

Actividad 3: Análisis sobre mercados perfectos e imperfectos y el rol del Estado

Propósito

Se busca que los estudiantes comprendan las imperfecciones del mercado relacionadas con la toma de decisiones de productores o compradores, y el rol del Estado en la prevención y fiscalización de ellas. A partir de esto, se espera que elaboren juicios éticos en los que evalúen el impacto social de este tipo de fenómenos.

Objetivos de Aprendizaje

OA 5 Analizar críticamente las imperfecciones inherentes del mercado como monopolios, oligopolios, colusión, competencia monopolística y externalidades negativas considerando su impacto social y las normativas vigentes.

OA b Hacer conexiones entre fenómenos, acontecimientos y/o procesos de la realidad considerando conceptos como multidimensionalidad, multicausalidad y multiescalaridad, temporalidad, y variables y patrones.

OA c Elaborar interpretaciones y argumentos, basados en fuentes variadas y pertinentes, haciendo uso ético de la información.

OA f Elaborar juicios éticos de manera rigurosa y basados en conocimiento disciplinar sobre hitos, fenómenos, procesos, ideas, acciones de personas, entre otros.

OA g Comunicar explicaciones, conclusiones u opiniones fundamentadas haciendo uso de lenguaje, las normas y convenciones de la disciplina.

Actitudes	Trabajar colaborativamente en la generación, desarrollo y gestión de proyectos y la resolución de problemas, integrando las diferentes ideas y puntos de vista.
------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Duración	10 horas pedagógicas
-----------------	----------------------

DESARROLLO

Introducción: competencia perfecta e imperfecta

En grupos de 4 o 5 integrantes, leen y luego dialogan a partir del texto que se presenta a continuación, apoyados por preguntas como las siguientes:

Siguiendo la definición entregada, ¿qué tipos de mercado perfectamente competitivos has podido observar en tu vida cotidiana?

¿Cuáles de las condiciones propuestas en la definición se cumplen, o no, en relación con los bienes que tu familia consume normalmente? ¿Por qué?

¿Qué conclusiones se puede sacar a partir de las respuestas anteriores?

Texto:

“El mercado [*perfectamente competitivo*] debe tener dos características: 1) los bienes que se venden deben de ser exactamente los mismos y 2) los compradores y vendedores son tan numerosos que ninguno puede, por sí solo, influir en el precio del bien en el mercado. Debido a que en los mercados perfectamente competitivos los compradores y vendedores deben aceptar el precio que el mercado determina, se dice que ambos son *tomadores de precios*. Al precio de mercado, los compradores pueden comprar tanto como quieran y los vendedores vender tanto como deseen”.

Fuente: Mankiw, G. (2012) *Principios de economía*. Capítulo 1 (6ª edición). Cengage Learning.

Indagación sobre imperfecciones del mercado

El profesor introduce las siguientes fallas relacionadas con decisiones más comunes del mercado, muchas veces de carácter ético. Les pide que indiquen oralmente características, causas y efectos que relacionan con ellas, y escribe las respuestas en el pizarrón, en columnas para cada caso:

- Monopolio
- Oligopolio
- Competencia monopolística
- Monopsonio

Tras comentar los ejemplos anteriores, las mismas parejas de la primera etapa investigan sobre ellos.

Deben considerar:

En qué consiste la falla.

Por qué se genera.

Cómo se ve afectada la interacción de productores y consumidores en el mercado cuando ocurren estas imperfecciones.

Ejemplos de esta falla en Chile u otros países.

Rol del Estado, incluyendo normativas vigentes para fiscalizar y evitar este tipo de imperfecciones.

Su impacto social y económico.

Formas de solucionarlo.

Elaboración de ensayo: la dimensión ética de las imperfecciones del mercado

Las parejas elaboran un ensayo a partir de los resultados de su indagación. Deben analizar la información recogida para argumentar y elaborar juicios éticos acerca del impacto social que tiene la falla del mercado estudiada y el rol del Estado al respecto.

<p>Conexiones interdisciplinarias Filosofía 4° medio OA 2</p>

Orientaciones para el docente

Se sugiere los siguientes indicadores para evaluar formativamente esta actividad; el profesor los puede modificar o reemplazar por otros que considere más pertinentes a su contexto:

Explican los monopolios, los oligopolios, la colusión, la competencia monopolística y las externalidades negativas como manifestación del carácter imperfecto del mercado.

Evalúan el impacto social que tienen las malas prácticas a las que puede dar lugar el mercado, considerando su dimensión legal y ética.

Evalúan los alcances y limitaciones que tiene el Estado actualmente en Chile para corregir las imperfecciones del mercado y regular las acciones de determinados agentes.

Algunas definiciones para guiar y profundizar en la actividad:

Competencia perfecta:

Existe competencia perfecta en un mercado cuando en éste hay infinitos productores del bien X e infinitos consumidores de dicho bien, ninguno de los cuales afecta o determina, individualmente, el precio a pagar por el bien X. Todos son *precio aceptantes*: venden y compran al precio que determina el mercado; es decir, la fuerza de la oferta junto con la demanda. Adicionalmente, en este mercado existe libre entrada y salida de oferentes. Por lo tanto, hay movilidad: entran empresas nuevas y salen empresas que no lo hacen bien. Es la competencia la que controla el comportamiento de los productores entre sí.

El bien X producido por todos los oferentes es homogéneo o sustituto perfecto del bien X que producen las empresas rivales. En este tipo de mercado, la información es clave. Tanto los consumidores como los productores entregan información mediante los precios que están dispuestos a pagar y a recibir, y todos acceden a la misma información.

La libre entrada al mercado se ve incentivada si, en el mediano plazo, alguna empresa que está en el mercado tiene rentas o cuasirentas. Se denominan “cuasirentas”, porque incentivan la entrada de nuevos oferentes al mercado.

Competencia imperfecta:

La competencia imperfecta ocurre cuando alguno de los requisitos de la competencia perfecta no se cumple.

Cuando existe competencia imperfecta, la o las empresas que están en el mercado tendrán incentivos para aumentar sus utilidades, disminuyendo la cantidad ofrecida y subiendo el precio del bien, lo cual genera pérdidas para la sociedad debido a que no estará disponible la cantidad socialmente óptima del bien. Esto afecta de modo negativo a los consumidores.

Estas fallas de mercado están claramente identificadas en la literatura económica. Las fallas de mercado se generan cuando hay monopolios naturales, recursos de propiedad común (bienes públicos), externalidades y asimetrías de información. Por ejemplo: si hay barreras a la entrada que impiden que ingresen nuevos oferentes al mercado, entonces las empresas en ese mercado serán pocas o, en el extremo, solo una. Cuando sólo existe un oferente, hablamos de un monopolio.

Monopolio natural:

Surge debido a la existencia de barreras naturales a la entrada.

Barreras a la entrada naturales son grandes costos fijos que debe pagar la empresa oferente. Dichos costos generan economías de escala, por lo cual es más eficiente que una sola empresa provea el servicio y aproveche dichas economías.

Para que el monopolio natural no cobre la tarifa monopólica, se fijan las tarifas por ley.

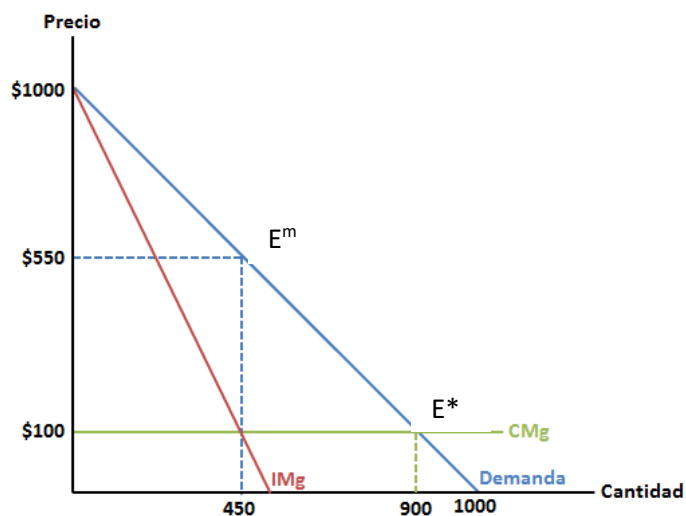
El profesor puede introducir o profundizar el tema del monopolio con el siguiente ejercicio:

“Caso kiosco de helados

Suponga que hay un único kiosco que vende helados dentro del colegio. De los 1 000 alumnos que hay, un 90% compraría helados a \$100 cada uno (suponiendo que cada uno se come máximo un helado), que es el precio que cobra por ese mismo helado el kiosco que está afuera del colegio. Sin embargo, a los estudiantes no les está permitido salir fuera del colegio durante la jornada escolar.

El costo de refrigerar cada helado es de \$100 y es el único costo para el kiosco. En esta situación, se vende 900 helados a un precio de \$100 cada uno (punto E* del gráfico).

Suponga, por otro lado, que el kiosco del colegio decidió disminuir su oferta de helados y cobrar un precio más alto por ellos, de \$550 cada uno. A ese precio, solo compran 450 alumnos (punto E^m del gráfico) un helado cada uno”.



Inicialmente:

$$\text{Ingreso: } \$100 \times 900 = \$90.000$$

$$\text{Costo: } \$100 \times 900 = \$90.000$$

$$\text{Utilidad: Ingresos} - \text{costos} = \$90.000 - \$90.000 = \$0$$

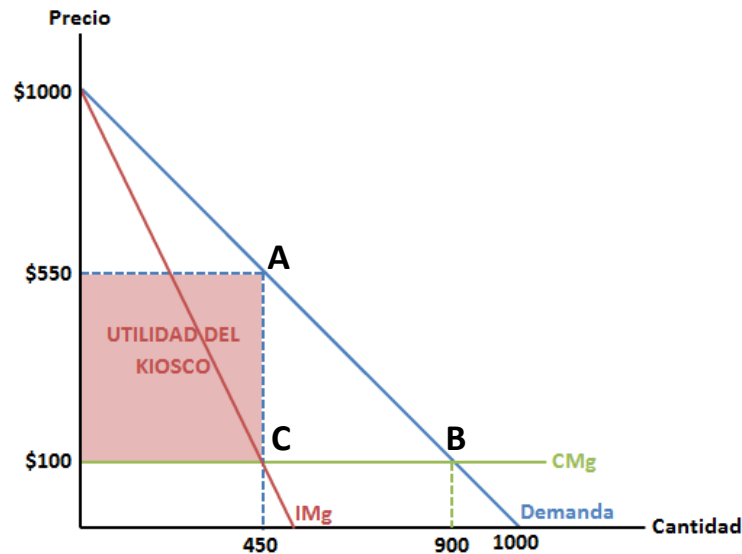
Al subir el precio:

$$\text{Ingreso: } \$550 \times 450 = \$247.500$$

$$\text{Costo: } \$100 \times 450 = \$45.000$$

$$\text{Utilidad: Ingresos} - \text{costos} = \$247.500 - \$45.000 = \$202.500$$

Por lo tanto, el kiosco pasa de no tener ganancias a tener una utilidad de \$202.500.



El profesor puede explicar que el monopolio genera un costo neto para la sociedad, el cual se puede representar por el triángulo ABC del gráfico. Ello se debe a que hay personas que valoran el poder consumir el helado y no podrán hacerlo (área bajo la curva de demanda entre las cantidades 450 y 900) y, dado que la sociedad deja de producir esas unidades, existe también un ahorro de recursos (área bajo la curva de oferta entre esas cantidades). La resta de ambas áreas da el triángulo ABC de costo o pérdida social neta.

Recursos

Mankiw, G. (2012). *Las empresas en mercados competitivos*. Capítulo 14 (6ª edición). Cengage Learning.

EconomíaActiva. (2019). *¿Cómo enseñar economía?* Tomo 1: Microeconomía.

Se sugiere los siguientes videos sobre mercados imperfectos:

DW Chile: ¿Qué es un monopolio?

<https://www.curriculumnacional.cl/link/https://www.youtube.com/user/DeutscheWelleEspa%20nol/search?query=monopolio>

Tipos de mercados imperfectos

<https://www.curriculumnacional.cl/link/https://www.youtube.com/watch?v=-xRGo5dQjMo>

Importancia de que haya competencia en los mercados

<https://www.curriculumnacional.cl/link/https://www.youtube.com/watch?v=Mn8EV9bDyEk>