

MICROECONOMÍA I

Plan de Estudios VIII (Licenciatura en Administración)

1. DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

- **Carga Horaria:**
 - Total: 96
 - Semanal: 6
 - Distribución Teoría y Práctica: 48 hs. teoría y 48 hs. práctica
- **Ciclo del Plan de Estudios:** Básico
- **Régimen de cursada:** Semestral
- **Carácter:** Obligatorio
- **Modalidad:** Teórico-Práctica
- **Asignaturas correlativas necesarias:** Introducción a la Economía y Estructura Económica Argentina. Para cursar el 2do. Semestre de 1er. Año y el 2do año de la carrera (Ciclo Básico) el/la estudiante deberá tener acreditada la asignatura de Introducción a los Estudios Universitarios y todas las cursadas del Ciclo Propedéutico.

2. OBJETIVOS

Estudiar el comportamiento de las personas, las familias y las empresas en su carácter de unidades económicas, así como los mecanismos mediante los cuales los mercados determinan los precios y las cantidades que intercambian dichas unidades.

Propósito de enseñanza

La asignatura tiene como objetivo primario brindar a los alumnos los saberes básicos de la microeconomía. Se entienden como tales los conocimientos esenciales para poder comprender los procesos de formación de precios y de asignación de recursos. En este marco, se estudian las decisiones de agentes económicos individuales y sus distintas formas de interacción y repercusiones en los mercados.

La teoría se combina con la práctica, y junto con la provisión de herramientas básicas, se busca contribuir al desarrollo de la capacidad de análisis y evaluación crítica de los problemas microeconómicos.

Objetivo Específico

Adicionalmente, se pretende que los alumnos tengan la capacidad de aplicar los conceptos teóricos a problemas económicos concretos, relacionados con la conducta de los consumidores y de las empresas, el comportamiento de mercados específicos, y una primera aproximación a las consecuencias de la intervención del gobierno en la economía.

3. CONTENIDOS

▪ **Contenidos Mínimos**

- *Aspectos metodológicos. Caracterización de las fuerzas de mercado, demanda y oferta. Concepto e interpretación del equilibrio, distintos modelos.*
- *Introducción a la teoría de la demanda. Restricción presupuestaria. Canastas de consumo. Preferencias de los consumidores. Demanda individual. Cambios en precios e ingreso. Demanda agregada. Elasticidad de la demanda.*
- *Introducción a la teoría de la producción. Representación gráfica de la tecnología. Curvas de costos. Corto y largo plazo. Oferta de la empresa. Oferta de la industria.*
- *Estructura del mercado. Formación del precio de los bienes. Industrias competitivas e industrias con poder de mercado.*
- *Comportamiento estratégico.*
- *Economía de la información e incentivos.*
- *Mercado de factores. Oferta y demanda de trabajo. Formación del precio de los factores.*
- *Equilibrio general de la economía. Eficiencia y equidad.*

▪ **Programa Analítico**

ASPECTOS METODOLÓGICOS E INTRODUCCIÓN AL FUNCIONAMIENTO GENERAL DE LOS MERCADOS

Unidad I. Introducción. Aspectos metodológicos.

1. Definiciones: economía, microeconomía. El pensamiento económico. La economía como ciencia. Teorías y modelos. Análisis positivo versus análisis normativo. Mercados. Precio de mercado.
2. Repaso de herramientas de análisis: gráficos, funciones, interpretación.

Unidad II. Elementos básicos del funcionamiento de los mercados.

1. Demanda: variables determinantes; movimientos a lo largo de la curva de demanda; desplazamiento de la función de demanda.
2. Oferta: variables determinantes; movimientos a lo largo de la curva de oferta; desplazamiento de la función oferta.
3. Equilibrio del mercado. Determinación del precio en equilibrio parcial. El precio como regulador. Ajustes de precios. Estática comparativa.
4. Las elasticidades de la oferta y la demanda. Corto y largo plazo.

TEORÍA DE LA DEMANDA

Unidad III. Teoría de la Demanda: la conducta de los consumidores.

1. Las preferencias de los consumidores. Canastas de consumo. Curvas de indiferencia. Características. Relación marginal de sustitución en el consumo. Utilidad total y utilidad marginal. Utilidad ordinal y cardinal.
2. La restricción presupuestaria. Características. Efectos de variaciones en precios e ingreso.
3. La elección del consumidor. La demanda del individuo. Efecto de variaciones en los precios. Bienes sustitutos y bienes complementarios. Efecto de variaciones en el ingreso. Bienes normales e inferiores. Curva de Engel. Descomposición del efecto de un cambio de precio: efecto sustitución y efecto ingreso; casos especiales (bien Giffen, sustitutos perfectos, complementarios perfectos).

Unidad IV. La demanda del mercado y otros temas de la teoría de la demanda.

1. La demanda del mercado. Elasticidad. El excedente del consumidor.
2. Otras mediciones de cambios en el bienestar. Compensaciones a la Hicks y a la Slutsky. Los índices del costo de vida.
3. Las preferencias reveladas.
4. La compra y la venta: el efecto dotación.

TEORÍA DE LA FIRMA

Unidad V. La organización de la producción y la tecnología.

1. Organización de la producción. Objetivo de la empresa. Restricciones enfrentadas: tecnológicas, de mercado, informativas.
2. Tecnología. La función de producción. Los factores de la producción. Factores fijos y factores variables. Producto total, medio y marginal. Isocuantas. La producción con un factor variable. Rendimiento de factores variables. Ley de los rendimientos marginales decrecientes. La producción con dos factores variables. La sustitución de los factores. La tasa marginal de

sustitución técnica. Casos extremos: la sustitución perfecta y la producción con proporciones fijas de factores. Rendimientos a escala.

Unidad VI. Los costos de producción y la contratación de factores productivos.

1. Las restricciones de costos. Definiciones: costo contable; costo económico; costos irrecuperables; costos fijos y variables. Costo total, medio y marginal. Relación entre funciones de producción y costos. Curvas de costo de corto plazo.
2. Costos a largo plazo. Elección de factores productivos que minimizan costos. El impacto de cambios en los precios relativos de los factores. Elasticidad de sustitución entre factores. Sendero de expansión de la empresa.
3. Curvas de costos a largo plazo y corto plazo. Economías y deseconomías de escala.
4. Otros temas en teoría de la firma: Eficiencia tecnológica; Progreso técnico; la producción con dos productos.

ESTRUCTURA DEL MERCADO. FORMACIÓN DEL PRECIO DE LOS BIENES. COMPORTAMIENTO ESTRATÉGICO.

Unidad VII. Las industrias competitivas.

1. Mercados perfectamente competitivos. La maximización de los beneficios de la firma. Curva de oferta a corto plazo de la firma competitiva. Comportamiento de la firma a largo plazo.
2. Curva de oferta de la industria. Excedente del productor.
3. Equilibrio de la industria en el corto y en el largo plazo. Análisis de los mercados competitivos. Eficiencia. Aplicaciones: evaluación de las ganancias y las pérdidas provocadas por intervenciones del Estado en el mercado.

Unidad VIII. Industrias no competitivas.

1. Monopolio. Características. Precio y producción del mercado. El poder del monopolio: fuentes; medición. Eficiencia. La regulación de los Precios. Monopolio Natural. Discriminación de precios.
2. Competencia monopolística. Definición. Equilibrios de corto y largo plazo.
3. Oligopolio. Definición. Tipos y modelos alternativos: competencia basada en niveles de producción (Cournot y Stackelberg); competencia basada en precios (productos homogéneos y productos diferenciados). Colusión.
4. Introducción a la teoría de los juegos y el comportamiento estratégico: Equilibrio de Nash. Dilema del prisionero. Juegos cooperativos y no cooperativos. Estrategias dominantes. Juegos repetidos. Juegos consecutivos.

MERCADO DE FACTORES

Unidad IX. Mercado de Factores.

1. Los mercados competitivos de factores. La demanda de factores. La oferta de factores. La oferta del factor trabajo (la elección entre consumo y ocio). Equilibrio en un mercado competitivo. La renta económica. Relación entre mercados de factores y mercados de bienes.
2. Los mercados de factores con poder de monopsonio. Los mercados de factores con poder de monopolio.

ECONOMÍA DE LA INFORMACIÓN E INCENTIVOS

Unidad X. Economía de la Información e Incentivos.

1. Los mercados con información asimétrica. La selección adversa. El riesgo moral. Aplicaciones.
2. El problema del principal y el agente. Incentivos. Aplicaciones.

EQUILIBRIO GENERAL DE LA ECONOMÍA. EFICIENCIA. EQUIDAD

Unidad XI. Equilibrio General y Eficiencia Económica.

1. Análisis de equilibrio general. La eficiencia en el intercambio. La eficiencia en la producción. La eficiencia de los mercados competitivos.
2. Eficiencia y equidad. Teoremas del bienestar.
3. El poder de mercado: la ineficiencia en el análisis de equilibrio general.
4. Otras fallas de mercado: introducción a los conceptos de externalidades; recursos de propiedad común; bienes públicos.

4. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

Los contenidos programáticos se desarrollan a través de clases expositivas. Este método de enseñanza se evalúa como el más adecuado en el contexto de un alumnado muy numeroso, tal como ocurre en las asignaturas del primer año de la carrera. No obstante, se pretende que los alumnos no tengan una actitud pasiva en las clases, sino que se fomenta la reflexión y el análisis crítico.

En tal sentido, se tiene en cuenta que la teoría parte de contenidos microeconómicos muy básicos, los cuales fueron adquiridos por los alumnos en Introducción a la Economía y Estructura Económica Argentina (materia del ciclo propedéutico). Por esto, se fomenta la enseñanza a través de ejemplos y aplicaciones que incentiven y agilicen la adquisición de los conocimientos. La metodología de enseñanza en Microeconomía I, por consiguiente, busca apoyo en el método inductivo: los temas teóricos se introducen en gran parte por medio de casos particulares. Se intenta que el principio general que rige dichos casos particulares aparezca como un corolario al que llegan los propios alumnos en la clase. De esta manera, se matiza una clase expositiva con contenidos que incentivan la actividad de los alumnos, buscando su participación e interacción con el docente, para de esa manera facilitar la asimilación de los conocimientos.

En general, las clases combinan la utilización de instrumentos audiovisuales con el uso tradicional del pizarrón, sobre todo en lo que hace a la construcción y análisis de gráficos, y a la resolución de ejercicios correspondientes a la guía de trabajos prácticos.

5. DESCRIPCIÓN ANALÍTICA DE ACTIVIDADES TEÓRICAS Y PRÁCTICAS

Las clases se desarrollan en dos encuentros semanales, distribuidos en una clase de teoría y una clase para resolución de trabajos prácticos.

Para esto se cuenta con 18 comisiones. Un profesor titular más 8 profesores adjuntos brindan las clases teóricas. Las clases prácticas son desarrolladas por 17 ayudantes diplomados y 1 jefe de trabajos prácticos.

En línea con las clases teóricas, se desarrollan las clases prácticas. Se resuelve una guía de 9 trabajos prácticos, que tiene múltiples finalidades: reforzar la captación de conocimientos teóricos con ejercicios y aplicaciones; y ejercitar el uso de herramientas de análisis (construcción e interpretación de gráficos, matemática elemental, etc.).

La resolución de los trabajos prácticos en clase por parte de los auxiliares docentes es parcial. Algunos ejercicios son para resolución por parte de los alumnos. Los contenidos de las clases prácticas son reforzados con clases de repaso y/o consultas, de asistencia opcional por parte de los alumnos.

El curso está planificado en 16 semanas de la siguiente manera:

Sema- na	Contenidos (unidades del programa y trabajos prácticos, según corresponda)	
	Clase Teórica	Clase Práctica
1	Unidad I y Unidad II (puntos 1 y 2)	Trabajo Práctico 1: Funciones. Rol de las variables. Representación gráfica del comportamiento de las variables.
2	Unidad II, puntos 3 y 4.	Trabajo Práctico 2: Elementos básicos del funcionamiento de los mercados.
3	Unidad III, puntos 1. y 2.	Trabajo Práctico 3: Teoría de la Demanda - Ejercicios 1 a 8
4	Unidad III, puntos 3.	Trabajo Práctico 3: Teoría de la Demanda - Ejercicios 9 a 13
5	Unidad IV	Trabajo Práctico 3: Teoría de la Demanda - Ejercicios 14 a 17
6	Unidad V	Trabajo Práctico 4: Teoría de la Firma - Ejercicios 1 a 7

7	Unidad VI, puntos 1. y 2.	Trabajo Práctico 4: Teoría de la Firma - Ejercicios 8 a 11
8	Unidad VI, puntos 3. y 4.	Primer Parcial: contenidos dictados hasta la semana 7 inclusive. En las comisiones con régimen de promoción se incluye la respectiva teoría.
9	Unidad VII, punto 1.	Trabajo Práctico 4: Teoría de la Firma - Ejercicios 12 a 15
10	Unidad VII, puntos 2. y 3.	Trabajo Práctico 5: Mercados Competitivos
11	Unidad VIII, puntos 1. y 2.	Recuperatorio Primer Parcial
12	Unidad VIII, puntos 3. y 4.	Trabajo Práctico 6: Monopolio
13	Unidad IX	Trabajo Práctico 7: Teoría de los Juegos y Oligopolio
14	Unidad XI	Trabajo Práctico 8: Mercados de Factores
15	Unidad X	Trabajo Práctico 9: Equilibrio General
16	Repaso de temas del segundo parcial	Segundo Parcial: contenidos dictados en las semanas 8 a 15 inclusive. En las comisiones con régimen de promoción se incluye la respectiva teoría.

6. FORMAS DE EVALUACIÓN

Las formas de evaluación del curso y de acreditación de la asignatura son las determinadas por el Régimen Académico y de Enseñanza vigente.

7. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Básica:

Pindyck, R. y D. Rubinfeld (2013). Microeconomía. 8° Edición, Pearson Prentice Hall. Madrid.

Bibliografía complementaria:

- Frank, R. (2005) Microeconomía y Conducta. 5° Edición, McGraw-Hill.
- Katz, M., H. Rosen y W. Morgan (2007). Microeconomía Intermedia. 2° Edición, McGraw-Hill. Madrid.
- Mansfield, E. (1987). Microeconomía, Teoría y Aplicaciones. Editorial Tesis, Buenos Aires.
- Miller, R. y R. Meiners (2004). Microeconomía. McGraw-Hill. México.
- Nicholson, W. (2008). Teoría Microeconómica, Principios Básicos y Aplicaciones. 9° Edición, Cengage Learning. México.
- Parkin, M. (2010). Microeconomía, Versión para Latinoamérica. 9° Edición, Addison-Wesley, Pearson Education. México.
- Varian, H. (1998). Microeconomía Intermedia, un Enfoque Actual. 4° Edición, Antoni Bosch. Barcelona.