



Universidad del Magdalena
Vicerrectoría Académica
Formato Microdiseño

1 IDENTIFICACION			
1.1 Código	Nombre	1.2 Pre-Requisito	1.3 Co-Requisito
OPT_0016	Economía De La Competencia	Microeconomía III	N.A.
No. Créditos	HADD	HTI	Proporción HADD:HTI
3	48	96	50% - 1:2
Obligatorio ☐		Optativo ☒	Libre ☐
Teórico ☒		Practico ☐	Teórico/Practico ☐
1.4 Unidad Académica Responsable del Curso			
Programa de Economía			
1.5 Área de Formación			
Profesional			
1.6 Componente			No aplica ☐
Énfasis disciplinar/ economía aplicada			
1.7 Objetivo General			
El objetivo de la asignatura es introducir a los estudiantes en los principales problemas que plantea la economía moderna desde el punto de vista de las decisiones individuales. Concretamente, queremos saber, entre otras cuestiones, qué determina el comportamiento microeconómico de las empresas y los individuos; cómo toman las decisiones; cómo se establecen los intercambios comerciales y cuáles son las diferentes formas de organizar los mercados.			
1.8 Objetivos Específico			
Durante el curso presentaremos el tipo de razonamiento, los conceptos y el análisis propio de la economía. A través de modelos sencillos, aprenderemos a analizar los principales problemas económicos como la escasez de recursos y la asignación eficiente de recursos. Finalmente, desarrollaremos los instrumentos básicos para analizar la intervención pública en los mercados.			

2 JUSTIFICACIÓN

Colombia se auto reconoce como una economía social de mercado, en donde "la libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades constitucional"¹. De igual forma, la Ley 1340 del 24 de julio de 2009 dicta normas en materia de protección de la competencia y actualiza la normatividad vigente en esta materia en Colombia, luego de 50 años de vigencia de la Ley 155 de 1959.

En este contexto, resulta de vital importancia que los futuros economistas del país empiecen a concebir como prioritario el estudio riguroso y sistemático de instrumentos y métodos que facilite el entendimiento del rol de los economistas en la aplicación de la normatividad de competencia en Colombia, y la importancia de las autoridades de competencia en los mercados mundiales.

Para ello, tener un espacio académico que permita direccionar las habilidades adquiridas por los estudiantes en microeconomía hacia el análisis de las políticas de competencia, resulta un primer paso que motiva la construcción de una comunidad académica encargada del análisis mencionado

3 COMPETENCIAS A DESARROLLAR

3.1 Competencias Genéricas

La propuesta acá planteada del curso, busca aproximar al estudiante al entendimiento sistemático de la empresa en un contexto de economía de mercado y el papel que en ese sentido tiene el diseño de política de competencia en el desarrollo de la iniciativa empresarial. Para tal fin, es indispensable que el estudiante adquiera progresivamente la capacidad de utilizar las herramientas previamente aprendidas y articule conocimiento construido a partir de curso o cursos anteriores de microeconomía y de las discusiones en las que participó en sus clases de matemáticas tomadas en los primeros semestres de su proceso de formación universitaria

3.2 Competencias Específicas

- Promover en el estudiante la capacidad de construir, analizar y llegar a conclusiones correctas y consistentes a partir de argumentos contruidos sobre un lenguaje y un proceso de razonamiento formal, haciendo especial énfasis en la calidad y capacidad de dar respuestas que tengan implicaciones directas y sensibles en la caracterización de fenómenos económicos asociados a las empresas en una economía de mercado.

Enmarcar muchas de las discusiones de la naturaleza del comportamiento de la empresa, a la luz de lo que hoy por hoy representa uno de los más importantes temas en el campo de la microeconomía aplicada: el análisis de las políticas de competencia y el esfuerzo institucional realizado por parte de diferentes autoridades en el mundo por defender lo que podría definirse como un bien público en una economía social de mercado: la competencia

- Desarrollar en el estudiante capacidades en investigación y reflexión crítica de realidades de mercado que se han venido observando en los últimos años en la economía nacional a partir de cambios substanciales en el rol y en la naturaleza de las empresas en el mercado. De esta

¹ Artículo 333 de la Constitución Política de Colombia
Código: DO-F03
Versión: 03

manera, a partir de la presentación de diferentes estudios de caso que induzcan a contrastar la teoría analizada con la realidad observada en diferentes mercados, se propone suministrar al estudiante alternativas para que sea capaz de entender críticamente las distintas realidades propias de las firmas en una economía de mercado.

- Suministrar al estudiante material bibliográfico reciente en materia de análisis de la empresa tanto teórico como aplicado para ser discutido y analizado de forma exhaustiva a lo largo del curso.
- El seminario busca formar en el estudiante habilidades que le permitan participar en las discusiones relevantes en materia de competencia en Colombia. En ese sentido, la propuesta busca acercar a los estudiantes a un nicho para los economistas poco reconocido desde la academia y muy interesante tanto académica como laboralmente hablando.
- Por una parte, reconocer que existe una prioridad por parte de diferentes autoridades de competencia del continente de contar con economistas expertos en el análisis de integraciones empresariales y prácticas restrictivas de la competencia. De otro lado, el sector empresarial demanda progresivamente asesores económicos capaces de suministrar análisis concernientes a las implicaciones que a la luz de las normas de competencia conlleva la toma de una decisión específica.
- En esta dirección el seminario busca sensibilizar y dotar a los estudiantes con los rudimentos necesarios para investigar en el análisis de competencia en los mercados.

4 CONTENIDO Y CRÉDITOS ACADÉMICOS

Unidades Temáticas		Temas		Tiempos				
N	Nombre	N	Nombre	HAD		HTI		Total
				T	P	T	P	
1	INTRODUCCIÓN DEL CURSO	1.1	Presentación del Programa	1		2		
		1.2	Una motivación inicial al objeto de análisis de la economía de la competencia.	1		2		
		1.3	Una revisión a la normatividad de competencia en Colombia	1		2		
		1.4	La política Antitrust en Estados Unidos.	1		2		
		1.5	Aspectos fundamentales de la Comisión Nacional de la Competencia Española.	1		2		
2	LA SITUACIÓN DE REFERENCIA: EMPRESAS PRECIO ACEPTANTES	2.1	Análisis del proceso de elección de la empresa precio aceptante en el mercado.	1		2		

		2.2	Las elasticidades dentro del análisis del comportamiento de la firma en el mercado.	1		2		
		2.3	La función de costos y la noción de economías y deseconomías de escala de la empresa.	1		2		
		2.4	Modelación de empresas multiproducto.	1		2		
		2.5	¿Por qué es un referente la competencia perfecta dentro de investigaciones en casos de prácticas restrictivas de la competencia?	1		2		
		2.6	Caso de Análisis: La producción y comercialización de tabaco en Colombia.	2		4		
3	ANÁLISIS DE LA EMPRESA MONOPOLISTA	3.1	El monopolio y las políticas de defensa de la competencia	1		2		
		3.2	El Monopolio natural: Definiciones y Retos de su regulación.	1		2		
		3.3	El monopolista frente a bienes durables.	1		2		
		3.4	El monopolista multiplanta.	1		2		
		3.5	Mecanismos de discriminación del monopolio.	1		2		
		3.6	¿Es la discriminación de precios un tema reprochable a la luz de la normatividad de la competencia en Colombia?	1		2		
		3.7	Caso de Análisis: La Federación Colombiana de Fútbol y las entradas a las Eliminatorias al mundial de fútbol Sudáfrica 2010 para apreciar a Colombia como local	1		2		
4	EMPRESAS ACTUANDO ESTRATÉGICAMENTE EN EL MERCADO (PARTE 1)	4.1	Herramientas básicas para la modelación de interacciones de firmas	1		2		
		4.2	La firma en los modelos de Bertrand y Cournot con productos homogéneos.	1		2		
		4.3	Las guerras de precios	1		2		
		4.4	Competencia secuencial en mercados de bienes homogéneos.	1		2		
		4.5	Análisis asintótico de Oligopolios y Oligopsonios.	1		2		
		4.6	Mecanismos de simulación para el análisis de integraciones.	1		2		

		4.7	Efectos unilaterales y efectos coordinados en las integraciones al interior de un oligopolio.	1		2		
		4.8	Competencia entre firmas con productos diferenciados. El modelo de Singh y Vives.	1		2		
		4.9	Caso de Análisis: Análisis de las empresas cementeras en Colombia: el caso de Cementos Andino.	1		2		
5	EMPRESAS ACTUANDO ESTRATÉGICAMENTE EN EL MERCADO	5.1	Modelos de Competencia Monopolística. De Chamberlin a Dixit y Stiglitz	1		2		
		5.2	El Modelo de la ciudad lineal de Hotelling. Ventajas y limitaciones.	1		2		
		5.3	Modelo de ciudad circular. Un análisis sistemático para entender ubicaciones óptimas.	1		2		
		5.4	Caso de Análisis: Análisis del Retail Moderno en la ciudad de Bogotá. Integración almacenes Éxito y Cafam.	2		2		
6	LA EMPRESA Y EL ANÁLISIS ANTITRUST	6.1	Definición de mercados relevantes	1		2		
		6.2	El test de Elzinga y Hogarty	1		2		
		6.3	Abuso de Poder de Mercado. Prácticas exclusorias vs explotativas	1		2		
		6.4	Una aproximación inicial al análisis de integraciones empresariales: - Integraciones Horizontales. - Integraciones Verticales	1		2		
		6.5	Medición de efectos coordinados y efectos unilaterales de las integraciones.	1		2		
		6.6	Análisis antitrust y mercados de dos lados.	2		4		
		6.7	Casos de Análisis: Análisis de integraciones empresariales en el sector de telecomunicaciones en Colombia. El caso de la colusión en el proceso de compartel fase III.	1		2		
7	RETOS Y TÓPICOS A INVESTIGAR EN MATERIA DE COMPETENCIA EN COLOMBIA	7.1	Análisis de mercados oligopsónicos y monopsónicos.	1		2		
		7.2	La teoría del mercado de dos lados como marco de análisis para el entendimiento del sistema de tarjetas de crédito en Colombia.	1		2		

		7.3	El riesgo moral y la selección adversa en el diseño de política de competencia.	2		4		
		7.4	Diseñando condicionamientos en un mercado: - Condicionamientos de Comportamiento. - Condicionamientos estructurales.	1		2		
		7.5	Aspectos relacionados con la dosimetría de las sanciones.	1		2		
		7.6	Caso de Análisis: Análisis de condicionamientos en las empresas productoras de cigarrillos en Colombia.	1		2		
Total				48		96		144
Créditos Académicos				3				

5 PRÁCTICAS ACADÉMICAS (Laboratorio y Salidas de campo)

Temática	Actividad	Tema	Recursos	Tiempo (h)

6 Metodología (máximo 600 palabras)

Para el desarrollo del curso, la metodología a emplearse estará centrada en la presentación magistral de cada uno de los temas referenciados en la sección de temas de esta propuesta, partiendo de dos condiciones centrales. En primer lugar, una condición dirigida a todos y cada uno de los asistentes; será una obligación de los participantes revisar críticamente de manera anticipada cada una de las lecturas sugeridas a discutir en la sesión respectiva. En segundo lugar, una condición auto impuesta al profesor; constituirá una obligación permanente de quien dirige la clase, generar los espacios de interacción necesarios para que las observaciones, aportes y comentarios a realizarse por parte de los participantes sean tenidos en cuenta y logren direccionarse con el fin de cumplir satisfactoriamente los objetivos descritos en la sección anterior.

Aunado a este par de condiciones mencionadas, es necesario acompañar esta propuesta con el uso de herramientas tecnológicas que coadyuven al cumplimiento de los objetivos originalmente propuestos. Por una parte el uso del programa Windows Journal instalado sobre un computador portátil con tablet, provisto por el profesor², junto con el apoyo de un video proyector, que sea suministrado por la Facultad, permitirá en un auditorio relativamente grande, seguir el desarrollo de las discusiones de cada clase sin la necesidad de que el estudiante permanentemente esté preocupado por la toma de apuntes.

Con ayuda de una plataforma de trabajo que pueda suministrar la facultad³, se hace posible organizar cada uno de los textos generados como producto de las discusiones con los estudiantes dentro del aula en cada sesión. De esta manera, pueden agruparse en archivos en formato pdf todas y cada una de las clases para consulta posterior y guía adicional de estudio a aquellos estudiantes que efectivamente

² Computador portátil HP TouchSmart serie tx2-1300.

³O un grupo en la web.

hicieron parte del desarrollo de cada una de las sesiones. En dicha plataforma será igualmente suministrado los vínculos o los artículos en formato pdf disponibles en bases de datos como J-Stor⁴ o Science Direct, para revisión por parte de los estudiantes.

Igualmente, serán propuestos periódicamente cuestionarios y preguntas de reflexión como soporte para que el estudiante pueda constatar que cada una de las discusiones desarrolladas en la clase han sido satisfactoriamente asimiladas y de esta forma se cuente con un elemento adicional que permita lograr el cumplimiento de los objetivos originalmente propuestos.

Con esta serie de elementos, sumado al apoyo de un monitor que tenga la disponibilidad de tiempo para ofrecer sesiones semanales de discusión con los estudiantes, a partir de cuestionarios propuestos, que sea capaz de atender dudas específicas que no se hayan logrado tratar durante la clase, se define completamente la estrategia para desarrollar la asignatura propuesta.

7 Evaluación (máximo 800 palabras)

La evaluación del curso se hará, a partir de la presentación de dos pruebas parciales y un examen final. Cada una de las pruebas parciales representará el 25% de la nota final, mientras que el examen final representará el 30% de la misma. En el caso de los exámenes parciales, el estudiante recibirá los resultados 8 días después de la presentación de cada prueba con el fin de recibir retroalimentación por parte del profesor acerca de su desempeño en el curso y su dominio sobre los temas.

Adicionalmente, el trabajo realizado por parte del estudiante a través de cuestionarios y ejercicios, representará el 20% restante de su calificación final. Este valor es propuesto como un incentivo adicional para que el estudiante se mantenga permanentemente revisando los temas sugeridos en la presente propuesta y pueda interactuar de la forma más estrecha posible con el monitor de la asignatura.

SEGUIMIENTOS	COMPONENTE	CALIFICACIÓN	(%)
PRIMERO		150	30%
	EXAMEN	125	
	TALLER	25	
SEGUNDO		175	35%
	EXAMEN	125	
	TALLER	50	
TERCERO		175	35%
	EXAMEN FINAL	150	
	TALLER	25	
TOTAL		500	100%

8 RECURSOS EDUCATIVOS (Equipos y software)

No.	Nombre	Justificación
1	Video Beam	Presentaciones, videos
2		
3		
4		
5		

9 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

9.1 Libros y materiales impresos disponibles en la Biblioteca y Centros de Documentación de la Universidad
Macroeconomía . 3ª Edición. Jeffrey M Perloft. Pearson Adisson Weasley. 2007.
9.2 Libros y materiales digitales disponibles en la Biblioteca y Centros de Documentación de la Universidad
9.3 Documentos y Sitios Web de acceso abierto a través de Internet
9.4 Otros Libros, Materiales y Documentos Digitales
1. DAVIS P. Y GARCÉS E. (2009). Quantitative Techniques for Competition and Antitrust Analysis. Princeton University Press. Cap 4
2. BUCCIROSSI P. (2008). Handbook of Antitrust Economics. MIT press. Cap. 3-6 y 11.
SHY, O. (1996). Industrial Organization. MIT Press. Cap. 4-7.

JAIRO ANDRES DE LEON ACOSTA

Director de Programa

EDWIN CHACON VELASQUEZ

Decano Facultad