



ugr

Universidad  
de Granada

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA APLICADA**

PROGRAMA DE  
***MICROECONOMÍA II***

TITULACIÓN  
***LDO. EN ADMÓN. Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS***

**CURSO 2009/2010**

ASIGNATURA: *Troncal*

CRÉDITOS TEÓRICOS: **4**

TIPO: *Segundo Cuatrimestre*

CRÉDITOS PRÁCTICOS: **2**

## **PARTE I.**

### **PRECIOS Y MERCADOS DE PRODUCCIÓN**

#### TEMA 1. La maximización del beneficio y la competencia perfecta

- i. La maximización del beneficio.
- ii. Las condiciones de la competencia perfecta
- iii. La elección del nivel de producción a corto plazo
- iv. La curva de oferta a corto plazo de la empresa competitiva y del mercado
- v. Elasticidad de la oferta a corto plazo.
- vi. El excedente del productor
- vii. Elección del nivel de producción en el largo plazo.
- viii. El equilibrio competitivo a largo plazo
- ix. La curva de oferta de la industria competitiva a largo plazo
- x. Elasticidad de la oferta a largo plazo
- xi. La eficiencia de un mercado competitivo
- xii. Aplicaciones del mercado de competencia perfecta (Impuestos y subsidios; control de alquileres y precios agrícolas.

#### TEMA 2. El poder de mercado: el monopolio y el monopsonio

- i. El monopolio y el equilibrio del monopolista
- ii. El poder de monopolio y sus fuentes
- iii. Los costes sociales del poder de monopolio. Regulación

#### TEMA 3. La fijación de precios con poder de mercado. La captura del excedente del consumidor

- i. La discriminación de precios
- ii. Discriminación intertemporal de precios y fijación de precios según intensidad de uso
- iii. La tarifa por tramos
- iv. La venta conjunta

#### TEMA 4. Los mercados de oligopolio y de competencia monopolística

- i. La competencia monopolística
  - ii. La publicidad
  - iii. El oligopolio.
  - iv. El duopolio
  - v. Modelos característicos de oligopolio.
  - vi. Competencia frente a colusión. El dilema del prisionero.
  - vii. Los cárteles
  - viii. Barreras de entrada.
- Apéndice: La teoría de juegos como instrumento para la toma de decisiones en situaciones de incertidumbre.

## **PARTE II.**

### **PRECIOS Y MERCADOS DE FACTORES. INVERSIÓN Y MERCADOS DE CAPITALES**

#### TEMA 5. Los mercados de factores

- i. Los mercados de factores competitivos
- ii. Equilibrio y renta económica
- iii. Los mercados de factores con poder de monopsonio
- iv. Los mercados de factores con poder de monopolio

#### TEMA 6. Capital e interés. La inversión y los mercados de capitales

- i. El valor actual descontado. El valor de un bono
- ii. El criterio del VAN para las decisiones de inversión
- iii. Riesgo y fijación del precio de los activos de capital
- iv. Las decisiones de inversión de los consumidores
- v. Las decisiones intertemporales de producción.: los recursos agotables

## **PARTE III.**

### **EQUILIBRIO GENERAL. INFORMACIÓN, FALLOS DEL MERCADO E INTERVENCIÓN DEL ESTADO**

TEMA 7. Equilibrio general y eficiencia económica,

- i. El análisis del equilibrio general
- ii. La eficiencia en el intercambio. Equidad y eficiencia
- iii. La eficiencia en la producción
- iv. Los beneficios del libre comercio
- v. Una visión general de los fallos del mercado

TEMA 8. Los mercados con información asimétrica

- i. La incertidumbre sobre la calidad
- ii. Las señales del mercado
- iii. El riesgo moral
- iv. El problema del agente
- v. Los incentivos de los directivos
- vi. Los salarios de eficiencia

TEMA 9. Externalidades y bienes públicos

- i. Externalidades e ineficiencia
- ii. Externalidades y derechos de propiedad
- iii. Normas, impuestos y permisos de emisión
- iv. Los recursos comunales y los bienes públicos
- v. Las preferencias privadas por los bienes públicos

**NOTA IMPORTANTE:** El programa se exigirá completo, aún en el caso de que, por incumplimiento del calendario académico, no pueda impartirse en su totalidad.

#### ***Bibliografía básica***

PINDYCK, R.S. y RUBINFELD, D.L. (2001): *Microeconomía* (5ª edición), Prentice Hall, Madrid. ([www.prenhall.com/pindyck](http://www.prenhall.com/pindyck))

#### ***Bibliografía complementaria***

FERNÁNDEZ DE CASTRO, J. y TUGORES, J. (1997): *Microeconomía*, McGraw-Hill, Madrid.

FRANK, R.H. (2001): *Microeconomía y conducta* (4ª edición), McGraw-Hill, Madrid. ([www.mhhe.com/economics/frank4](http://www.mhhe.com/economics/frank4))

NICHOLSON, W. (2001): *Microeconomía intermedia y sus aplicaciones* (8ª edición), McGraw-Hill, Bogotá, Colombia.

PASHIGIAN, B.P. (1996): *Teoría de los precios y aplicaciones*, McGraw-Hill, Madrid.

VARIAN, H. R. (2001): *Microeconomía intermedia. Un enfoque moderno* (5ª edición), Antoni Bosch Editor S.A., Barcelona. (www.sims.berkeley.edu/~hal/)

### **Bibliografía de prácticas**

CONGREGADO, E., GOLPE, A.A. y LEAL, M<sup>AT</sup>. (2002): *Microeconomía. Cuestiones y problemas resueltos*, Prentice Hall, Madrid.

DELGADO, M. HERNÁNDEZ, A. y AMADOR, L. (2003): *Ejercicios de Microeconomía*, Colección ETEA.

JIMÉNEZ AGUILERA, J.D. y SÁNCHEZ CAMPILLO, J. (1993): *Cuestiones y ejercicios de teoría económica*, Pirámide, Madrid.

SALVATORE, D. (1992): *Microeconomía* (3ª edición), McGraw-Hill, México.

GARCÍA PARDO, J. y SEBASTIÁN, M. (1994): *Ejercicios de introducción a la microeconomía*, McGraw-Hill, Madrid.

GIMENO, J.A. y GUIROLA, J.M. (2002): *Introducción a la economía. Libro de prácticas. Microeconomía* (2ª edición), McGraw-Hill, Madrid.

BERGSTROM, T. y VARIAN, H. (2001): *Ejercicios de microeconomía intermedia* (5ª edición), Antoni Bosh Editor S.A., Barcelona. (www.sims.berkeley.edu/~hal/)

CARRASCO, A., DE LA IGLESIA, C., GRACIA, E., HUERGO, E. y MORENO, L. (2003): *Microeconomía intermedia. Problemas y cuestiones*, McGraw-Hill, Madrid.

## **BREVE COMENTARIO DEL CONTENIDO DEL PROGRAMA**

### **PARTE I . PRECIOS Y MERCADOS DE PRODUCCIÓN**

#### **Tema 1. La maximización del beneficio y la competencia perfecta**

Con la información que se tiene de que una curva de coste representa el coste mínimo con el que una empresa puede obtener diferentes cantidades de producción, dada la técnica que aplica y el precio de los factores., se puede pasar a analizar un problema fundamental con que se encuentran todas las empresas: ¿cuánto debe de producir?. En esta lección se comienza explicando por qué tiene sentido suponer que las empresas maximizan los beneficios y se expone la condición que tiene que cumplirse para elegir el nivel de producción que maximiza los beneficios de las empresas en todos los mercados: competitivos o de cualquier otro tipo. A continuación se muestra como elige su nivel de producción una empresa competitiva a corto y a largo plazo y se comprueba que este nivel de producción varía cuando lo hace la técnica, el precio de los factores y el precio del bien obtenido; de esta forma se indica como se obtiene la curva de oferta de la empresa. A continuación se agregan las curvas de oferta de todas las empresas para obtener la curva de oferta de la industria. Sí a corto plazo las empresas de una industria eligen el nivel de producción que maximiza sus beneficios, a largo plazo

no sólo eligen el nivel de producción, sino que también deciden permanecer o no en el mercado: se ve que las expectativas de obtener elevados beneficios inducen a las empresas a entrar en una industria, mientras que las pérdidas o los beneficios inferiores a los normales las animan a abandonarlo.

Se demuestra por qué el precio y la cantidad de equilibrio de un mercado competitivo maximizan el bienestar económico agregado de los productores y de los consumidores por lo que se concluye que este tipo de mercado es eficiente. A continuación se explica las repercusiones que sobre la eficiencia tienen las intervenciones del gobierno en este mercado, utilizando para ello los conceptos del excedente del consumidor y del productor y analizando quien sale ganado y quien sale perdiendo y en cuanto, con cada una de las medidas gubernamentales.

## **Tema 2. El poder de mercado: el monopolio y el monopsonio.**

En el mundo real es raro que se dé la competencia perfecta, pues existen fuertes incentivos para intentar romperla. En el modelo de competencia perfecta, la empresa no tiene control sobre los precios y el intento de obtener una ventaja individual contribuye al logro de la eficiencia social. Por el contrario, si la empresa tiene control sobre los precios, el interés individual no coincidirá con el interés social, ya que puede utilizar su influencia sobre los precios para mejorar la posición individual. Esto explica que las empresas prefieran la competencia imperfecta en el sentido de tener una participación en el mercado suficientemente grande como para que les permita influir en el precio.

El monopolio y el monopsonio, que constituyen el objeto de esta lección, están estrechamente relacionados entre sí y son los extremos opuestos de la competencia. En primer lugar, se analiza la conducta del monopolista y se expone que la curva de demanda a la que se enfrenta es la del mercado; también se enseña cómo puede beneficiarse de su control del precio y cómo la cantidad y el precio que maximizan sus beneficios son diferentes a los de un mercado competitivo, lo cual impone un coste a la sociedad – una pérdida de eficiencia-, ya que es menor el número de consumidores que compran el producto y los que lo compran pagan un precio más alto por él; se explica que ésta es la razón por lo que las leyes antimonopolio prohíben a las empresas monopolizar la mayoría de los mercados. Se comprueba que, cuando las economías de escala hacen que el monopolio sea deseable, los gobiernos pueden aumentar la eficiencia regulando el precio del monopolista. Para terminar con esta estructura de mercado, se considera el problema con que se encuentran los dirigentes de estas empresas, que tendrán que preocuparse por las características de la demanda para maximizar los beneficios; pues, aunque fijen un único precio, para el producto que venden, deben conseguir al menos una estimación aproximada de la elasticidad de la demanda para saber cuál debe ser ese precio y el nivel de producción correspondiente.

## **Tema 3. La fijación de precios con poder de mercado. La captura del excedente del consumidor.**

Como se ha visto en la lección anterior, el poder de mercado es un hecho bastante frecuente y el problema con el que se encuentran los directivos de las empresas es cómo utilizar este poder de la manera más eficaz posible. A menudo puede obtenerse mejores resultados utilizando una estrategia de precios más complicada, por ejemplo, cobrando precios distintos a cada cliente o a cada *bloque* del mismo bien o servicio. Para diseñar

esas estrategias, los directivos necesitan mayor información sobre la demanda que cuando cobran un solo precio.

En esta lección se explica como algunas empresas que tienen poder de mercado, con el objetivo de capturar todo o parte del excedente del consumidor y convertirlo en beneficios adicionales para la empresa, utilizan la discriminación de precios. En este caso, se cobran precios distintos a cada cliente, unas veces por el mismo producto y otras por pequeñas variantes. A continuación se analizarán otros dos tipos de discriminación, relacionados entre sí y que se practican frecuentemente como son la discriminación intertemporal de precios y la fijación de precios según la intensidad de uso. Para finalizar el tema se exponen otras políticas de precios, como la tarifa de dos tramos y la venta conjunta.

#### **Tema 4. Los mercados de oligopolio y de competencia monopolística.**

En los dos temas anteriores se ha visto que el poder de monopolio no requiere que el mercado sea abastecido por una sola empresa sino que en muchas industrias hay varias empresas que compiten entre sí, y cada una puede tener algún poder de monopolio, pues controla el precio y lo fija a un nivel superior al coste marginal.

Uno mercado que puede generar poder de monopolio es la competencia monopolística. Este mercado es similar al de competencia perfecta en dos aspectos: hay muchas empresas y existe libertad de entrada a la industria. Pero se diferencia de él en que el producto está diferenciado, cada empresa vende una marca o versión del producto. Se analiza cómo el grado de poder de monopolio que tenga la empresa depende de su éxito en la diferenciación de su producto del de otras empresas y se determinan el nivel de producción tanto a corto como a largo plazo y cuáles son los beneficios. También se explica el exceso de capacidad que tienen las empresas en este mercado y como la publicidad se utiliza para diferenciar el producto del que venden las demás empresas y se establece de que depende la cuantía del gasto óptimo en publicidad.

El segundo tipo de estructura de mercado que se examina es el oligopolio, mercado en el que sólo hay unas cuantas empresas que compiten entre sí y en el que es muy difícil la entrada de nuevas empresas a la industria. Si los empresarios que actúan en el mercado son muy pocos existe la posibilidad de que las acciones y decisiones de uno de ellos afecten y se vean afectadas por las acciones y decisiones de los otros participantes. Esta posibilidad obliga a elaborar un modelo específico de comportamiento y de determinación del equilibrio dependiendo de los supuestos que se hagan sobre la actuación de los oligopolistas, de tal forma que en estos mercados, el poder de monopolio y la rentabilidad dependen, en parte, de cómo se interrelacionen las empresas. Por ejemplo, si la interrelación es más cooperativa que competitiva, las empresas pueden cobrar precios muy superiores al coste marginal y obtener grandes beneficios. Finalmente se explica el *cártel*, y cómo en este tipo de mercado todas las empresas coluden explícitamente, coordinando sus precios y sus niveles de producción para maximizar sus beneficios conjuntos.

## **PARTE II. PRECIOS Y MERCADOS DE FACTORES. INVERSIÓN Y MERCADOS DE CAPITALES**

## **Tema 5. Los mercados de factores**

Una vez analizados de los mercados de productos, se procederá al de los factores productivos. Con este objetivo se introduce la II parte del programa, dedicada al análisis de la distribución de la renta a través del estudio de los mercados de factores. El estudio de la distribución permite determinar cómo se reparte el producto total entre los factores productivos. En una economía de mercado, la retribución de los diferentes factores productivos se determina en los correspondientes mercados y con ella también la forma en que se distribuye el producto nacional, es decir, la renta. El análisis de los mercados de factores es, al mismo tiempo, el de la distribución de la renta entre los diferentes propietarios de factores. La teoría de la distribución se presenta así como un caso particular de la teoría de la determinación de los precios. La renta de cada factor productivo depende del precio que se paga por él y de la cuantía total empleada. Así, el problema de la distribución en un mercado en particular se reduce a estudiar los determinantes de la demanda y de la oferta de factores de producción

En este tema se estudia la demanda de factores de producción como la demanda derivada de los bienes producidos por las empresas y se distingue cuándo el mercado de producto es de competencia perfecta y cuándo es de competencia imperfecta. Una vez obtenida la curva de demanda individual por agregación, se deduce la curva de demanda del mercado. También se analiza las causas que determinan la sensibilidad de la demanda de los diversos factores que utilizan las empresas.

En esta lección se estudia el problema específico de los mercados de dos de los tres factores productivos tradicionales: trabajo y tierra, y se muestra que las distintas funciones de oferta de los diferentes factores productivos tienen sus propias peculiaridades como consecuencia de las diversas características de su suministro. Al estudiar el mercado de trabajo se deriva su curva de oferta aplicando los conceptos de efecto renta y efecto sustitución, y se analiza el papel de los sindicatos, la negociación colectiva y las causas de las diferencias salariales. Se explica que la principal característica del mercado de tierra es que su oferta es fija, lo que determina que su remuneración se denomine renta económica, aplicando este concepto a todos aquellos factores cuya oferta es fija. Se ha visto que algunos mercados de productos son competitivos, mientras que en otros los productores tienen poder de mercado. Lo mismo ocurre en los mercados de factores; por lo que se examina tres estructuras distintas de estos mercados: los mercados de factores perfectamente competitivos, los mercados en los que los compradores de factores tienen poder de monopsonio y los mercados en los que los vendedores de factores tienen poder de monopolio.

## **Tema 6. Capital e interés. La inversión y los mercados de capitales**

En la lección anterior se ha visto que en los mercados competitivos las empresas deciden cuánto van a comprar comparando el ingreso del producto marginal de cada factor con su coste, y esta regla se cumple en el caso del factor trabajo y en las materias primas, pero no es así cuando el factor es el capital, ya que éste es duradero, es decir, puede durar y contribuir a la producción durante varios años.

Las empresas alquilan a veces capital de una forma parecida a como contratan trabajadores. Pero es más frecuente que los gastos de capital impliquen la construcción de fábricas, la compra de equipos que se espera que duren varios años; por lo que la

empresa y a veces los consumidores antes de tomar una decisión, deben de comparar los gastos que tendría que realizar ahora con los beneficios adicionales que generará el nuevo capital en el futuro, por lo que habrá que calcular el valor actual del flujo de ingresos o beneficios que se esperan obtener en el futuro. Frecuentemente, no hay seguridad sobre este flujo de ingresos por lo que se analizará cómo la empresa o el consumidor debe de tener en cuenta esta incertidumbre. También se examinarán otras decisiones intertemporales que ocasionalmente tiene que tomar la empresa, por ejemplo producir actualmente un recurso agotable como el petróleo. Las respuestas a estas decisiones de producción y de inversión dependen en parte del tipo de interés, por lo que se analizarán las causas de las que depende el tipo de interés y el porque existen diferentes tipos de interés.

### **PARTE III. EQUILIBRIO GENERAL. INFORMACIÓN, FALLOS DE MERCADO E INTERVENCIÓN DEL ESTADO**

#### **Tema 7. Equilibrio general y eficiencia económica**

En este tema se estudia cómo puede utilizarse el análisis de equilibrio general para tener en cuenta las interrelaciones entre los diferentes mercados. Se profundiza en el concepto de eficiencia económica y se determinan los beneficios de una economía de mercado competitiva. Para ello, se analizan primero la eficiencia económica, comenzando con el intercambio de bienes entre dos individuos o entre dos países. A continuación se describen las condiciones que debe satisfacer una economía para producir y distribuir los bienes eficientemente. Se explica por qué un sistema de mercado perfectamente competitivo satisface esas condiciones. Se muestra cómo el libre comercio internacional puede ampliar las posibilidades de producción de un país y mejorar el bienestar de sus consumidores. Se aclara que, sin embargo, casi ningún mercado es perfectamente competitivo y muchos se alejan considerablemente de ese ideal. En el último apartado del capítulo se ve por qué los mercados pueden en ocasiones no funcionar eficientemente.

#### **Tema 8. Los mercados con información asimétrica**

Hasta ahora se ha supuesto que los consumidores y los productores poseen una información completa sobre las variables económicas relevantes para sus decisiones. En esta lección se analiza que ocurre cuando unos saben más que otros, es decir, cuando hay información asimétrica, ésta es característica de muchas situaciones económicas. A menudo el vendedor de un producto conoce su calidad mejor que el comprador y los trabajadores normalmente conocen sus propias cualificaciones y capacidades mejor que los empresarios.

La información asimétrica explica muchos mecanismos institucionales de nuestra sociedad. Se inicia el tema examinando una situación en la que los vendedores de un producto poseen más información sobre su calidad que los compradores, este hecho puede provocar un fallo de mercado, para evitar algunos problemas que se pueden derivar de este fallo, los vendedores deben dar información sobre la calidad de su producto. Las garantías de los productos constituyen un tipo de seguro que puede ser útil cuando los compradores tienen menos información que los vendedores. Pero como

se vera en el siguiente apartado la compra de un seguro plantea sus propias dificultades cuando los compradores tienen más información que los vendedores.

En el siguiente epígrafe, se analizara cómo a veces los directivos de las empresas pueden no perseguir el objetivo de maximización de beneficios ya que poseen más información que los accionistas y cómo estos pueden incentivar a los directivos para que maximicen los beneficios, aunque esto suponga un coste de vigilancia. Finalmente se explica que los mercados de trabajo pueden funcionar ineficientemente cuando los trabajadores tienen más información sobre su productividad que los empresarios.

## **Tema 9. Externalidades y bienes públicos**

En este capítulo se estudian las externalidades, es decir, los efectos de la producción y el consumo que no se reflejan directamente en el precio, y los bienes públicos, es decir los bienes que no son rivales en el consumo y en los que no se puede aplicar el principio de exclusión. Estos fallos requieren una intervención exógena que pasa por la regulación de algunos mercados, la provisión pública de los bienes sociales y el establecimiento de un sistema de incentivos (impuestos-transferencias) que posibilite que los agentes económicos alcancen asignaciones óptimas de recursos en presencia de externalidades.

Se inicia la lección describiendo las externalidades y mostrando exactamente cómo provocan ineficiencias en el mercado. A continuación se evalúan las soluciones, algunas de ellas suponen la intervención del Estado (normas, impuestos y permisos de emisión), mientras que otras se basan principalmente en la negociación entre los individuos o en el derecho legal de los que resulten afectados negativamente a demandar a los que provocan la externalidad.

A continuación se explica las características de los bienes públicos y las razones por las que el sector privado no abastece eficientemente este tipo de bienes y se describe el problema que tienen las autoridades cuando tratan de decidir la cantidad del bien público que van a suministrar.

### **METÓDO DOCENTE**

En las clases teóricas la materia se explica utilizando esquemas, proyectores y ordenadores pòrtateles.

Las clases prácticas se desarrollarán mediante la solución por parte de los alumnos de diferentes tipos de ejercicios relacionados con las lecciones ya explicadas en las clases teóricas y la discusión de las respuestas con el profesor.

<u>Actividades</u>	<u>Horas</u>
Lecciones	42
Trabajos teóricos	8*
Prácticas	10
Trabajos prácticos	8
Exámenes	6
Total	74

\* Aproximadamente

## **EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA**

La evaluación ha de servir al profesor para conocer si su práctica educativa permite al alumno alcanzar los objetivos propuestos y adquirir los conceptos fundamentales. Para evaluar los conocimientos y aptitudes de los estudiantes hay diversas posibilidades, entre las cuales la realización de exámenes es, sin duda alguna, la más importante. Por lo que refiere a las modalidades de exámenes, cabe señalar que cada tipo de prueba presenta sus ventajas e inconvenientes, y por tanto, ninguna de ellas constituye por si sola un instrumento ideal de evaluación. En consecuencia, dadas las limitaciones que tiene cada uno de los tipos de exámenes, lo que parece más razonable es realizar una prueba mixta, que permita conocer, con la mayor objetividad posible, el nivel alcanzado en los diferentes aspectos susceptibles de evaluación (precisión y amplitud de conocimiento, capacidades de expresión, de análisis de síntesis y la capacidad de razonamiento).

La calificación final se base en el conjunto de los siguientes elementos:

- Asistencia y participación activa en las clases teóricas y prácticas.
- Trabajos teóricos y prácticos.
- Dos exámenes parciales.
- Examen final.

La Nota final se compone del 80% para el examen final y el 20% de las actividades realizadas por el alumno a lo largo el curso.

### **Tutorías**

La labor básica de las tutorías consiste en la orientación individualizada al alumno, para ello se les anima a que acudan cada vez que consideren preciso, a la horas establecidas por los profesores.

En estas consultas se aclararán las dudas que al alumno se le puedan presentar, tratando a la vez de ayudarle en la comprensión global de la asignatura.