

1. Información del equipo pedagógico y horarios de atención a estudiantes

Profesor magistral: Jorge Higinio Maldonado
Correo electrónico: jmaldona@uniandes.edu.co
Horario de atención a estudiantes: Martes y jueves de 5 a 6 pm
Lugar de atención a estudiantes: Oficina W 814

Profesora complementaria: María Paula Díaz Bejarano
Correo: mp.diaz10@uniandes.edu.co
Horario de atención a estudiantes: viernes de 10:00 am a 11:30am
Lugar de atención a estudiantes: biblioteca piso 10 SD

Profesor complementario: David Santiago Salamanca Pedroza
Correo electrónico: d.salamancap@uniandes.edu.co
Horario de atención a estudiantes: jueves de 10:00 am a 11:00 am
Lugar de atención a estudiantes: RelaHayek

Monitor: Juan Camilo Bejarano Castillo
Correo electrónico: jc.bejaranoc1@uniandes.edu.co
Horario de atención a estudiantes: martes y jueves de 1:00 pm a 2.00 p.m.
Lugar de atención a estudiantes: virtual (<https://uniandes-edu-co.zoom.us/j/6908741286>)

Monitor: Samuel Santiago Peña Ricaurte
Correo electrónico: ss.pena@uniandes.edu.co
Horario de atención a estudiantes: martes de 11:00 am a 12:00 pm
Lugar de atención a estudiantes: virtual
(<https://us04web.zoom.us/j/3796392049?pwd=RU0wQW1pWHNacmRVc2NCWTFcR3FvZz09&omn=71862182785>)
Confirmar por correo.

2. Descripción del curso

Este curso forma parte de la estructura regular del pensum en economía, línea de microeconomía. Es uno de los cursos fundamentales del programa de economía, ya que acá se analizan con rigor matemático los temas más relevantes de la microeconomía y su relación con aspectos de la vida diaria. Es un curso magistral, pero con muchas posibilidades de interactuar, discutir y afianzar conceptos claves de la economía. El programa aplica tanto al curso de microeconomía 2 (2122) de 3 créditos como al curso de microeconomía 2 con taller (2112). Donde haya diferencias entre los dos se menciona explícitamente.

En el curso veremos la teoría microeconómica con profundidad y aplicaremos las herramientas matemáticas para formalizar esa teoría. El curso tiene tres bloques: teoría del consumidor, teoría del productor y mercados (incluyendo mercados competitivos, monopolio, oligopolio y otras estructuras

interesantes de los mercados actuales). En el último módulo tendremos la oportunidad de ver bases de teoría de juegos aplicada a mercados oligopólicos.

La relevancia de este curso radica en que se combinan los conocimientos de principios de microeconomía con las herramientas matemáticas para entender mejor la formalización del comportamiento de las personas, las familias y las empresas, y así mejorar la intuición detrás de los conceptos de la microeconomía.

En ese sentido, el objetivo de este curso es profundizar en los temas cubiertos en el curso de introducción a la microeconomía, ahora formalizando matemáticamente los principios de la teoría del hogar (consumidor), de las empresas (productor) y del mercado.

Al finalizar el curso, el estudiante tendrá varias herramientas para entender e interpretar muchos procesos sociales a la luz de la teoría económica, y así generar elementos para solucionar los problemas relacionados con ellos en términos de eficiencia.

3. Resultados de aprendizaje

Al finalizar este curso, los estudiantes deben lograr los siguientes resultados de aprendizaje:

1. Caracteriza el proceso de toma de decisiones de las firmas y los hogares, en términos de sus objetivos y sus restricciones usando funciones de valor óptimo, con sus aplicaciones.
2. Encuentra y caracteriza los equilibrios de corto y largo plazo en diferentes estructuras de mercado (Competencia perfecta, monopolio, oligopolio, competencia monopolística) y sus impactos sobre la eficiencia económica.
3. Analiza los efectos de las diferentes estructuras de mercado sobre el bienestar, identificando alternativas privadas y públicas para mejorar la asignación de recursos.
4. Utiliza la teoría de juegos para el análisis de situaciones estratégicas (oligopolio) y emplea el concepto de equilibrio de Nash, y sus implicaciones en las diferentes estructuras de mercado.

4. Cronograma

El curso se divide en tres grandes grupos de temas: la teoría del consumidor, que se cubre en las primeras cinco semanas; la teoría del productor, que se realiza entre las semanas 6 y 10, y mercados y sus fallas, principalmente monopolio y oligopolio, que se lleva a cabo de las semanas 11 a la 16. Para cada sección se programa un examen parcial y un paquete de actividades que permita afianzar los conocimientos más importantes en cada una de ellas.

La programación de temas específicos para el semestre se presenta a continuación. Aunque puedan existir ligeras modificaciones, se mantendrán los horarios lo más cercanos posibles a esta propuesta. Las lecturas asignadas se presentan al final de cada columna; NS se refiere al libro de Nicholson y Snyder, y BH al de Binger y Hoffman, los cuales se detallan en la sección de Bibliografía más adelante. Hay varias versiones del libro de Nicholson y Snyder; en el siguiente cuadro se muestra los capítulos para la edición 11. Si usan otra edición, deben buscar el capítulo respectivo. En la tabla de la siguiente página se presenta el cronograma de actividades a realizar en el semestre.

SEM	TEMA	¿Qué aprenderemos?	NS. Ed 11	BH
1	Introducción al curso y preferencias	Las reglas de juego del curso	C2	C1, 2, 3
	Preferencias y utilidad	¿Cuáles son los axiomas básicos en que se basa el análisis microeconómico?	C3	C5
2	Maximización de utilidad	¿Cómo entendemos las decisiones de los consumidores desde la economía?	C4	C6
3	Funciones de demanda y efectos ingreso y sustitución	¿Cómo se construye la función de demanda individual y qué pasa cuando cambian los precios?	C5	C8
4	Ecuación de Slutsky	¿Cómo se define matemáticamente el efecto de cambios en los precios?	C5	C8
	Elasticidades	¿Cómo podemos medir en la práctica esos cambios en precios de una manera estandarizada?	C5	C7
5	Bienestar	¿Cómo los efectos de cambios en precios son una forma de estimar cambios en el bienestar de la población?	C5	
	Función de producción	¿Cómo modelamos la producción de una empresa desde la economía?	C9	C10
6	Función de costos	¿Cómo estimamos y analizamos los costos de una empresa?	C10	C11
7	Función de costos	¿Cómo el análisis de costos nos sirve para construir una oferta de las empresas?	C10	C11
	PARCIAL 1	Viernes 8 de marzo ¿Qué aprendimos de la teoría del consumidor?		
	Costos en corto y largo plazo	¿Qué diferencias hay en el análisis de corto y largo plazo en los costos y cómo afecta las decisiones de las empresas?	C10	C11
8	Maximización de beneficios	¿Qué implicaciones tiene que las empresas quieran maximizar sus beneficios?	C11	C12
	SEMANA DE RECESO y SEMANA SANTA			
9	Maximización de beneficios	¿Qué implicaciones tiene que las empresas quieran maximizar sus beneficios?	C11	C12
10	Bienestar en productor	¿Cómo podemos medir cambios en el bienestar de las empresas?		
	Equilibrio	¿Qué ocurre en un mercado competitivo cuando se encuentran productores y consumidores?	C12	C13
11				
12	Monopolio	¿Qué ocurre con el mercado y con la eficiencia cuando hay un solo oferente?	C14	C15
	Monopolio y regulación	¿Cómo y por qué se debe regular a los monopolios?	C14	C15
	PARCIAL 2	Viernes 26 de abril ¿Qué aprendimos de la teoría del productor?		
13	Discriminación de precios	¿Qué ocurre si los monopolistas pueden ofrecer sus bienes a precios diferentes?	C14	C15
	Oligopolio	¿Y qué pasa si son pocas empresas ofreciendo sus bienes? ¿es eficiente?	C15	C16
14				
	Teoría de juegos	¿La teoría de juegos nos sirve para explicar el comportamiento de las empresas en oligopolio? ¿Cómo?	C8	
15				
16	Diferenciación de producto	¿Y si las empresas pueden cambiar sus productos para hacerlos diferentes a los de los demás? ¿es eficiente?	C15	C16

5. Referencias

El texto central de trabajo es el de Nicholson y Snyder (NS), 11ª edición, en español o en inglés:

- **(NS)** Nicholson, W., & Snyder, C. (2012). *Microeconomic theory: Basic principles and extensions* (11th ed.). Mason, Ohio: South-Western/Cengage Learning.
<https://univdelosandes.on.worldcat.org/oclc/754127639>

También se puede usar otras ediciones:

- Nicholson, W., & Snyder, C. (2008). *Microeconomic theory: Basic principles and extensions* (10th Ed.). Belmont, CA: Thomson Business and Economics.
<https://univdelosandes.on.worldcat.org/oclc/964745877>
- Nicholson, W. 2005. *Microeconomic theory; basic principles and extensions*. (9th ed.). Thomson Learning. <https://univdelosandes.on.worldcat.org/oclc/318265943>
- Nicholson, W., & Snyder, C. (2017). *Microeconomic theory: Basic principles and extensions* (12th Ed.). Mason, Ohio: South-Western/Cengage Learning.
<https://univdelosandes.on.worldcat.org/oclc/1078887613>

Otro material de apoyo incluye:

- **(BH)** Binger, B. & Hoffman, E. 1998. *Microeconomics with calculus*. Second ed. Addison-Wesley. Excelente texto que aprovecha muy bien las herramientas matemáticas para entender la teoría económica. Hay dos ejemplares en la biblioteca de economía: **338.5 B353 1998**.
<https://univdelosandes.on.worldcat.org/oclc/318243686>. Algunos capítulos muy relevantes estarán disponibles en copias en copyalina.
- **(V)** Varian, H. *Intermediate microeconomics: a modern approach*. 8 ed. Antoni Bosch. También existe versión en español.
- Existe también una versión del libro de Varian llamada: *Intermediate Microeconomics with Calculus: A Modern Approach*, la cual se puede utilizar.

El equipo de Copyalina, la fotocopiadora que queda al lado de la universidad, nos ayuda y es posible que ellos nos preparen una copia del principal material que usaremos en el curso, lo cual puede facilitar el acceso al material del curso, en caso que así lo requieran los estudiantes.

6. Metodología

El curso se basa en tres actividades que se complementan entre sí: las clases magistrales, las clases complementarias y el trabajo individual del estudiante.

Las **clases magistrales** se harán los martes y jueves, ambas presenciales. En estas clases se expondrán y analizarán los aspectos fundamentales de cada tema. Los estudiantes deben asistir a todas las clases magistrales, haber preparado previamente las lecturas correspondientes al tema a tratar y participar activamente en las mismas. Aunque la clase es magistral, no implica que solo participa el profesor: discusiones, preguntas, dudas e intervenciones útiles para el curso son bienvenidas. Durante la clase se pueden asignar tareas; estas son tareas cortas, que se resuelven rápidamente (usualmente menos de 10 minutos) y se deben entregar al inicio de la siguiente clase. También se harán quices de manera regular. Los quices son evaluaciones muy cortas, sin previo aviso, sobre cualquier tema que se esté tratando en la clase, lecturas o discusiones.

Las **clases complementarias** tienen como objetivo reforzar lo visto en las clases magistrales, resolver dudas y solucionar algunos ejercicios prácticos, estas serán de carácter presencial. Allí se revisará material complementario y se profundizará en temas vistos durante la semana. Los profesores

complementarios evalúan la participación de los estudiantes por medio de puntos que se contabilizan entre tareas y quices. Los profesores complementarios asignarán algunos talleres (tres en total en el semestre), que servirán para profundizar los conceptos teóricos vistos en clase. Los talleres se deben entregar en las fechas asignadas por los profesores complementarios y se pueden realizar en parejas.

El éxito de las actividades anteriores y del curso en general requiere del **compromiso individual** de los estudiantes. Cada estudiante debe preparar el material de la semana, leyendo las lecturas recomendadas antes de llegar a clase, realizando las tareas asignadas y resolviendo los talleres propuestos.

Además, cada estudiante debe pensar y proponer un **tema de trabajo** para el semestre, basado en un bien o servicio de su elección. Con el fin de que las investigaciones sean originales y tengan acceso a datos suficientes, se debe entregar una propuesta de tema, que incluya los datos que se utilizarán, la fuente y una motivación sobre la elección de dicho bien o servicio (**16 de febrero**).

Una vez definido el producto a trabajar, se realizarán tres informes:

- En la primera parte (teoría del consumidor), se debe investigar sobre las características de la demanda de ese bien, y al final de esa sección (**15 de marzo**) se debe entregar un informe sobre ese componente. Esto incluye entender la caracterización de los consumidores y otros aspectos relacionados con el consumo del mismo, así como las elasticidades de la demanda de ese bien, entre otros.
- En la segunda parte (teoría del productor), se debe investigar sobre las características de la producción de ese bien (producción, costos, factores, etc.), y al final de esa sección (**3 de mayo**) se debe entregar un reporte sobre ese análisis de la oferta. Aspectos relevantes incluyen identificar quiénes lo producen, como es la tecnología asociada a su producción, cómo son los costos de producción, cuáles son las elasticidades de la oferta, entre otros.
- En la tercera parte (mercados y estructura de los mercados), se debe investigar sobre las características del mercado de ese bien –si es competitivo, monopolístico, oligopólico– y discutir las implicaciones de esa estructura en precios y cantidades transadas. Al final de esta sección (**31 de mayo**) se debe entregar un reporte sobre esta parte.

En Bloque Neón se subirá una rúbrica para cada uno de los informes, en el que se especificará detalladamente qué debe incluir. Todos los informes son en parejas y se deben cargar en Neón en las fechas establecidas. Las parejas se deben formar entre estudiantes que tengan inscrito el curso con el mismo número de créditos. Es decir, no puede haber parejas donde un estudiante toma el curso con tres créditos y el otro con cuatro créditos.

7. Evaluaciones

La calificación final se compone de los siguientes elementos:

- **Parcial 1, 15% (8 de marzo).** Cubre los temas relacionados con el análisis de la teoría de la demanda. Típicamente, el parcial será una prueba con preguntas de selección múltiple, preguntas de falso y verdadero con justificación de la respuesta, y un ejercicio práctico, que enfatiza en la intuición económica más que en las matemáticas.
- **Parcial 2, 15% (26 de abril)** Cubre los temas relacionados con el análisis de la teoría de la oferta. Típicamente, el parcial será una prueba con preguntas de selección múltiple, preguntas de falso y verdadero con justificación de la respuesta, y un ejercicio práctico, que enfatiza en la intuición económica más que en las matemáticas.
- **Tareas y quices, 11%.** A lo largo del curso se hacen varias tareas y quices, por lo que esta calificación realmente depende de la participación en la clase a lo largo de todo el semestre. Acá

también se incluye la participación en las clases complementarias. Los quices se usarán como una medida de asistencia a la clase, de manera que, si un estudiante no presenta siete o más quices, se dará por entendido que el estudiante no estuvo en el 20% de las clases y perdería la materia por inasistencia.

- **Talleres, 24%.** Definidos por los profesores complementarios. Se prevén tres talleres para el curso, cada uno con un valor del 8%. Se deben presentar en parejas. Sin embargo, es importante resaltar que cada uno debe hacer el taller completo para afianzar los temas y preparar los exámenes. El día de la entrega del taller, los profesores complementarios evaluarán al azar cualquier punto del taller en un quiz presencial. El 15% de la calificación final del taller corresponde al quiz. Los talleres tendrán una fecha y hora límites. Si se entregan después de ese momento, la calificación máxima sobre la cual se evalúan irá bajando y se pierde la oportunidad de presentar el quiz. A continuación, se presentan las fechas de entrega (y quiz) de los talleres:
Taller 1 (8%): 1 de marzo
Taller 2 (8%): 19 de abril
Taller 3 (8%): 24 de mayo
- **Tema de análisis, 20%:** 2% para el primer reporte y 6% para cada uno de los tres informes (demanda, oferta, mercado). Se deben presentar en parejas.
- **Examen final, 15%.** Cubre todos los temas vistos en el curso y se presenta en conjunto con las otras secciones del curso. Este examen es de selección múltiple, sin justificación de las respuestas.

NOTA: Las calificaciones definitivas de las materias serán numéricas de uno punto cinco (1.50) a cinco punto cero (5.00), en unidades, décimas y centésimas. En cualquier caso, por lo menos el 10% de los estudiantes tendrá como calificación final 5.0.

NOTA: Los parciales y el examen final solo se pueden hacer en un momento diferente al pactado y ejecutado por todo el curso mediante supletorio, previa justificación válida por la universidad. Según el artículo 45 del Reglamento General de Estudiantes de Pregrado, los estudiantes tendrán tres (3) días calendario para presentar una excusa válida y, de ser aceptada, el profesor programará el supletorio en las dos semanas siguientes. Además, solo serán válidas excusas médicas emitidas por instituciones, centros o empresas prestadoras de servicios de salud.

NOTA: Para aprobar el curso es necesario que el estudiante obtenga una calificación mayor o igual a 3.0 en por lo menos uno de los tres exámenes principales: Parciales 1 y 2 o examen final. Si en los tres exámenes obtuvieron calificación menor a 3.0, sin importar las demás calificaciones, el curso se calificará como NO APROBADO.

NOTA: Los estudiantes tendrán hasta la semana 11 de clases para retirar los cursos de 16 semanas.

NOTA: Los talleres para los estudiantes de microeconomía con taller serán diferentes ya que tendrán mayor profundidad.

8. Asistencia

La asistencia a clase es una parte fundamental de la formación de los estudiantes. Allí se discuten aspectos del curso que no se encontrarán en los libros o en las notas. Por esto, se considera esencial que los estudiantes asistan a todas las clases, a menos que tengan una justificación especial, como se define en el Reglamento General de Estudiantes de Pregrado (RGEPr). Los estudiantes pueden no asistir hasta al 20% de las sesiones del curso. Faltar a más del 20% de las clases puede acarrear que el estudiante pierda la materia por inasistencia.

9. Políticas generales de los cursos de Economía y fechas importantes

Los estudiantes deben consultar [este enlace](#), donde se encuentran las reglas sobre asistencia a clase, excusas válidas, fraude académico y faltas disciplinarias, reclamos, políticas de bienestar y fechas importantes del semestre.