro de Aprendizaje de unidad:

Al concluir la tercera unidad de aprendizaje, el estudiante analiza las condiciones de competencia de un mercado, caracterizándolo bajo el entorno de la política de competencia nacional (y contrastándolo a la internacional).

Contenidos:

(i) Políticas de competencia, (ii) Definición del mercado relevante; (iii) Análisis de posición de dominio; (iv) Análisis de las condiciones de competencia en el mercado relevante.

UNIDAD DE APRENDIZAJE 2: Conducta de la firma y estructura del mercado

Logro de Aprendizaje de unidad:

Al concluir la segunda unidad de aprendizaje, el estudiante resuelve situaciones de comportamiento de empresas en los mercados. Esto lo realiza calculando matemáticamente los precios y cantidades de mercado, los beneficios de las empresas y el bienestar para la sociedad en el corto y largo plazo, bajo diferentes modelos. Además, analiza estrategias (tales como: discriminación de precios, prácticas predatorias, guerra de precios, *raising rival costs*, costos hundidos endógenos y exógenos) con un enfoque de teoría de juegos, y determina matemáticamente los costos y beneficios de disuadir (o acomodarse a) la entrada de potenciales competidores. Asimismo, analiza estrategias de integración horizontal (fusiones y adquisiciones) e integración vertical y restricciones verticales.

Contenidos:

(i) Competencia en precios de corto plazo; (ii) Competencia dinámica en precios; (iii) Disuasión a la entrada y acomodamiento a la entrada; (iv) Diferenciación de productos y competencia; (v) Discriminación de precios; (vi) Integración vertical y restricciones verticales; y, (vii) Determinantes de la estructura de mercado.

UNIDAD DE APRENDIZAJE 3: Teoría de la firma

Logro de Aprendizaje de unidad:

Al concluir la primera unidad de aprendizaje, el estudiante resuelve situaciones relativas a la decisión empresarial de separación o control por parte de las firmas o empresas. Para ello, tiene en cuenta elementos como: costos de transacción, derechos de propiedad, tecnología, inversiones específicas, contratos incompletos, integración vertical; asimismo, demuestra matemáticamente la(s) alternativa(s) óptima(s), y revisa y analiza la evidencia empírica.

Contenidos:

(i) Tamaño y estructura de la firma; y, (ii) Separación de propiedad y control

V.- Estrategias didácticas

- Explicación y demostración de contenidos a cargo del profesor con intervenciones del estudiante, ya sea a través de preguntas, aportes, y/o trabajos o set de ejercicios que el estudiante debe presentar.
- Lecturas obligatorias para cada tópico del curso, que serán encargadas por el profesor.

- Resolución de set de ejercicios y problemas aplicando procedimientos vistos en clase y prácticas dirigidas, y explicando resultados.

VI.- Sistema de evaluación

Tipo de evaluación	Unidad de aprendizaje evaluada	Ponderación	
4 Prácticas Calificadas (PC)* - Evaluación individual	1, 2 y 3	50%	40%
1 Presentación Grupal Escrita (PGE)** - Evaluación grupal		40%	
Participación en Clase (PeC) – Evaluación individual		10%	
Examen parcial escrito (EP)*** - Evaluación individual	1 y 2	30%	
Examen final escrito (EF)*** - Evaluación individual	2 y 3	30%	

(*) En caso de no rendir la(s) PC, en un plazo no mayor a los 3 días calendario, el alumno deberá presentar/enviar una justificación directamente al profesor; de lo cual debe esperar la autorización para rendir una PC Extemporánea (PCE). Dicha PCE se evaluará el día **miércoles 28 de junio (hora a programar)**

(**) La PGE será desarrollado por grupos de no más de 4 alumnos. Detalles de la PGE serán explicados en el primer día de clase.

(***) En caso de no rendir el EP y/o EF, el alumno deberá presentar una justificación a SAR, y esperar ser autorizado a que el profesor le programe un EP y/o EF Extemporáneo.

VIII.- Cronograma

Mes, semana	Nº	Temas	Actividades	Bibliografía
Mar, 21 al 25	1	1.- Introducción a las políticas de competencia 1.1.- Mercado relevante y poder de mercado	C: Lun (A, B) y Mie (A, B)	Church and Ware, Apéndice. Viscusi, Harrington and Vernon, Cap. 3. Motta, Sec I Kovacic and Shapiro (2000)
Mar, 28 a Abr 1	2	1.2.- Colusión	C: Lun (A, B) PD 1: Mie (A, B)	
Abr, 1 al 8	3	2.- Conducta de la firma y estructura del mercado 2.1.- Modelos clásicos de oligopolio	C: Lun (A, B) PC 1: Mie (A, B)	Tirole, Cap. 5 y 6 Church and Ware, Cap. 8, 9 y 10 Shy, Cap. 6
Abr, 11 al 15	4	2.2.- Diferenciación horizontal y vertical	C: Lun (A, B) y Mie (A, B)	Tirole, Cap. 7 Church and Ware, Cap. 11 Shy, Cap. 7
Abr, 18 a 22	5	2.3.- Algunos aspectos de comportamiento estratégico 2.3.1- Fusiones 2.3.1.1- Integración horizontal	C: Lun (A, B) PD 2: Mie (A, B)	Church and Ware, Cap. 22 y 23 Tirole, Cap. 24
Abr, 25 al 29	6	2.3.1.2.- Integración vertical	C: Lun (A, B) PC 2: Mie (A, B)	
May, 2 al 6	7	2.3.1.2.- Restricciones verticales	C: Lun (A, B) PD 3: Mie (A, B)	
May, 9 al 13	8	Examen parcial (miércoles 10 de mayo 10:30 a 12:30)		
May 16 al 20	9	2.3.2.- Predación de precios, disuasión y acomodamiento a la entrada 2.3.3.- Empaquetamiento y atadura (1/2)	C: Mie (A, B)	Tirole, Cap. 8 Church and Ware, Cap. 13, 14 y 21 Shy, Cap. 14
May, 23 al 27	10		C: Lun (A, B) PD 4: Mie (A, B)	
May, 30 a Jun 3	11	2.3.3.- Empaquetamiento y atadura (2/2)	C: Lun (A, B) PC 3: Mie (A, B)	
Jun, 6 al 10	12	2.3.4.- Investigación y desarrollo	C: Lun (A, B) y Mie (A, B)	Shy, Cap 9
Jun, 13 al 17	13	2.3.5.- Publicidad	C: Lun (A, B) PD 5: Mie (A, B)	Shy, Cap 11
Jun, 20 a 24	14	3.- Teoría de la firma 3.1.- Tamaño y estructura de la firma 3.2.- Separación de propiedad y control	C: Lun (A, B) PC 4: Mie (A, B)	Tirole, Cap. Introductorio Church and Ware, Cap. 3
Jun, 27 a Jul 1	15		C: Lun (A, B) PD 6: Mie (A, B) PCE: Mie 28 de junio	
Jul, 4 al 8	16	Examen final (miércoles 5 de julio 10:30 a 12:30)		

IX.- Bibliografía

Libros:

Tirole, J. (1988). "The Theory of Industrial Organization", Cambridge, MA: MIT Press. [ISBN 9780262200714]

Church, J.R. and Ware, R. (2000). "Industrial Organization: A Strategic Approach", Irwin McGraw-Hill. [ISBN 9780256205718]

Shy, O. (1995). "Industrial Organization. Theory and Applications", Cambridge, MA: MIT Press. [ISBN 9780262691796]

Motta, M. (2004). "Competition Policy. Theory and Practice", Cambridge University Press. [ISBN 9780521816632]

Viscusi, W.K., Harrington, J.E. and Vernon, J.J.M. (2005). "Economics of Regulation and Antitrust", Cambridge, MA: MIT Press. [ISBN 9780262220750]