**Microeconomía II**

**Centro de Investigación y Docencia Económicas**

**Primavera 2015**

**Profesor:** Pedro Hancevic

pedro.hancevic@cide.edu

**Horario de consulta:** Jueves 15:00-17:00

**Clases:** Lunes y Miércoles 15:00-17:00

**Laboratorios:** José Eduardo Ibarra

 jeduardo.ibarra.o@gmail.com

 Viernes 10:00-12:00

**Resumen del curso**

En este curso estudiamos el comportamiento de las firmas y las diferentes estructuras de mercado. La meta principal es aplicar la teoría económica para entender cuándo y cómo las firmas ejercen poder de mercado, y cuál es el impacto sobre la eficiencia y el bienestar (principalmente del consumidor).

Las clases estarán basadas en mis notas de clase, las cuales iré enviando por correo electrónico a medida que transcurra el curso. Los textos citados en la bibliografía cubren la mayoría de los temas tratados en clase con mayor grado de detalle. Así mismo, algunos estudios de casos y estudios empíricos serán usados para ilustrar cómo los modelos vistos en clase pueden ser utilizados.

**Bibliografía**

Los asteriscos indican el grado de relevancia en el curso, siendo \*\*\* el máximo, \* el mínimo).

(\*\*\*) Tirole, J. (1988), The Theory of Industrial Organization, Cambridge, Mass.: MIT Press.

(\*\*) Pepall, L., Richards, D., y Norman, G. (2005), Industrial Organization: Contemporary Theory and Practise, Thomson, 3rd Edition.

(\*\*) Breit, W., y Elzinga, K. (1996), The Antitrust Casebook: Milestones in Economic Regulation, Dryden Press, 3rd Edition

(\*) Shy, O. (1996), Industrial Organization. Theory and Applications, Cambridge, Mass.: MIT Press

(\*) Sutton, J. (1991), Sunk Costs and Market Structure, Boston, Mass.: MIT Press

(\*) Motta, M. (2003), Competition Policy; Theory and Practice, Cambridge University Press.

**Calificación**

Se compondrá de un examen parcial (20%), un examen final (40%), tareas (20%), presentación de un tema designado por el profesor y participación en clase (20%).

Importante: luego de recibido su examen, se aconseja compararlo con las respuestas oficiales (serán entregadas en los laboratorios). Si usted encuentra algún error o simplemente no está satisfecho con la calificación tendrá dos semanas luego de recibido el examen para enviar una queja en forma escrita explicando cuidadosamente porque la calificación debería ser revisada. En tal caso, tenga en cuenta que todo el examen será revisado, pudiendo la calificación subir o bajar como consecuencia de ello.

**Programa del curso**

**I. Revisión.** Repaso de conceptos de costos, maximización de beneficios, medidas de bienestar, entre otras cosas.

**II. Monopolio, Precio y Calidad.** Fijación de precios y selección de producto y calidad. El “espacio” del producto y los modelos de diferenciación vertical y horizontal. La selección de calidad por parte de un monopolista. Gasto en publicidad. El problema del número óptimo de productos.

**III. Discriminación de precios.** Discriminación de perfecta (primer grado). Discriminación multimercado o de tercer grado. La regla de la elasticidad inversa. Efectos sobre el bienestar: ambigüedades y casos especiales. Aplicaciones de discriminación de tercer grado. Discriminación de segundo grado. Tarifas en dos partes. Ventas en bloque y ventas atadas.

**IV. Oligopolio clásico.** Funciones de reacción: complementariedad y sustituibilidad estratégica. La paradoja de Bertrand y su resolución. Restricción de capacidad. La obtención de funciones de beneficios de forma reducida que dependen de las cantidades o capacidades. Modelo clásico de Cournot: relación entre concentración y márgenes.

**EXAMEN PARCIAL**

**V. Oligopolio con productos diferenciados.** Competencia especial como diferenciación horizontal (modelo lineal de Hotelling), elección del producto. El modelo circular: entrada y localización. Oligopolio con diferenciación vertical.

**VI. Colusión y precios predatorios.** La lógica de los acuerdos colusivos. Colusión tácita. Elementos estructurales en la determinación y sostenibilidad de un acuerdo colusivo. Dificultades de detección. Precios predatorios y la paradoja de la cadena de negocios. La teoría del precio límite.

**VII. Barreras a la entrada.** Determinantes. Taxonomía de bloqueo, detención y acomodamiento. Contestabilidad. Costos hundidos y capacidad instalada. Inversiones para limitar la entrada. Taxonomía de estrategias.

**VIII. Restricciones verticales.** Restricciones por vía de precios y de prácticas comerciales. Doble marginalización. Riesgo moral en el segmento de “downstream”. Control y sustitución de insumos. Prácticas comerciales “suficientes” para cada caso (franquicias, precio de reventa mantenido, tie-in, etc.). Contratos verticales como barreras a la entrada. Exclusión.

**IX. Fusiones.** Equilibrio y funciones horizontales con productos homogéneos. Definición de mercado relevante. Sinergias. Bienestar. Fusiones con diferenciados. Evaluación de fusiones horizontales.

**X. Equilibrio y Estructura de Mercado.** Concentración industrial. Índices y propiedad. Relación con entrada, costos hundidos y tamaño de mercado. Diferenciación de productos. Innovación y cambio tecnológico. Distribución de tamaños de firmas. Explicaciones alternativas.

**EXAMEN FINAL**