



## Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

**Nombre de la Asignatura:** ECONOMÍA DE LA EMPRESA 0

### a) Generalidades

	<b>Código:</b> EEM 0	<b>Duración del Ciclo en Semanas:</b> 16
<b>Pre- Requisito (s): 26 materias aprobadas</b>	<b>Ciclo Académico:</b> VI	<b>Duración/Hora Clase:</b> 50 MINUTOS
	<b>Área curricular:</b> Especializada	<b>Número/Hora Clase por Ciclo:</b> 64
	<b>U. V.:</b> 3	<b>Horas Teóricas/Semanales:</b> 3 <b>Horas Prácticas/Semanales:</b> 1

### b) Descripción de la Asignatura:

La asignatura está diseñada para que el estudiante adquiera y desarrolle el conocimiento de las herramientas teóricas básicas de la Economía de la Organización. Además, se pretende que comprenda sus aplicaciones al análisis de problemas de la empresa y la industria.

### c) Objetivos Generales de la Asignatura:

#### **Cognitivos:**

Identificar el impacto de los costos de transacción sobre la eficiencia de la empresa.

Explicar las diversas maneras en que puede manifestarse el oportunismo en la toma de decisiones empresariales, así como ciertos principios generales que pueden usarse para comprender, evaluar y diseñar acciones que prevengan este comportamiento.

#### **Procedimentales:**

Crear soluciones factibles a los problemas de coordinación y motivación presentados por empresas particulares.

Aplicar los criterios microeconómicos básicos para el establecimiento de incentivos internos suficientes para alinear los objetivos de los agentes involucrados en las transacciones internas de la empresa.

#### **Actitudinales:**

Aceptar el paradigma de la Economía de la Organización para complementar el análisis de las variables clave de negocio.



## **Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo**

Organizar el criterio de los estudiantes a fin que tomen decisiones efectivas sobre el tamaño del negocio y los tipos de contratos a establecer con proveedores independientes.

### **d) Contenidos:**

#### **UNIDAD I: LA ECONOMÍA Y LA TOMA DE DECISIONES EMPRESARIALES**

##### **Contenidos:**

- 1.1 Relación entre Economía y Administración
- 1.2 Economía de la empresa: Concepción
- 1.3 Etapas del cambio en la estrategia organizacional
- 1.4 Aplicación de los conceptos básicos en la EEM

#### **UNIDAD II: LA EMPRESA Y LOS COSTOS DE TRANSACCIÓN**

##### **Contenidos:**

- 2.1 La organización
  - 2.1.1 ¿Por qué estudiar la organización?
  - 2.1.2 División del trabajo y la organización
  - 2.1.3 ¿Por qué existe la empresa?: Paradigma de la Economía de la Organización
- 2.2 Mecanismos de coordinación de transacciones
  - 2.2.1 Comparación entre mercado y organización
  - 2.2.2 Tradeoff de costos generado por la mezcla mercado-organización
  - 2.2.3 Internet y costos de transacción
- 2.3 La transacción
  - 2.3.1 Definición
  - 2.3.2 Derechos de propiedad: Definición y características.
  - 2.3.3 Contratos: Definición, tipos, naturaleza y consecuencias.
  - 2.3.4 Papel de los contratos en los diseños organizacionales
  - 2.3.5 Aspectos de arquitectura organizacional
  - 2.3.6 Niveles de eficiencia
    - 2.3.6.1 Eficiencia asignativa
    - 2.3.6.2 Eficiencia organizativa
    - 2.3.6.3 Eficiencia en sentido positivo
    - 2.3.6.4 Eficiencia en la función de coordinación y motivación
  - 2.3.7 Coordinación y motivación con mercado y con organización
- 2.4 Origen de los costos de transacción



## **Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo**

- 2.4.1 Por la forma de organización: costos de coordinación y de motivación
- 2.4.2 Por la naturaleza de la transacción
  - 2.4.2.1 Especificidad de activos
  - 2.4.2.2 Frecuencia y duración
  - 2.4.2.3 Incertidumbre y complejidad
  - 2.4.2.4 Diferentes mediciones de la actuación
  - 2.4.2.5 Relación con otras transacciones
- 2.5 Problemas de implementación de la Teoría de los Costos de Transacción
- 2.6 El individuo tomador de decisiones y la organización
  - 2.6.1 Egoísmo. Efecto riqueza
  - 2.6.2 Oportunismo
  - 2.6.3 Objetivos de la empresa
    - 2.6.3.1 Objetivo racional
    - 2.6.3.2 Objetivos irracionales

### **UNIDAD III: PRECIOS DE TRANSFERENCIA**

#### Contenidos:

- 3.1. El sistema de precios dentro de las organizaciones
- 3.2. Precios de transferencia: definición
- 3.3. Formas organizacionales e implicaciones
  - 3.3.1. Funcional
  - 3.3.2. Holding
  - 3.3.3. Multidivisional
- 3.4. Cálculo de precios de transferencia
  - 3.4.1. Modelo sin mercado exterior
  - 3.4.2. Modelo con mercado exterior competitivo
    - 3.4.2.1. Precio de mercado menor al costo marginal de la División Superior
    - 3.4.2.2. Precio de mercado mayor al costo marginal de la División Superior
  - 3.4.3. Modelo con mercado exterior no competitivo
- 3.5. Beneficios, precios de mercado y precios de transferencia
- 3.6. Riesgos de los precios de transferencia
- 3.7. Excedente generado por los precios de transferencia: dilemas estratégicos.
- 3.8. Fijación de precios para una empresa multinacional

### **UNIDAD IV: FRONTERA VERTICAL**



## Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

### Contenidos:

- 4.1. Frontera vertical y costos de transacción
- 4.2. Cadena vertical, frontera vertical y cadena de valor: definiciones y diferencias
- 4.3. Beneficios y costos de la integración vertical
  - 4.3.1. Economías de escala
  - 4.3.2. Economías de aprendizaje
  - 4.3.3. Costos de agencia
  - 4.3.4. Costos de influencia
  - 4.3.5. Costos de coordinación
  - 4.3.6. Perdida de información
  - 4.3.7. Reducción de costos triviales: precios máximos, sistemas impositivos
- 4.4. El contrato legal
  - 4.4.1. Importancia
  - 4.4.2. Características teóricas de un contrato completo
  - 4.4.3. Factores que impiden un contrato completo
  - 4.4.4. El papel de la ley
- 4.5. Activos específicos
  - 4.5.1. Definición e implicaciones
  - 4.5.2. Formas de especificidad
  - 4.5.3. Medición del impacto de una transacción específica
    - 4.5.3.1. Inversión en la Relación Específica (IRE)
    - 4.5.3.2. Renta
    - 4.5.3.3. Cuasirenta
  - 4.5.4. El problema del “hold-up”
    - 4.5.4.1. Origen
    - 4.5.4.2. Impacto
- 4.6. Alternativas híbridas a la integración y al mercado
  - 4.6.1. Integración gradual o atemperada
  - 4.6.2. Alianza estratégica
  - 4.6.3. Joint venture
  - 4.6.4. Relaciones colaborativas (japoneses)
    - 4.6.4.1. Redes de subcontratación
    - 4.6.4.2. Keiretsu

### **UNIDAD V: RACIONALIDAD LIMITADA E INFORMACIÓN ASIMÉTRICA**

### Contenidos:



## Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

- 5.1. Importancia de los contratos para coordinar y motivar
- 5.2. Contratos
  - 5.2.1. Concepto
  - 5.2.2. Elementos
  - 5.2.3. Tipos
  - 5.2.4. Elementos que impiden los contratos completos
  - 5.2.5. Efectos de la contratación incompleta
- 5.3. Racionalidad limitada
  - 5.3.1. Naturaleza
  - 5.3.2. Respuestas contractuales ante la racionalidad limitada
    - 5.3.2.1. Contrato de mercado spot
    - 5.3.2.2. Acuerdo marco
    - 5.3.2.3. Contrato implícito
  - 5.3.3. Activos específicos y racionalidad limitada
    - 5.3.3.1. Dilema del prisionero y hold up
  - 5.3.4. Respuestas no contractuales a la racionalidad limitada
    - 5.3.4.1. Integración vertical
    - 5.3.4.2. Reputación
- 5.4. Información asimétrica
  - 5.4.1. Definición.
  - 5.4.2. Información perfecta, información imperfecta y asimetrías de información
  - 5.4.3. Costos de negociación y de evaluación

### Unidad VI: Selección adversa y riesgo moral

#### Contenidos:

- 6.1. Elementos de incertidumbre
- 6.2. Modelo básico de incertidumbre
  - 6.2.1. Adversos al riesgo. Ejemplos.
  - 6.2.2. Amantes al riesgo. Ejemplos.
  - 6.2.3. Neutrales al riesgo. Ejemplos.
  - 6.2.4. Equivalente cierto y seguros. Ejemplos.
- 6.3. Selección adversa
  - 6.3.1. Aplicación 1: Mercado de seguros
  - 6.3.2. Aplicación 2: Autos usados (Akerloff)
  - 6.3.3. Aplicación 3: Racionamiento en el mercado de créditos.
  - 6.3.4. Revelación de información privada (Rubinstein)
    - 6.3.4.1. Señales (signalling): Modelo de Spencer
    - 6.3.4.2. Criba (screening)
      - 6.3.4.2.1. Aplicación en la relación edad-salario



## Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

### 6.3.4.2.2. Otras aplicaciones

#### 6.4. Riesgo moral

- 6.4.1. Concepto y origen
- 6.4.2. Relación con el mercado de seguros
- 6.4.3. Riesgo moral en las organizaciones
- 6.4.4. Discusión: Es socialmente indeseable el riesgo moral?
- 6.4.5. Factores que generan riesgo moral
- 6.4.6. Tipos
  - 6.4.6.1. Vertical: Bases de la Teoría del Principal-Agente
  - 6.4.6.2. Horizontal
- 6.4.7. Como controlar el riesgo moral?
  - 6.4.7.1. Seguimiento y vigilancia
  - 6.4.7.2. Contratos de incentivos explícitos
  - 6.4.7.3. Avales
  - 6.4.7.4. "Hágalo usted mismo", cambios de propiedad y rediseño organizativo
  - 6.4.7.5. Costos de influencia y actividades de influencia: Conceptos y como evitarlos
- 6.4.8. El impacto del riesgo moral en las organizaciones
  - 6.4.8.1. Hostile takeovers
  - 6.4.8.2. Poison pills
  - 6.4.8.3. Golden parachutes. Riesgos.

## Unidad VII: Contratos de incentivos

### Contenidos:

- 7.1. Definición y naturaleza
- 7.2. Fuentes de aleatoriedad
- 7.3. Repaso de conceptos
  - 7.3.1. Renta cierta y varianza
  - 7.3.2. Prima por riesgo y equivalente de certeza
- 7.4. Como soportar el riesgo?
  - 7.4.1. Instituciones de seguros:
    - 7.4.1.1. Principio del riesgo compartido
  - 7.4.2. Mercado financiero
- 7.5. Distribución óptima del riesgo
- 7.6. Sistemas de compensación
  - 7.6.1. Modelo de compensación lineal
  - 7.6.2. Contratos laborales factibles y eficientes
    - 7.6.2.1. Principios de eficiencia en contratos
      - 7.6.2.1.1. Información



## Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

7.6.2.1.2. Intensidad del incentivo

7.6.2.1.3. Intensidad de vigilancia

7.6.2.1.4. Igualdad de compensaciones

7.6.3. El efecto trinquete

7.6.4. Salarios de eficiencia

7.6.4.1. Modelo de Shapiro-Stiglitz

7.6.4.2. Salarios de eficiencia o pago de incentivos?

7.6.4.3. Salarios de eficiencia y nivel de vigilancia

### e) Estrategia Metodológica:

La asignatura está diseñada para desarrollarse en un 75% en horas teóricas, a través de clases magistrales, y un 25% en horas prácticas, mediante: lectura y discusión de casos reales, artículos de revistas especializadas, papers, trabajos de investigación en empresas, entre otros.

### f) Bibliografía:

Nombre de la Obra	Autor	Casa editora	País	Año de edición	Número de ejemplares en biblioteca
Microeconomía intermedia y sus aplicaciones	Walter Nicholson	McGraw Hill	Colombia	2001	6
Microeconomía	Robert S. Pindyck y Daniel Rubinfeld	Pearson	España	2009	4 (Biblioteca Virtual Pearson)
Microeconomía	Paul A. Samuelson y William D. Nordhaus	McGraw Hill	México	2004	3
Economía de empresa	Paul Keat y Philip Young	Pearson	Mexico	2004	2
Economía, organización y	Paul Milgrom y	Ariel Editorial		1993	*



### Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

gestión de la empresa	John Roberts				
Economics of strategy	David Besanko, David Dranove, Mark Shanley y Scott Schaefer	John Wiley & Sons, Inc.	Estados Unidos	2004	*

\*En proceso de adquisición