

# UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTÍN DE AREQUIPA



## VICERRECTORADO ACADÉMICO FACULTAD DE ECONOMÍA DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE ECONOMIA

SÍLABO 2026 - A

ASIGNATURA: ORGANIZACION INDUSTRIAL

### 1. INFORMACIÓN ACADÉMICA

<b>Periodo académico:</b>	2026 - A		
<b>Escuela Profesional:</b>	ECONOMÍA		
<b>Código de la asignatura:</b>	1703132		
<b>Nombre de la asignatura:</b>	ORGANIZACION INDUSTRIAL		
<b>Semestre:</b>	V (quinto)		
<b>Duración:</b>	17 semanas		
<b>Número de horas (Semestral)</b>	<b>Teóricas:</b>	3.00	
	<b>Prácticas:</b>	2.00	
	<b>Seminarios:</b>	0.00	
	<b>Laboratorio:</b>	0.00	
	<b>Teórico-prácticas:</b>	0.00	
<b>Número de créditos:</b>	4		
<b>Prerrequisitos:</b>	MICROECONOMIA 2 (1702231)		

### 2. INFORMACIÓN DEL DOCENTE, INSTRUCTOR, COORDINADOR

DOCENTE	GRADO ACADÉMICO	DPTO. ACADÉMICO	HORAS	HORARIO
HUANCA ZUÑIGA, MARIELA IVETTE	Magister	ECONOMIA	5	Mar: 07:00-08:40 Jue: 07:00-09:40
LIMA HERCILLA, JOSE	Doctor	ECONOMIA	5	Jue: 09:40-11:30 Vie: 09:40-12:20
SUAREZ CAHUANA, HEBERT	Magister	ECONOMIA	5	Mié: 15:50-18:30 Jue: 18:30-20:10
SUAREZ CAHUANA, HEBERT	Magister	ECONOMIA	5	Jue: 15:50-18:30 Vie: 15:50-17:30

### 3. INFORMACIÓN ESPECIFICA DEL CURSO (FUNDAMENTACIÓN, JUSTIFICACIÓN)

El curso de Organización Industrial es fundamental en la formación del economista, ya que permite

comprender el funcionamiento real de los mercados más allá del modelo de competencia perfecta, incorporando el análisis de estructuras de mercado, poder de mercado y comportamiento estratégico de las empresas. A través de este curso, el estudiante desarrolla herramientas teóricas y analíticas para interpretar cómo se determinan los precios, la producción y la eficiencia en contextos de competencia imperfecta.

Asimismo, el curso contribuye al análisis crítico de las fallas de mercado, como el monopolio, la colusión y las barreras de entrada, evaluando sus efectos sobre el bienestar económico y la asignación de recursos. Esto resulta especialmente relevante en economías como la peruana, donde diversos sectores presentan altos niveles de concentración y requieren intervención regulatoria.

Finalmente, la Organización Industrial fortalece la capacidad del estudiante para proponer soluciones de política económica y regulación, considerando el rol de instituciones como INDECOPI. De esta manera, el curso articula teoría y práctica, formando profesionales capaces de analizar, evaluar y diseñar estrategias orientadas a mejorar la eficiencia, la competencia y el bienestar social.

#### **4. COMPETENCIAS/OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA**

##### Competencia General

Analiza las estructuras de mercado y las estrategias empresariales en contextos de competencia imperfecta, evaluando sus efectos sobre la eficiencia y el bienestar, para proponer alternativas de regulación y política económica.

##### Competencias Específicas:

- a) Explica y analiza las características de la estructura de mercado, los costos de producción y las condiciones de demanda, identificando su influencia en la generación de poder de mercado y en la competencia.
- b) Analiza el comportamiento del monopolio y las prácticas de discriminación de precios, evaluando sus efectos sobre la eficiencia económica y el bienestar social.
- c) Evalúa las interacciones estratégicas entre empresas en mercados oligopólicos, utilizando modelos teóricos para explicar decisiones de producción, precios y colusión.
- d) Analiza estrategias empresariales avanzadas y su impacto en la competencia, proponiendo medidas de regulación y política económica en mercados complejos.

#### **5. CONTENIDO TEMATICO**

##### **PRIMERA UNIDAD**

###### **Capítulo I:** Introducción a la Organización Industrial

**Tema 01:** Introducción, Prueba de entrada.

**Tema 02:** Concepto y objeto de estudio de la OI. Enfoques: tradicional (SCP) vs moderno

**Tema 03:** ? Importancia en la economía aplicada. Casos de mercados reales (

###### **Capítulo II:** Tecnología, costos y eficiencia

**Tema 04:** La función de Producción y costos

**Tema 05:** Economías de escala y alcance

**Tema 06:** Costos hundidos y eficiencia productiva

### **Capítulo III: Poder de Mercado y Medición**

**Tema 07:** Índice de Lerner

**Tema 08:** Elasticidad de la demanda

**Tema 09:** Índices de concentración (HHI, CR); Barreras de entrada

### **Capítulo IV: Estructura de mercado y desempeño**

**Tema 10:** Competencia perfecta vs imperfecta

**Tema 11:** Relación estructura-conducta-desempeño

**Tema 12:** Bienestar económico

## **SEGUNDA UNIDAD**

### **Capítulo V: Monopolio y fijación de precios**

**Tema 13:** Maximización de beneficios

**Tema 14:** Regla  $MR=MC$

**Tema 15:** Precios y cantidad óptimos - Examen parcial 1

### **Capítulo VI: Discriminación de Precios**

**Tema 16:** Primer Grado

**Tema 17:** Segundo Grado

**Tema 18:** Segmentación de mercados

### **Capítulo VII: Estrategias de Precios**

**Tema 19:** Precios en dos partes

**Tema 20:** Bundling (venta conjunta)

**Tema 21:** Versioning - Precios pico

### **Capítulo VIII: Monopolio natural y regulación**

**Tema 22:** Costos decrecientes

**Tema 23:** Regulación de Precios

**Tema 24:** Tarifas óptimas - Introducción a política regulatoria

## **TERCERA UNIDAD**

### **Capítulo IX: Modelos de Oligopolio**

**Tema 25:** Modelo de Cournot

**Tema 26:** Modelo de Bertrand

**Tema 27:** Comparación de resultados

### **Capítulo X: Juegos estáticos y equilibrio de Nash**

**Tema 28:** Estrategias

**Tema 29:** Equilibrio de Nash

**Tema 30:** Matrices de pago

### **Capítulo XI: Juegos dinámicos**

**Tema 31:** Juegos secuenciales

**Tema 32:** Arbol de decisión

**Tema 33:** Equilibrio perfecto en subjuegos

### **Capítulo XII: Colusión y competencia repetida**

**Tema 34:** Carteles

**Tema 35:** Juegos repetidos

**Tema 36:** Estrategias de castigo - Sostenibilidad de la colusión - Examen parcial 2

## CUARTA UNIDAD

**Capítulo XIII:** conducta estratégica

**Tema 37:** Barreras de entrada estratégicas

**Tema 38:** Precios depredatorios

**Tema 39:** capacidad instalada como estrategia

**Capítulo XIV:** Información Asimétrica

**Tema 40:** Señalización

**Tema 41:** Selección adversa

**Tema 42:** Riesgo Moral

**Capítulo XV:** Diferenciación de producto

**Tema 43:** Diferenciación horizontal (Hotelling)

**Tema 44:** Diferenciación vertical

**Tema 45:** Competencia monopolística

**Capítulo XVI:** Publicidad - Investigación y desarrollo (I+D)

**Tema 46:** Publicidad Informativa- Persuasiva- Efectos sobre la demanda

**Tema 47:** Innovación, Competencia y patentes

**Tema 48:** Examen final, Exposiciones finales TIF - RSU

## 6. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE

### 6.1. Métodos

El curso se desarrollará mediante:

- a) Métodos expositivo?dialogados,
- b) Aprendizaje basado en casos y problemas,
- c) Resolución de ejercicios,
- d) Debates académicos y
- e) Aprendizaje autónomo guiado,

promoviendo el análisis crítico y la aplicación de la teoría económica a situaciones reales.

### 6.2. Medios

Se emplearán medios tecnológicos, bibliográficos y didácticos como presentaciones multimedia, plataforma virtual, textos especializados, guías de ejercicios, casos de estudio, pizarra y recursos de evaluación, con el fin de facilitar un aprendizaje teórico?práctico.

### 6.3. Formas de organización

El curso se desarrollará mediante:

- a) Clases teóricas y prácticas,
- b) Trabajo individual y grupal,
- c) Seminarios, debates dirigidos y estudio independiente,

promoviendo la participación activa y el aprendizaje autónomo.

### 6.4. Programación de actividades de investigación formativa y responsabilidad social

Investigación Formativa

a) Investigación formativa: consistente en un trabajo de investigación en que los estudiantes investigan una situación problemática aplicando la teoría para proponer una solución.

Responsabilidad Social Universitaria

b) Responsabilidad social: Se desarrollaran actividades que vinculen los conocimientos y habilidades adquiridas en la asignatura de Organización Industrial con las necesidades de la sociedad y la comunidad.

## 7. CRONOGRAMA ACADÉMICO

SEMANA	TEMA	DOCENTE	%	ACUM.
1	Introducción, Prueba de entrada.	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	2.00
1	Concepto y objeto de estudio de la OI. Enfoques: tradicional (SCP) vs moderno	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	4.00
1	? Importancia en la economía aplicada. Casos de mercados reales (	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	6.00
2	La función de Producción y costos	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	8.00
2	Economías de escala y alcance	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	10.00
2	Costos hundidos y eficiencia productiva	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	12.00
3	Indice de Lerner	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	14.00
3	Elasticidad de la demanda	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	16.00
3	Indices de concentración (HHI, CR); Barreras de entrada	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	18.00
4	Competencia perfecta vs imperfecta	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	20.00
4	Relación estructura-conducta-desempeño	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	22.00
4	Bienestar económico	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	24.00
5	Maximización de beneficios	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	26.00
5	Regla MR=MC	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	28.00
5	Precios y cantidad óptimos - Examen parcial 1	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	30.00
6	Primer Grado	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	32.00
6	Segundo Grado	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	34.00
6	Segmentación de mercados	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	36.00
7	Precios en dos partes	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	38.00
7	Bundling (venta conjunta)	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	40.00
7	Versioning - Precios pico	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	42.00
8	Costos decrecientes	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	44.00
8	Regulación de Precios	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	46.00
8	Tarifas óptimas - Introducción a política regulatoria	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	48.00
9	Modelo de Cournot	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	50.00
9	Modelo de Bertrand	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	52.00
9	Comparación de resultados	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	54.00
10	Estrategias	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	56.00
10	Equilibrio de Nash	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	58.00
10	Matrices de pago	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	60.00
11	Juegos secuenciales	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	62.00
11	Arbol de decisión	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	64.00
11	Equilibrio perfecto en subjuegos	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	66.00
12	Carteles	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	68.00

12	Juegos repetidos	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	70.00
12	Estrategias de castigo - Sostenibilidad de la colusión - Examen parcial 2	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	72.00
13	Barreras de entrada estratégicas	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	74.00
13	Precios depredatorios	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	76.00
13	capacidad instalada como estrategia	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	78.00
14	Señalización	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	80.00
14	Selección adversa	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	82.00
14	Riesgo Moral	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	84.00
15	Diferenciación horizontal (Hotelling)	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	86.00
15	Diferenciación vertical	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	88.00
15	Competencia monopolística	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	2	90.00
16	Publicidad Informativa- Persuasiva- Efectos sobre la demanda	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	3.5	93.50
16	Innovación, Competencia y patentes	J. Lima/ M. Huanca/H. Suarez	3.5	97.00
17	Examen final, Exposiciones finales TIF - RSU	M. Huanca	3	100.00

## 8. ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

### 8.1. Evaluación del aprendizaje

La evaluación será continua e integral, mediante:

- Controles de lectura,
- Prácticas calificadas,
- Trabajos grupales,
- Exposiciones,
- Participación en clase y
- Exámenes parcial y final,

con el propósito de evaluar el dominio teórico, la capacidad analítica y la aplicación de la teoría económica.

### 8.2. Cronograma de evaluación

EVALUACIÓN	FECHA DE EVALUACIÓN	EXAMEN TEORÍA	Eval. CONTINUA	TOTAL (%)
Primera Evaluación Parcial	14-05-2026	13%	20%	<b>33%</b>
Segunda Evaluación Parcial	25-06-2026	13%	20%	<b>33%</b>
Tercera Evaluación Parcial	23-07-2026	13%	21%	<b>34%</b>
<b>TOTAL</b>				<b>100%</b>

## 9. REQUISITOS DE APROBACIÓN DE LA ASIGNATURA

a) El estudiante tendrá derecho a observar o en su defecto a ratificar las notas consignadas en sus evaluaciones, después de ser entregadas las mismas por parte del profesor, salvo el vencimiento de plazos para la culminación del semestre académico, luego del mismo, no se admitirán reclamos, el estudiante que no se haga presente el día establecido, perderá su derecho a reclamo.

b) Para aprobar el curso el estudiante debe obtener una nota igual o superior a 10.5 en el promedio final.

c) El redondeo sólo se efectuará en el cálculo del promedio final, las notas parciales no se redondearán individualmente.

d) El estudiante que no rinda alguna de las evaluaciones y no haya solicitado evaluación de rezagados en el plazo oportuno, se le considerará como abandono.

e) El estudiante quedará en situación de abandono si el porcentaje de asistencia es menor al 80% (artículo 17° del Reglamento de Evaluación del Proceso de Enseñanza-Aprendizaje por Competencias).

## 10. BIBLIOGRAFÍA: AUTOR, TÍTULO, AÑO, EDITORIAL

### 10.1. Bibliografía básica obligatoria

Pepall L. et. al. "Organizacion Industrial", 2006, Editorial Thomson.

Pepall L. et. al. "Industrial Organization", 2014, Editorial John Wiley & Sons.

Cabral Luis "Introducción a la Organización Industrial", 2022, Editorial Antoni Bosch.

Carlton Dennis W, Perloff Jeffrey M "Modern Industrial Organization", 2015, Editorial Pearson Education.

### 10.2. Bibliografía de consulta

Aplicaciones empíricas por tema:

Introducción a la Organización Industrial: Nicholson, M. W. 2008. "An Antitrust Law Index for Empirical Analysis of International Competition

Policy." *Journal of Competition Law and Economics*, 4 (December): 1009-1029.

Precios lineales: Scott Morton, F., F. Zettelmeyer, and J. Silva-Risso. 2003. "Consumer Information and Discrimination: Does the Internet Affect the Pricing of New Cars to Women and Minorities?" *Quantitative Marketing and Economics* 1 (March): 65-92.

Precios no-lineales: Stavins, J. 2001. "Price Discrimination in the Airline Market: The Effect of Market Concentration," *Review of Economics and Statistics* 83 (February): 200-02.

Variedad y calidad bajo monopolio: Berry, S., and J. Waldfogel. 2010. "Product Quality and Market Size," *Journal of Industrial Economics* 58 (March): 1-31.

Paquetes y ventas atadas: Crawford, Gregory. 2008. "The Discriminatory Incentives to Bundle in the Cable Television Industry," *Quantitative Marketing and Economics* 6 (March): 41-78.

Juegos estáticos y competencia a lo Cournot: Brander, J., and A. Zhang. 1990. "Market Conduct in the Airline Industry: An Empirical

Investigation," *Rand Journal of Economics* 4 (Winter): 567-83.

Competencia en precios: Hastings, J. 2004. "Vertical Relationships and Competition in Retail Gasoline Markets: Empirical Evidence from Contract Changes in Southern California," *American Economic Review* 94

Juegos dinámicos: Huck, S., W. Müller, and H. T. Normann 2001. "Stackelberg Beats Cournot: On Collusion and Efficiency in Experimental Markets," *The Economic Journal* 111 (October): 749-65.

Disuasión a la entrada y predación: Conlin, M., and V. Kadiyali. 2006. "Entry Detering Capacity in the Texas Lodging Industry,"

*Journal of Economics and Management Strategy* 15 (Spring): 167-85.

Conducta predatoria, desarrollos recientes: Ellison, G., and S. Ellison. 2011. "Strategic Entry Deterrence and the Behavior of Pharmaceutical Incumbents Prior to Patent Expiration," *American Economic Journal* 3 (January): 1-36.

Fijación de precios, juegos repetidos y política antitrust: Kwoka, J. 1997. "The Price Effect of Bidding Conspiracies: Evidence from Real Estate

Knockouts," *Antitrust Bulletin* 42 (Summer): 503-16.

Fusiones horizontales: Epstein, R., and D. Rubinfeld, 2002. "Merger Simulation: A Simplified Approach with New Applications," *Antitrust Law Journal* 69: 883-920.

Fusiones verticales y conglomerados: Hortac ?su, A. and C. Syverson. 2007. "Cementing Relationships: Vertical Integration, Foreclosure,

Productivity, and Prices," Journal of Political Economy 115 (April): 250-301.

Restricciones verticales al precio: Smith, D., and A. MacKay, 2013. "The Empirical Effects of Minimum Resale Price Maintenance

on Prices, Output, and Consumer Welfare," Working Paper, Department of Economics, University of Chicago, (May).

Restricciones no relacionadas con el precio: Sass, T., 2005. "The Competitive Effects of Exclusive Dealing: Evidence from the US Beer

Industry," International Journal of Industrial Organization 23 (April): 203-25.

Publicidad, poder de mercado e información: Akerberg, D. 2001. "Empirically Distinguishing Informative and Prestige Effects of Advertising," Rand Journal of Economics 32 (Summer): 316-33.

Arequipa, 13 de Mayo del 2026

**HUANCA ZU?IGA, MARIELA IVETTE**

**LIMA HERCILLA, JOSE**

**SUAREZ CAHUANA, HEBERT**