

Microeconomía 3.

PRIMERA CLASE

Revisado en septiembre de 2024.

Continuación de Microeconomía 2.

Continuidad en temas, principios y metodología.

Modelos de análisis del comportamiento individual.

Continuidad en la estructura de la clase y de la evaluación.

Tres bloques:

1. Estructura de Mercado, Poder de Mercado. Más allá del modelo de *Competencia Perfecta*.
2. Teoría de Juegos.
3. Riesgo.

Temas para pensar.

1. ¿Por qué es “malo” el *Monopolio*?
2. Búsqueda de *Monopolio*.
3. Regulación.

4. El *Monopolio* de las *Patentes*. El precio de los medicamentos con patentes. Preocupaciones distributivas.
5. El día sin IVA. Bajadas de precios. *Discriminación de Precios*. Subida previa de precios.
6. Seguros. El papel de las pruebas genéticas en los seguros. Preocupaciones distributivas.
7. Asignando las habitaciones de un piso compartido.

Haciendo inventario (taking stock).

1. Leer los apuntes del Tema 1 de Microeconomía II. Economía.
Una acumulación de datos sobre un aspecto de la vida.
Un conjunto de herramientas analíticas.

Modelos. Una bicicleta para la mente.

Simplificación.

Matemáticas.

ModeloS versus Modelo.

Pasos **factibles** para conseguir una calificación de Notable.

- i. Asistir a clase.
- ii. **Cumplir con los requisitos que figuran en la guía docente:** apagar el teléfono y el ordenador en clase.
- iii. Sentarse en el frente de la clase.
- iv. Acudir con las notas en papel para seguir la clase.
- v. Leer las notas de clase el día anterior durante unos minutos.
- vi. Atender a las explicaciones.

- vii. Preguntar (en clase, en las tutorías de grupo, individuales, presenciales y online).
- viii. Hacer los ejercicios propuestos poco a poco. Intentar buscar soluciones antes de que se propongan en clase.
- ix. Repetir las veces necesarias y repasar. No dejar que los conceptos se olviden.

Motivación

¿Qué significa una asignatura en la universidad? ¿Qué significa un grado? Una inmersión más o menos profunda en un área de conocimiento más o menos amplia.

El área de conocimiento puede parecer poco útil en principio. Sin embargo, las aplicaciones no aparecen hasta que no se hace el esfuerzo de inmersión.

Ejemplo

Cada cierto tiempo, los medios de comunicación se hacen eco de la gran diferencia entre el precio que recibe un productor de patatas y el precio que tienen las patatas en el supermercado más cercano.

El análisis mediático, pero también político, es que hay unos agricultores buenos que reciben un precio muy bajo y unos tenderos malos que reciben un precio muy alto. En otros ejemplos, los buenos y los malos se intercambian.

Una pregunta interesante es por qué no abren más tiendas para poder ganar el dinero que supone la diferencia de precios de compra y venta. Es decir, por qué no se incrementa la competencia.

Otra pregunta es por qué no hay más consumidores que compren las patatas en el lugar donde son tan baratas.