

**Programa de Asignatura
Competencia y Mercado**

Misión FEN

“Contribuir al desarrollo económico y social a través de la generación y difusión de conocimiento avanzado y la formación de líderes en el campo de la administración y la economía, que se distinguen por su capacidad emprendedora, mentalidad global, actitud innovadora y que sean capaces de transformarse en protagonistas en la generación de valor e impacto.”

A. Antecedentes Generales

1. Unidad Académica	Facultad de Economía y Negocios						
2. Carrera	Ingeniería Comercial						
3. Código	EME311						
4. Ubicación en la malla	Semestre I, Año III						
5. Créditos	UDD	10	SCT	6			
6. Tipo de asignatura	Obligatorio	X	Electivo		Optativo		
7. Duración	Bimestral		Semestral	X	Anual		Otro
8. Módulos semanales	Clases Teóricas	2	Clases Prácticas		Ayudantía		1
9. Horas académicas	Clases	68	Ayudantía	24	Otras horas por periodo completo		
10. Pre-requisito	Microeconomía						

Perfil de Egreso del Ingeniero Comercial de la Universidad del Desarrollo

“El Ingeniero Comercial de la Universidad del Desarrollo es un profesional formado en el campo de la administración, capaz de comprender la evolución de la economía nacional y mundial, y capaz de realizar en forma exitosa funciones de gestión y creación de negocios. Se caracteriza por su capacidad emprendedora, liderazgo y trabajo en equipo, comprometido con el desarrollo del país, actuando con rectitud en su quehacer académico y profesional, y preparado para enfrentar el mundo del trabajo”

B. Aporte al Perfil de Egreso

El propósito de este curso es presentar los conceptos teóricos y herramientas de análisis más relevantes para explicar el comportamiento de los mercados imperfectos. El curso pondrá énfasis en el estudio de los fundamentos que motivan a los agentes, la forma en que los incentivos orientan las decisiones y las consecuencias para la sociedad. Con este fin es necesario entender cuáles son las variables relevantes en la toma de decisiones de los agentes (firmas y consumidores) y su consecuencia en la forma como se organizan los diferentes mercados o industrias.

El aporte al perfil de egreso se traduce en que esta asignatura contribuye al desarrollo de las Competencias Específicas: Análisis y Gestión Estratégica y Pensamiento Global y a la Competencias Genéricas: Pensamiento Crítico y Responsabilidad Pública.

C. Competencias y Resultados de Aprendizaje Generales que desarrolla la asignatura

Competencias Genéricas	Resultados de Aprendizaje Generales
<i>Pensamiento Crítico</i>	Aplica conceptos avanzados de microeconomía en el contexto de la administración de empresas.
<i>Responsabilidad Pública</i>	Evalúa estrategias de precios efectivos, considerando su impacto en el mercado y la competitividad de la empresa.
Competencias Específicas	Modela escenarios de interacción estratégica entre empresas, aplicando herramientas microeconómicas.
<i>Análisis y Gestión Estratégica</i>	Explica modelos de competencia imperfecta y su influencia en la toma de decisiones empresariales.
<i>Pensamiento Global</i>	

D. Unidades de Contenidos y Resultados de Aprendizaje

Unidades de Contenidos	Competencia	Resultados de Aprendizaje
<p>Unidad I: Introducción y conceptos básicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisión de conceptos clave de microeconomía. • Estructuras de mercado y comportamiento empresarial. • Análisis costo-beneficio. 	<p><i>Pensamiento Global</i></p> <p><i>Responsabilidad Pública</i></p>	Identifica los conceptos básicos necesarios para analizar diferentes estructuras de mercado.

<p>Unidad II: Estrategias de Precios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Discriminación de precios, tarifa en dos partes, empaquetamiento • Tipos de discriminación de precios: primer, segundo y tercer grado. • Aplicaciones en negocios: tarifas en dos partes y empaquetamiento. • Doble marginalización y monopolio multiproducto • Efecto de la doble marginalización en cadenas de valor. • Estrategias de monopolios que venden múltiples productos. • Diferenciación vertical y precios en plataformas • Diferenciación vertical: calidad y precios. • Estructuras de precios en plataformas de múltiples lados (Uber, Amazon). 	<p><i>Análisis y Gestión Estratégica</i></p> <p><i>Pensamiento Crítico</i></p>	<p>Identifica la conducta maximizadora de beneficios de las empresas en diferentes estructuras de mercado, y las estrategias que adoptan con este propósito.</p> <p>Distingue los diferentes tipos de discriminación de precios que existen y aplica estos conocimientos para entender por qué estas prácticas son tan frecuentes.</p>
<p>Unidad III: Interacción estratégica y Teoría de Juegos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción a la teoría de juegos: conceptos de juegos estáticos y dinámicos. • Equilibrio de Nash y su aplicación en la competencia empresarial. • Juegos secuenciales, amenazas creíbles y colusión en mercados. 	<p><i>Análisis y Gestión Estratégica</i></p> <p><i>Pensamiento Crítico</i></p>	<p>Aplica las principales herramientas que se utilizan en la Teoría de los Juegos para analizar el comportamiento estratégico de los mercados oligopólicos.</p>
<p>Unidad IV: Modelos de Oligopolio, Colusión, Barreras a la Entrada y Diferenciación Horizontal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modelos de oligopolio: Cournot y Bertrand: Competencia en cantidades vs. competencia en precios. Aplicación en la fijación de precios y decisiones de producción. • Diferenciación Horizontal: Modelo de Hotelling. Diferenciación de productos y preferencias del consumidor. • Colusión y barreras a la entrada. Incentivos para la colusión y su regulación. 	<p><i>Pensamiento Global</i></p> <p><i>Responsabilidad Pública</i></p>	<p>Analiza los modelos asociados a la interdependencia de las empresas en estructuras oligopólicas</p>
<p>Unidad V: Política de Competencia y Regulación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis del marco institucional chileno: FNE (Fiscalía Nacional Económica) y TDLC 	<p><i>Análisis y Gestión Estratégica</i></p>	<p>Analiza el rol de las instituciones y leyes que regulan las conductas y estructuras de las empresas a partir de la revisión de los</p>

<p>(Tribunal de Defensa de la Libre Competencia).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Políticas de competencia y regulación de monopolios naturales. • Casos relevantes en Chile y su impacto en la competencia de mercados. 	<p><i>Responsabilidad Pública</i></p>	<p>casos más destacados a nivel internacional y nacional.</p>
<p>Unidad VI: Información Asimétrica y Economía de la Información</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selección adversa y señalización: Problemas de selección adversa en mercados con información asimétrica. • Mecanismos de señalización (educación, garantías). • Riesgo moral y contratos incentivos: Problemas de riesgo moral y cómo las empresas diseñan contratos para mitigar estos problemas. • Aplicaciones a mercados laborales y financieros • Cómo la información imperfecta afecta decisiones en estos mercados. 	<p><i>Análisis y Gestión Estratégica</i></p> <p><i>Responsabilidad Pública</i></p>	<p>Identifica la importancia del rol que desempeña la información asimétrica en el mercado con especial énfasis en el entendimiento y la aplicación de los conceptos de selección adversa y riesgo moral.</p>

E. Estrategias de Enseñanza

La metodología de enseñanza utilizada va a propiciar un aprendizaje activo y significativo para los estudiantes. Las clases expositivas serán trabajadas con alta participación del alumnado, donde analizarán casos y desarrollarán ejercicios de aplicación del contenido.

El curso se estructura en torno a las siguientes metodologías:

- Metodología expositiva: apoyada por tecnología (proyector multimedial).
- Metodología colaborativa: semanalmente trabajos prácticos en grupos y/o individuales. Exposiciones de casos de defensa a la competencia evaluados por la Fiscalía Nacional Económica.
- Ayudantías: semanalmente se realizará actividades complementarias de las clases con la colaboración de un alumno ayudante en donde se desarrollarán prácticos, test programados.
- Lectura obligatoria: el alumno realizará la lectura de la bibliografía indicada por el programa oficial con arreglo a las indicaciones del docente.

F. Estrategias de Evaluación

Este curso utilizará distintos procedimientos de evaluación con el fin de enfatizar el proceso de aprendizaje de los alumnos. Así entonces, se recogerá información en distintos momentos del semestre para proporcionar retroalimentación a los alumnos. De la misma manera, los estudiantes

conocerán estos procedimientos y criterios de evaluación por parte del docente responsable de la asignatura.

En razón a lo anterior, las evaluaciones serán las siguientes:

Evaluaciones
Certámenes
Controles
Trabajo en grupo
Examen

G. Recursos de Aprendizaje

Bibliografía

- PEPALL, Lynne; RICHARDS, Daniel y George NORMAN. 2006. Organización Industrial. Teoría y Prácticas Contemporáneas. Tercera Edición México: Editorial Thomson.
- Pindyck y Rubinfeld. 1998. Microeconomía, 4ta Edición, Prentice Hall