



ELECTIVO 3° - 4° NM: ECONOMÍA Y SOCIEDAD

UNIDAD 2: EL MERCADO, IMPERFECCIONES Y EXTERNALIDADES.

PROFESOR: ALEJANDRO GODOY.



I. IDENTIFICACIÓN DE LA PRESENTACIÓN N° 006 /2022

DEPARTAMENTO	HISTORIA
ASIGNATURA	ELECTIVO ECONOMÍA Y SOCIEDAD
PROFESOR	ALEJANDRO GODOY VALLADARES
CURSO	3°Y 4° MEDIO.
SEMESTRE	PRIMERO



II. GESTIÓN CURRICULAR

OBJETIVO	IDENTIFICAR LAS FALLAS DE MERCADO EN MERCADOS IMPERFECTOS
CONTENIDO	FALLAS DE MERCADO.
ACTIVIDAD PRÁCTICA	PPT CLASE N° 6
MATERIAL	GUIA – CUADERNO – LÁPICES.

¿QUÉ SON LAS FALLAS DE MERCADO?

Debemos reconocer que existen dos mercados:

- a) **MERCADO DE COMPETENCIA PERFECTA:** se basa en un libre juego de oferta y demanda. Hay una cantidad suficiente de ambos y distribuidos de manera equitativa, por lo que ninguno puede controlar los precios. Hay transparencia y todos compiten sin ponerse de acuerdo.
- b) **MERCADOS DE COMPETENCIA IMPERFECTA:** en ellos, los productores pueden tener cierto control sobre los precios con intervención de distintas naturaleza.

Profundicemos observando el siguiente video: <https://www.youtube.com/watch?v=SD6JLrYbxZg>

¿CUÁLES SON LAS FALLAS DE LOS MERCADOS IMPERFECTOS?

Como ya has aprendido, los mercados se basan en el libre juego de la oferta y la demanda, es decir, en que existan una cantidad suficiente de oferentes y demandantes distribuidos de manera equitativa, de modo que nadie pueda controlar los precios. Además, debe existir transparencia en la información y todos deben competir sin ponerse de acuerdo. Sin embargo, esto no siempre ocurre. Cuando no ocurre, hablamos de mercados de competencia imperfecta. En ellos, los productores pueden tener cierto control sobre los precios con intervenciones de distinta naturaleza. Las más conocidas son:

1. **MONOPOLÍO**
2. **OLIGOPOLÍO.**
3. **INFLACIÓN.**
4. **DEFLACIÓN.**

¿CUÁLES SON LAS FALLAS DE LOS MERCADOS IMPERFECTOS?

Monopolio. Solo hay un vendedor que produce un bien o servicio determinado y, además, ese bien o servicio no tiene sustituto (no se puede reemplazar). Esto permite a ese oferente fijar los precios a su gusto, pues es la única alternativa que tiene el consumidor.

Oligopolio. Se da cuando existe un número muy reducido de vendedores de un mismo producto, lo que les permite intervenir precios y cantidades del producto en conductas el mercado. En este contexto, pueden aparecer como la colusión, afectando la libre competencia y a los consumidores.

Nos remontamos al año 2008, cuando se realizó una presentación formal ante la Fiscalía Nacional Económica (FNE) debido a los explosivos aumentos de precio de más de 200 medicamentos. El fiscal nacional económico acusó a las grandes cadenas de farmacias de haberse concertado para subir entre diciembre de 2007 y marzo de 2008, simultáneamente, los precios de 222 medicamentos. Por ejemplo, mientras que el inhalador presurizado Salbutamol que Cenabast (organismo que entrega los medicamentos a los hospitales y consultorios municipales) vendía a \$690, en las cadenas mencionadas estaba a \$6.015 promedio. Un hecho de la causa es que este es un mercado concentrado. En pocos años el negocio de las farmacias quedó dominado por tres grandes cadenas de farmacias, agrupando más del 90% del mercado. [En diciembre de 2019, la justicia condenó a las cadenas de farmacias al pago de US\$2,6 millones como compensación a los consumidores].

Castillo, L. (2009). Colusión en mercados relevantes: un aporte a la discusión. *Serie Documentos Electrónicos*, (1). Santiago de Chile: FLACSO.
Recuperado de: <http://bit.ly/327ciMR>

¿Por qué la colusión afecta directamente a los consumidores y a la libre competencia? Fundamenta con al menos dos argumentos extraídos del texto.

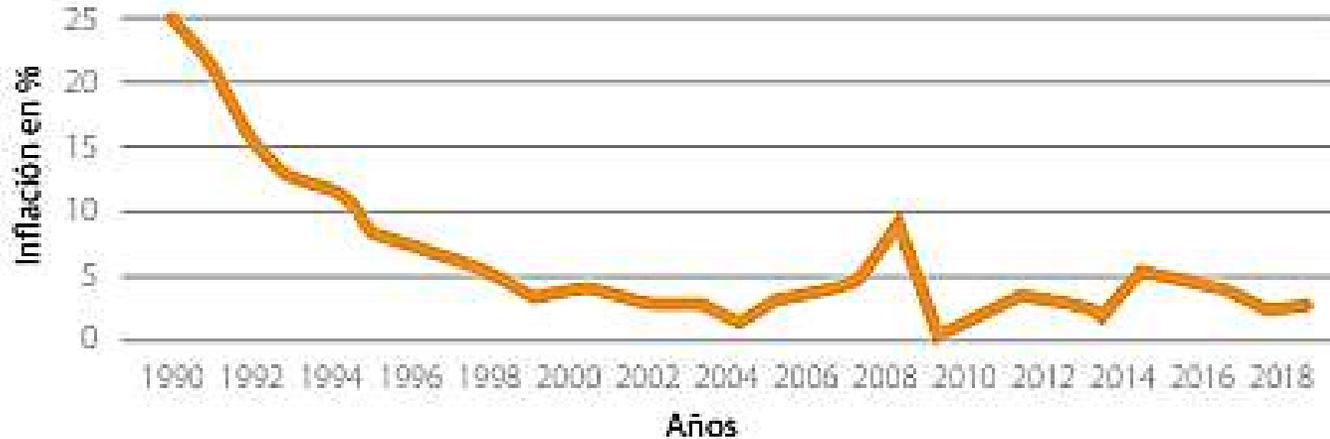
LA INFLACIÓN Y LA DEFLACIÓN.

Los precios de los productos no solo bajan o suben como resultado de cambios en la oferta y la demanda. También pueden hacerlo **cuando cambia el valor del dinero** mismo. Cuando existe un incremento generalizado y sostenido de los precios de los bienes y servicios en un período de tiempo determinado, decimos que nos encontramos ante un fenómeno económico llamado **inflación**. Si el mismo producto antes costaba \$100 y ahora cuesta \$150, significa que su precio aumentó en un 50 %. Esto significa que el dinero perdió valor y disminuyó su capacidad de adquisición de bienes. Las causas más comunes de este fenómeno son el aumento de la demanda de bienes por sobre la oferta o el aumento de la cantidad de dinero impreso en una economía. Cuando la inflación es excesivamente elevada y no logra ser controlada, se le conoce como hiperinflación.

Por el contrario, cuando ocurre un descenso global del nivel de los precios durante un período prolongado de tiempo, nos encontramos frente a una situación de **deflación**. Esto se produce comúnmente cuando la oferta de bienes y servicios en una economía es mayor a la demanda, ya sea porque la demanda es insuficiente o por exceso de oferta.

El siguiente gráfico muestra la variación anual de la inflación en Chile, desde 1990 hasta 2018.

Evolución de la inflación en Chile 1990-2018



Fuente: Banco Mundial. Recuperado de: <https://bit.ly/2ID1AEK>

Analiza el gráfico y compara: ¿en qué años subieron más los precios en Chile? Investiga: ¿qué sucedía en esos años en Chile?, ¿por qué razones pueden haber subido más los precios?

ACTIVIDAD: OBSERVA LOS CASOS EXPUESTOS EN EL CUADRO Y CUMPLETA SEGÚN CORRESPONDA.

CASO	¿A qué de falla de mercado hace relación?	¿Por qué?
<p>El gigantesco consorcio Cemex (Cementos Mexicanos), (...) se ha hecho rico porque, además de su pujanza, se le ha permitido vender la tonelada a un precio muy superior al vigente en los mercados internacionales, según las denuncias presentadas. “La tonelada de cemento vale en México 120 o 130 dólares, 60 en España, 50 en EE. UU. y en Asia no llega a los 40 dólares”. Cemex y el <i>holding</i> suizo Holcim-Apasco controlan el 80 % del mercado mexicano, que produce 33 millones de toneladas anuales.</p>		
<p>Durante los últimos 12 meses llama la atención que en los estratos bajos subió más el costo de vida: 8,49 %, es decir, un poco más de medio punto que para el total de la población colombiana (...). El precio de los alimentos, en ese mismo período, es el que ha estado presionando más el bolsillo de los colombianos (...).</p>		