

Assignatura

ANÀLISI INDUSTRIAL I ESTRATÈGIA COMPETITIVA

Curs	Cicle	Codi de l'assignatura
2001-2002	2n	22298

Grups	Professors	Quadrimestre
01	Eva Jansson	Octubre - gener
51	Laura Valderrama	Octubre - gener

DESCRIPTOR DE L'ASSIGNATURA

Estudi econòmic de la indústria orientat a la formulació d'estratègies competitives, i a la viabilitat empresarial.

PROGRAMA

Resumen Temático

El curso **Análisis Industrial y Estrategia Competitiva** centra su interés en el estudio económico de las empresas a través de su incorporación en los mercados en que participa. Mercados o industrias que, con sus características, constituyen un concepto central en Microeconomía. Los objetivos básicos que se persiguen al finalizar el curso son que el alumno se familiarice con los conceptos e instrumentos básicos del análisis industrial, así como de su utilidad para la formulación de la estrategia competitiva de las empresas, y alcance una mejor comprensión de los determinantes de los beneficios empresariales en mercados abiertos a la competencia. Por último, también se espera que el alumno conozca las principales cuestiones de política industrial y de política de la competencia que afectan al entorno específico de la empresa.

La intersección entre los estudios de Economía Industrial y Teoría de la Organización se ha convertido en los últimos tiempos en una de las áreas que concentra el interés y esfuerzos de numerosos investigadores económicos. Las razones para ello son múltiples, destacando entre ellas la carencia de una teoría de la empresa lo suficientemente desarrollada y aceptada que sea capaz de ofrecer respuestas satisfactorias a preguntas tan fundamentales como **qué es y cómo**

se comporta una empresa. Tanto el curso Análisis Industrial y Estrategia Competitiva, como el de Análisis Empresarial y Diseños Organizativos son, en cierta manera, un reflejo del intento de aproximación entre las dos áreas, ya que contemplan a la empresa como objeto central de su estudio y, en ambas asignaturas, el objetivo final es contribuir a la explicación de las diferencias de beneficios que se producen entre las distintas empresas. Por tanto, y a pesar de estar diseñados como cursos autocontenidos, existen evidentes complementariedades entre los dos.

El concepto de estrategia competitiva es la pieza clave que servirá de puente entre las dos asignaturas. Con el término de estrategia queremos significar la vinculación existente entre la organización y su entorno, la importancia de saber identificar correctamente tanto los factores internos de la organización como los externos y descubrir las posibles interrelaciones existentes entre ellos. Relaciones que probarán ser vitales para determinar el cumplimiento de la misión económica de la empresa y en último término su supervivencia.

El curso **Análisis Industrial y Estrategia Competitiva** se articula en dos partes claramente diferenciadas. En la primera parte del curso, presentaremos los elementos conceptuales del curso: el paradigma clásico de la Economía Industrial y las nociones de industria, grupo estratégico y entorno estratégico relevante, así como el concepto de estrategia y su utilidad para analizar la interdependencia entre empresas. El objetivo que se pretende con ello es doble: primero, familiarizar al estudiante con algunas de las situaciones más conocidas en Economía Industrial; y segundo, incorporar a este análisis la noción de comportamiento estratégico y la teoría de juegos como herramienta de trabajo.

Los conceptos de estrategia y rivalidad resultarán particularmente importantes y será en la segunda parte del curso donde, se hará uso de la noción de estrategia y de la teoría de juegos para analizar la estructura de los mercados y la rivalidad entre las empresas, que pueden elegir entre un amplio abanico de variables estratégicas (capacidad, precio, diferenciación, ...) para competir en su entorno económico y maximizar sus beneficios. En particular, se destacará la posibilidad de competir mediante la creación de valor, frente a una vía más clásica de competencia en costes. Sin embargo, no se planteará un diseño de la empresa y, en este punto se aceptará la visión neoclásica de empresa, contemplada como un decisor individual que maximiza beneficios. Los aspectos dinámicos de la rivalidad empresarial, así como las barreras a la entrada y salida de empresas de una industria también tendrán cabida en esta segunda parte.

Respecto a los aspectos empíricos de la Economía Industrial, se harán referencias continuas a la estructura de la industria española, y se discutirá el material periodístico que pueda presentarse en clase. Material que servirá más como refuerzo e ilustración de los conceptos teóricos presentados en clase que como objeto final del estudio.

Finalmente, se abordarán, aunque en un plano más secundario, la influencia y los problemas que la Organización Industrial puede tener en las políticas públicas de Defensa de la Competencia. Desgraciadamente, las restricciones de espacio y tiempo, así como la conveniencia de utilizar una metodología única, aconsejan que no se aborden con mayor profundidad los problemas de la regulación económica.

PROGRAMA

1. Introducción y Metodología. Relevancia de la Economía Industrial en la gestión de empresas.
2. Concepto de Industria y Estructura Industrial.
3. Aspectos estratégicos de la interdependencia entre empresas.
4. Monopolio y competencia imperfecta.
5. Rivalidad empresarial: Como competir, competencia por la vía de los precios.
6. Rivalidad empresarial: Competencia por la vía de la capacidad y el posicionamiento.
7. Rivalidad entre empresas: Un enfoque dinámico de la competencia entre empresas establecidas. Caso práctico: General Electric versus Westinghouse.
8. Rivalidad empresarial: la amenaza de posibles competidores.

BIBLIOGRAFÍA

- Besanko, D y otros (1996), *The Economics of Strategy*, John Wiley and Sons.
- Brewster, D. (1997), *Business Economics. Decision making and the firm*, The Dryden Press.
- Cabral, Luis (1997), *Economía Industrial*, McGraw-Hill/Interamericana de España, S.A.
- Fernández Ordóñez, M. A. (2000). La competencia. Alianza Editorial, Madrid.
- Kay, J. (1994). *Los fundamentos del éxito empresarial*, Ariel Sociedad Económica, Barcelona.
- Martin, Stephen (1988), *Industrial Economics*, McMillan Publishing Company.
- Shapiro C., Varian H. R. (1999), *Information rules*. Harvard Business School Press, Boston, Mass.
- Shapiro C., Varian H. R. (2000), *El dominio de la información. Una guía estratégica para la economía de la red*. Antoni Bosch, editor.
- Tirole, J. (1990), *La Teoría de la Organización Industrial*, Ariel Economía, Barcelona.
- Las Publicaciones de lectura obligatoria estarán disponibles a lo largo del curso en Fotocopias Cardellach.**

METODOLOGÍA DE IMPARTICIÓN

El desarrollo del curso pretende fomentar la participación activa del alumno en la mayoría de las clases. Para ello será conveniente que el alumno lea previamente los textos programados para cada sesión; de este modo la clase puede dedicarse más a clarificar los conceptos y a debatir sus limitaciones, que a repetir el contenido de los textos. La participación activa del alumno se propiciará también a través de la realización de casos prácticos que periódicamente se encargarán y que pueden ser preparados en grupos reducidos. Por último, se espera que el alumno alcance una parte importante de los objetivos de aprendizaje del curso con la realización de ejercicios y proyectos que serán encargados regularmente.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

La evaluación se basará en un examen final (70%) y la participación en clase (30%).

TUTORIES

Professors	Tutories	Despatx	Telèfon
Jansson, Eva	Dilluns de 15.00-16.30 h Dimarts de 9.00-10.30 h.	B1-103	93 5811207
Valderrama, Laura	Consultar tauló al Departament		