

Unidad 2:

El mercado: imperfecciones y externalidades

Propósito

Se busca que los estudiantes comprendan y analicen las imperfecciones del mercado, su origen y mecanismos de control, y que conozcan el rol regulador y fiscalizador del Estado y sus limitaciones para corregir dichas imperfecciones. Se espera que puedan evaluar el costo social que tienen las malas prácticas en el mercado y el costo ético y social que conllevan, para que adquieran una voz informada y crítica. Algunas preguntas que pueden orientar este propósito son: ¿En qué medida las fallas de mercado afectan mi vida cotidiana? ¿Qué puede hacer el Estado para corregir las fallas del mercado? ¿Cómo puede una ciudadanía informada limitar el impacto de un mercado imperfecto?

Objetivos de Aprendizaje

Conocimiento y comprensión

OA 3 Investigar la interacción entre consumidores y productores en el mercado considerando factores como la oferta, la demanda, la elasticidad y la fijación de precios evaluando el rol regulador del Estado.

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.

Habilidades

Investigación

- a. Investigar sobre la realidad considerando:
 - formulación de preguntas o problemas de investigación a partir de la observación de fenómenos;
 - levantamiento de información a partir de métodos y técnicas propias de Historia, Geografía, Economía y otras ciencias sociales;
 - análisis crítico de las evidencias y evaluación de su validez, considerando su uso ético para respaldar opiniones;
 - definición del marco teórico, del estado de la cuestión y de los conceptos disciplinares del tema a investigar;
 - análisis de las propias conclusiones en relación con los supuestos iniciales.

Pensamiento crítico

- b. Hacer conexiones entre fenómenos, acontecimientos y/o procesos de la realidad considerando conceptos como multidimensionalidad, multicausalidad y multiescalaridad, temporalidad, y variables y patrones.
- c. Elaborar interpretaciones y argumentos, basados en fuentes variadas y pertinentes, haciendo uso ético de la información.
- d. Analizar interpretaciones y perspectivas de diversas fuentes, considerando propósito, intencionalidad, enfoque y contexto del autor, y las preguntas que intenta responder.

- e. Evaluar la validez de las propias interpretaciones sobre acontecimientos, fenómenos y procesos estudiados, a través del diálogo y el uso de fuentes.
- f. Elaborar juicios éticos de manera rigurosa y basados en conocimiento disciplinar sobre hitos, fenómenos, procesos, ideas, acciones de personas, entre otros;

Comunicación

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

Actividad 1: Análisis sobre interacciones de consumidores y productores en el mercado

Propósito

Se busca que los estudiantes comprendan cómo interactúan consumidores y productores en el mercado. Sobre esa base, analizan cómo se comportan ambos actores frente a elementos como oferta y demanda, elasticidad y fijación de precios. Asimismo, evalúan el rol de Estado en esta relación.

Objetivos de Aprendizaje

OA 3 Investigar la interacción entre consumidores y productores en el mercado considerando factores como la oferta, la demanda, la elasticidad y la fijación de precios evaluando el rol regulador del Estado.

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.

Actitudes	Pensar con flexibilidad para reelaborar las propias ideas, puntos de vista y creencias.
Duración	6 horas pedagógicas

DESARROLLO

Análisis sobre el concepto de demanda en economía

Para comenzar, realizan el siguiente ejercicio para ilustrar cómo se obtiene la demanda total de un determinado bien. Deben expresar qué precio estarían dispuestos a pagar por una barra de chocolate. Para ello, se completa la siguiente tabla:

Precio de cada barra de chocolate (\$)	Número de estudiantes que compran 1 barra de chocolate a este precio:
1.000	
850	
700	
550	
400	
250	
100	
Total	

Suman la cantidad total de estudiantes dispuestos a comprar barras de chocolate y responden las siguientes preguntas:

¿Qué grupo de quienes interactúan en el mercado representa la demanda?

¿Qué importancia tiene el concepto de demanda para entender las interacciones que se dan en el mercado?

El profesor puede explicar que la demanda total de un mercado corresponde a la suma de lo que todos los consumidores de ese bien están dispuestos a comprar a cada precio. La demanda individual refleja lo que una persona está dispuesta a pagar por cada unidad de un bien. Como vieron en la actividad previa, a medida que aumenta el número de unidades consumidas de un determinado bien, disminuye la utilidad que esas unidades adicionales reportan al consumidor. Esto se refleja en una pendiente negativa de la curva de demanda. La demanda total por un bien refleja la cantidad que está dispuesto a pagar el consumidor por cada unidad consumida.

Dada la ley de utilidad marginal decreciente, a medida que aumenta el consumo, la valoración de las unidades adicionales disminuye. Esto se traduce en una menor disposición a pagar por unidades adicionales y se refleja en la pendiente negativa de la curva de demanda.

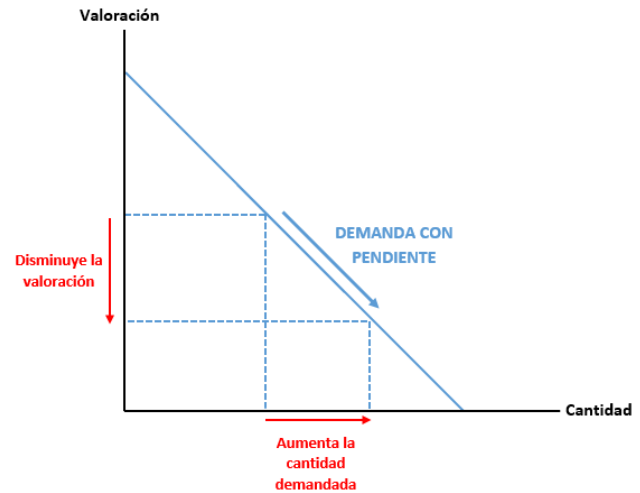
Se propone que vean el siguiente video explicativo de los determinantes de la curva de demanda:



<https://www.curriculumnacional.cl/link/https://www.youtube.com/watch?v=oFKGJVlx4OM>

El profesor puede presentarles el siguiente gráfico para mostrarles cómo se grafica esta realidad en la teoría económica, y les pide que interpreten la información que se representa.

Conexiones
interdisciplinarias
Matemática 3° medio
OA 3

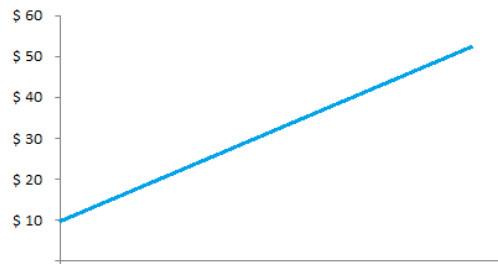


Análisis sobre el concepto de oferta en economía

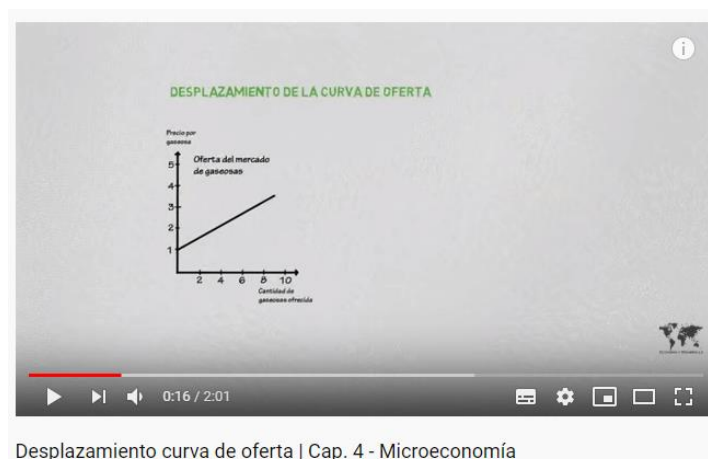
En la misma línea del ejercicio anterior, el profesor guía la siguiente actividad para ilustrar cómo se obtiene la oferta total por un determinado bien; por ejemplo: por producir alfajores. Usted sabe que el costo de producir un alfajor es de \$10 y que dicho costo es creciente; es decir, aumenta por cada alfajor adicional producido. En la siguiente tabla se muestra cuántos alfajores se produce a cada precio, según el número de alumnos que ofrecen alfajores a cada precio:

Costo de cada alfajor (\$)	N° de alumnos que ofrecen 1 alfajor a ese precio:
10	
20	
30	
40	
50	
60	
70	

El docente explica que la oferta total de un mercado corresponde a la suma de lo que todos los individuos están dispuestos a ofrecer a cada precio. Se sugiere que grafique la oferta obtenida del cuadro anterior.

Oferta (Costo creciente)

Es importante que les explique que hay distintos factores que afectan la posición de la curva de oferta; es decir, la aumentan o la disminuyen. Se propone que analicen el siguiente video explicativo de los factores determinantes de la curva de oferta:



Desplazamiento curva de oferta | Cap. 4 - Microeconomía

<https://www.curriculumnacional.cl/link/https://www.youtube.com/watch?v=9XDbtUaPOZk>

Cabe explicarles que la curva de oferta representa cómo un bien refleja los costos de producción de él. Se define como el mínimo precio que está dispuesto a recibir el productor por cada unidad producida. En general, es una curva con pendiente creciente, ya que al producir más unidades, los costos son mayores. Cambios en el costo de producción del bien sustituto en oferta generan cambios en la oferta del bien. Por ejemplo, al disminuir el costo de producir hallullas, el productor de pan sustituye la producción de marraquetas por hallullas. Aumentos en el precio final del bien complementario en producción –por ejemplo, de la masa de pizza– generan un aumento en la oferta de hallullas, ya que ambos bienes se producen en conjunto.

Explicación sobre la demanda y la oferta, el concepto de elasticidad

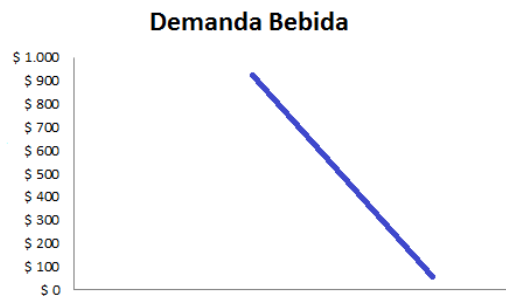
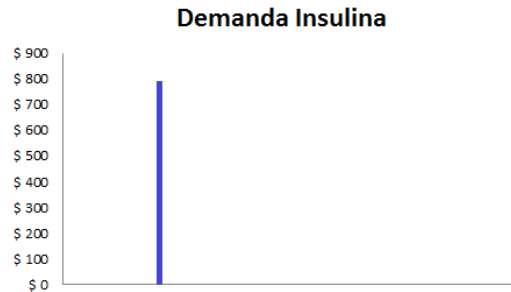
El docente les señala que la cantidad demandada total varía según cuál sea el producto o servicio y, a la vez, el precio que tenga. En parejas, respondan algunas de estas preguntas y proponen explicaciones:

¿Qué sucede con la cantidad demandada de insulina de una persona que tiene diabetes, si el precio de la insulina sube 20%?

¿Qué sucede con la cantidad demandada de coca cola si su precio sube 20%?

Se espera que comprendan el concepto de elasticidad. Pueden complementar sus explicaciones con bibliografía.

Como apoyo a las explicaciones propuestas, el profesor muestra la expresión de la elasticidad con los siguientes gráficos:



Se sugiere que hagan un listado de bienes y servicios y su relación con la elasticidad de la demanda, y den algunas razones que explican su comportamiento.

Análisis sobre la relación de la oferta y la demanda en el mercado

En grupos, analizan el concepto de precio en economía. Para ello, hacen un listado de precios de productos y servicios que consumen en un día normal. Luego se preguntan qué precio estarían dispuestos a pagar en iguales condiciones, cuánto pagarían en condiciones críticas (hambre, retraso, miedo, ansiedad, etc.) y qué deberían hacer para obtener el menor precio de ese bien y servicio.

Se sugiere la siguiente tabla para organizar la información:

Bien o servicio	Precio	Cuánto están dispuestos a pagar en iguales condiciones.	Cuánto están dispuestos a pagar en condiciones críticas (hambre, retraso, miedo, ansiedad, etc.).	Qué deberían hacer para obtener el menor precio de ese bien y servicio.

A continuación, los mismos grupos responden las siguientes preguntas:

- ¿Qué es el precio?
- ¿Cómo se definen los precios?
- ¿Quién define el precio de un bien o un servicio?
- ¿Por qué estoy dispuesto a pagar más en una situación crítica?
- ¿Qué condiciones debe haber para que un bien o servicio baje de precio?
- Si quiero ganar más, ¿basta con subir el precio?
- ¿De qué manera se regulan los precios en el mercado?
- ¿Qué efectos tiene el control de precios?

Análisis de las interacciones de productores y consumidores en economía

Seleccionan noticias relacionadas con las interacciones de productores y consumidores en una economía y, en grupos, las analizan a partir de las preguntas de la siguiente tabla.

Descripción del ejemplo analizado	
¿Cuál es el rol de la oferta en la determinación de los precios?	
¿Cuál es el rol de la demanda en la determinación de los precios?	
¿Cuánto afecta la variación del precio a la demanda? (elasticidad)	
¿Hay ejemplos de fijación de precios sobre el ejemplo analizado?	
¿Cómo ejerce el Estado un rol regulador en esta interacción?	
¿Qué cambios se observa en la forma de interactuar de los agentes?	
¿Cómo se explica los cambios observados?	

Finalmente, apoyados en bibliografía, explican por qué los aspectos económicos tienen ese comportamiento y cuáles son los principios teóricos que explican estas interacciones entre consumidores y productores.

Reflexión y puesta en común

En nuevos grupos de trabajo, responden las siguientes preguntas, registran el resultado de sus reflexiones y luego las exponen ante el curso.

- ¿Cómo se organiza o regula las interacciones entre consumidores y productores?
- ¿Cómo la oferta y la demanda constituyen una forma de organizar esta interacción?
- ¿Por qué el Estado tiene un rol regulador en estas interacciones?
- ¿En qué sectores de la economía la interacción entre consumidores y productores se ve más regulada por el Estado? ¿Por qué?
- ¿En qué sectores de la economía la interacción entre consumidores y productores se ve más regulada por la oferta y la demanda?

Orientaciones para el docente

Debido al desafío conceptual de esta actividad, se sugiere entregar a los estudiantes recursos que les permitan comprender mejor los aspectos tratados. Es necesario elegir buenos ejemplos para que entiendan cómo interactúan productores y consumidores, y guiar cada etapa del trabajo.

Respecto del concepto de elasticidad, se sugiere la siguiente definición: medida de cuánto responde la cantidad demandada de un bien a un cambio en su precio. La demanda es elástica cuando la cantidad demandada cambia sustancialmente por una modificación del precio. La demanda es inelástica si la cantidad demandada cambia ligeramente frente a una modificación del precio.

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 conceptos utilizados en economía para analizar el mercado, entendido como el resultado de la interacción entre consumidores y productores.

Analizan el comportamiento de los precios en el mercado a partir de las curvas de oferta y de demanda, las elasticidades, la inflación y políticas de fijación de precios.

Recursos

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

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

Cortés, H., Holuigue, A. e Iglesias, A. (1982). *Economía: Principios y problemas*. Capítulo 4, pp. 100 a 105. Instituto de Economía UC.

Video: Los 10 principios de la economía de Gregory Mankiw:

<https://www.curriculumnacional.cl/link/https://www.youtube.com/watch?v=kMHVbGc8Okk>

Actividad 2: Explicación sobre las fallas de mercado y sus soluciones

Propósito

Se busca que los estudiantes conozcan las fallas del mercado, su origen, las razones por las que se producen y cómo se corrigen, así como el rol regulador y fiscalizador del Estado. Con esto, se espera que sean capaces de analizar críticamente estas imperfecciones inherentes del mercado.

Objetivos de Aprendizaje

OA 3 Investigar la interacción entre consumidores y productores en el mercado considerando factores como la oferta, la demanda, la elasticidad y la fijación de precios evaluando el rol regulador del Estado.

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

Actitudes	Aprovechar las herramientas disponibles para aprender y resolver problemas.
Duración	8 horas pedagógicas

DESARROLLO

Reconociendo las imperfecciones del mercado

El profesor muestra el siguiente video del Servicio Nacional del Consumidor (Sernac) y les pide que identifiquen las imperfecciones del mercado que se muestra y sus características, considerando en qué difieren de la definición de mercado perfectamente competitivo revisada en la actividad anterior.



<https://www.curriculumnacional.cl/link/https://www.youtube.com/watch?v=SD6JLrYbxZg>

Trabajan en parejas para identificar ejemplos de la vida cotidiana en que alguna de las condiciones de la competencia perfecta no se cumple, completan la siguiente tabla con otros ejemplos y luego comparten oralmente con el curso.

Ejemplos de mercados en competencia imperfecta

Situación	Ejemplo de mercado en Chile con esas características
Pocos compradores del bien	
Pocos vendedores del bien	
Bienes diferenciados	Mercado de los helados (hay distintas variedades)
Información imperfecta	Mercado de seguros de vida
Barreras a la entrada	
Barreras a la salida	

Indagación sobre fallas del mercado

El profesor plantea ejemplos como los siguientes sobre fallas del mercado y les pide que indiquen oralmente características, causas y efectos que relacionan con ellas.

Escribe las respuestas en el pizarrón, en columnas para cada caso:

Externalidad negativa de contaminación ambiental por emisiones.

Externalidad negativa de contaminación por residuos industriales líquidos.

Bienes públicos, ¿qué son? ¿Cómo se caracterizan?

Asimetrías de información en el mercado de seguros de salud.

Asimetrías de información en el mercado de seguros de vehículos motorizados.

¿Qué son los monopolios naturales? ¿Qué monopolio natural existe en Chile?

Tras comentar los ejemplos anteriores, los mismos grupos investigan al respecto. Deben considerar:

En qué consiste la imperfección o 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 en el pasado reciente (últimos 15 años).

Rol del Estado, incluyendo normativas vigentes para corregir este tipo de imperfecciones.

Su impacto social y económico.

Formas de solucionarlo.

Conexiones
interdisciplinarias
Educación Ciudadana
3° medio
OA 4

Plenario: el rol del Estado en la corrección de las imperfecciones del mercado

Hacen una puesta en común y cada grupo expone los hallazgos de su investigación. Luego reflexionan en conjunto en torno a la siguiente pregunta:

¿Permite el rol regulador del Estado corregir estas imperfecciones en la competencia del mercado? Deben argumentar con ejemplos concretos y utilizando los conceptos económicos desarrollados en la unidad anterior, como oferta, demanda y fijación de precios.

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:

Fundamentan el carácter imperfecto del mercado, aplicando conceptos de la economía y ejemplificando con base en evidencias.

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 de Chile para corregir las imperfecciones del mercado y regular las acciones de determinados agentes.

La siguiente tabla puede servir como síntesis de las principales características económicas de las 4 fallas del mercado estudiadas en esta actividad:

Tipo de falla	Características
Monopolio	Solo un oferente del bien X. Existen barreras a la entrada al mercado. El monopolio decide cuántas unidades produce y a qué precio las vende (precio monopolístico). Tiene utilidades sobrenormales en el largo plazo.
Oligopolio	Pocos oferentes (duopolio cuando son solo dos) del bien X. Existen barreras a la entrada al mercado. Las decisiones de precio y producción que cada uno toma dependen de lo que suponen que hacen sus rivales. Tienen utilidades sobrenormales en el largo plazo.
Competencia monopolística	Muchos oferentes, pero cada uno ofrece una variedad distinta del bien X; es decir, los productos no son sustitutos imperfectos. No hay barreras a la entrada. Cada empresa decide cuánto produce y el precio al cual vende las unidades. No tienen utilidades sobrenormales en el largo plazo.
Monopsonio	Solo un comprador del bien X y muchos productores del bien X. Existen barreras a la entrada al mercado de los compradores. El monopsonio decide cuántas unidades compra y el precio que paga.

Algunas definiciones útiles:

- El monopolio:** Existe un monopolio cuando hay un único oferente en un mercado y no pueden entrar otros debido a que hay barreras a la entrada. El monopolista decide cuántas unidades producir, igualando ingreso marginal con costo marginal. Produce una unidad extra siempre que el ingreso de la última unidad producida sea superior al costo marginal de producirla. El monopolista produce una cantidad inferior a la socialmente óptima y cobra un precio más alto que el socialmente óptimo. Esto genera un costo social neto, que deriva de que la cantidad ofrecida es inferior a la socialmente óptima.
- **Bienes homogéneos:** son bienes idénticos o sustitutos perfectos entre sí para el consumidor.
 - **Bien diferenciado:** es un bien que, para el consumidor, no es sustituto perfecto de otro, sino sustituto imperfecto.
 - **Barreras a la entrada:** son costos que debe pagar quien quiere entrar al mercado y que no pagó quien está actualmente en el mercado. Por ejemplo, si el gobierno decide congelar la oferta de taxistas en la Región Metropolitana, quienes quieran entrar en el futuro tendrán que comprar el permiso a quienes están hoy en el mercado y que entraron antes de que se congelara la oferta de taxis.
 - **Barreras a la salida:** son costos que debe pagar quien quiere salir de un mercado y que le impiden dejarlo inmediatamente. Por ejemplo, los costos de indemnizar a los trabajadores al despedirlos.

Sobre bienes públicos:

El bien público es un bien no excluible y no rival.

La exclusividad es la capacidad que tiene el dueño del bien de impedir que terceros se beneficien de él sin su consentimiento. Es decir, todos los beneficios y costos relacionados con el uso de bienes, servicios y recursos le corresponden únicamente al propietario, a menos que éstos sean vendidos a otras personas.

Cuando el bien es no exclusivo, no es posible excluir a otros del beneficio de su uso o consumo.

Un bien es rival en la medida en que el consumo de una persona no es compatible con el consumo simultáneo del mismo bien por parte de otra. Es decir, a medida que una persona consume el bien o lo utiliza, queda menos disponibilidad de éste para que otra persona también consuma o lo use.

Cuando el bien es no rival, todos pueden consumir o usar dicho bien sin que disminuya su disponibilidad para otros (Ejemplo: el faro de mar ilumina a todos por igual y ninguno se ve perjudicado de que otros lo usen).

Sobre externalidades:

Una externalidad se produce cuando los costos (beneficios) privados no son iguales a los costos (beneficios) sociales.

Al ser el costo (beneficio) privado distinto del social, la decisión que toman los privados no es la más eficiente para la sociedad.

La externalidad genera un costo social.

Sobre información asimétrica:

Existe información asimétrica cuando un agente (oferente o demandante) tiene más información que el otro.

En estos casos, las transacciones se llevan a cabo entre actores que tienen distinto nivel de información.

Esto puede generar problemas como selección adversa.

Recursos

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

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

Se sugiere ver los siguientes videos sobre fallas de mercado:

- Sobre bienes públicos:

<https://www.curriculumnacional.cl/link/https://www.youtube.com/watch?v=vvhi4EU0G9E>

- Sobre externalidades negativas:

<https://www.curriculumnacional.cl/link/https://www.youtube.com/watch?v=s79y-cKuXCE>

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.

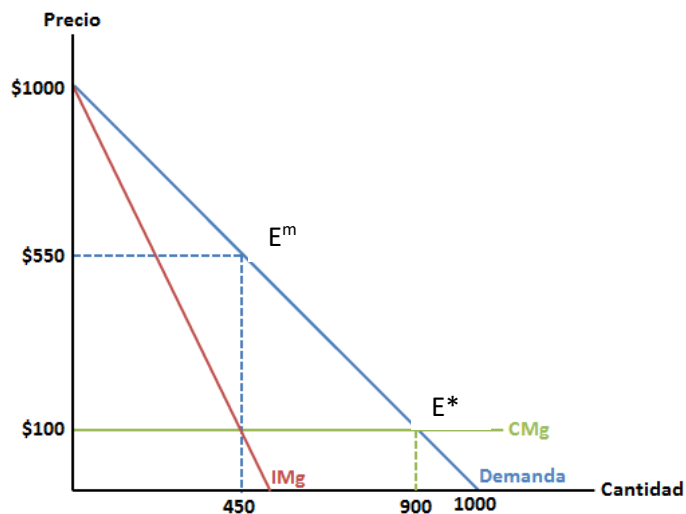
El profesor puede introducir o profundizar el tema del monopolio con el siguiente ejercicio:

“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:

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

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

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

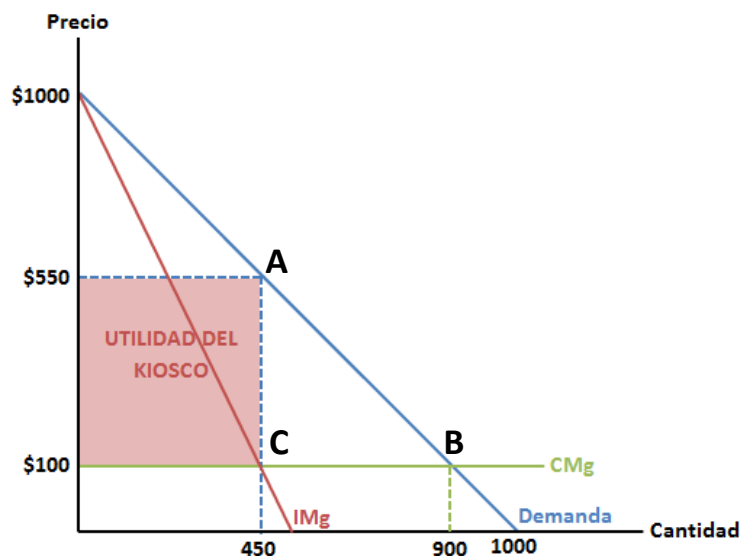
Al subir el precio:

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

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

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

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>

Actividad 4: Investigación sobre casos de colusión en Chile

Propósito

Se busca que los estudiantes profundicen su conocimiento sobre fallas del mercado, específicamente sobre el delito de colusión. Para esto, indagarán sobre casos de colusión en Chile, analizando sus mecanismos y el rol del Estado en su prevención y fiscalización. Se espera que sean capaces de evaluar, desde el punto de vista económico, las implicancias que tiene ese delito en la interacción entre productores y consumidores, y su impacto en el ámbito social desde el punto de vista ético, y que elaboren juicios fundados en evidencia.

Objetivos de Aprendizaje

OA 3 Investigar la interacción entre consumidores y productores en el mercado considerando factores como la oferta, la demanda, la elasticidad y la fijación de precios evaluando el rol regulador del Estado.

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 a Investigar sobre la realidad considerando:

- levantamiento de información a partir de métodos y técnicas propias de historia, geografía, economía y otras ciencias sociales;
- análisis crítico de las evidencias y evaluación de su validez, considerando su uso ético para respaldar opiniones;

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

OA d Analizar interpretaciones y perspectivas de diversas fuentes, considerando propósito, intencionalidad, enfoque y contexto del autor, y las preguntas que intenta responder.

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

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	8 horas pedagógicas

DESARROLLO**Indagación sobre casos de colusión en Chile**

El profesor pregunta:

¿Qué entienden por colusión?

¿Qué casos de colusión conocen?

A partir de las respuestas, complementa y explica que se trata de un acuerdo entre competidores para subir los precios y disminuir la cantidad vendida. Esto puede ocurrir en mercados donde los productores son pocos y es fácil ponerse de acuerdo. Es una práctica que está sujeta a altas sanciones monetarias en Chile y quienes participan en el acuerdo arriesgan penas de cárcel.

Los jóvenes se reúnen en grupos para investigar sobre uno de los siguientes casos que han ocurrido en Chile:

Caso farmacias

Casos refrigeradores

Caso navieras

Caso pollos

Caso supermercados

Caso papel higiénico

A partir de la información recolectada, completan el siguiente organizador gráfico para luego explicarlo a sus compañeros:

Caso de colusión:	
Empresas involucradas	
Mecanismo por el que se conoció (acusación o delación compensada*)	
Agentes de colusión (ejecutivos, dueños, etc.)	
Duración de la colusión	
Bien o servicio afectado	
Agente económico afectado	
Implicancias de la afectación al agente económico	
Sanciones y tribunales sancionadores	

*Denuncia o acusación que hace una persona a cambio de un beneficio consistente en la reducción o exención de la multa.

Análisis de perspectivas: la colusión en Chile

Leen los siguientes textos sobre el tema de la colusión y sintetizan sus principales ideas en sus cuadernos. Luego, en parejas, dialogan sobre lo que cada texto plantea, guiados por preguntas como las siguientes:

- ¿Qué impacto tiene la colusión en los ámbitos económico y social?
- ¿Cómo repercute la colusión en el mercado, particularmente en la relación entre consumidores y productores?
- ¿Cómo puede afectar al desarrollo de la iniciativa privada?
- ¿Qué rol tiene o debería tener el Estado frente a la colusión? ¿Cómo se puede avanzar para que estos delitos dejen de suceder?

<p>Conexiones interdisciplinarias Educación Ciudadana 3° medio OA 3</p>
--

Texto 1:

Monopolios: el orgullo ajeno ante lo grande

No todos estamos convencidos de que los monopolios son dañinos para las familias y para un modelo de economía equitativa y libre. Después de todo, hemos crecido y la historia del desarrollo está repleta de anécdotas de desbordes aventureros y de pequeñas empresas que evolucionaron, saludablemente, al monopolio. Google, Amazon y los ejemplos recientes que se quiera, son la demostración de un camino que va del emprendimiento al monopolio. Nuestro problema es que los monopolios y los carteles de la plaza no aportan ni a la innovación ni al emprendimiento ni a la calidad ni a buenos precios; más bien ahogan esos valores, obnubilándonos con el espectáculo de su tamaño.

La economía chilena no mide la extensión y la profundidad del daño causado por las colusiones. La suma de sobre-cobros ilegales por remedios, papel “confort”, transporte, servicios básicos de agua, electricidad y gas, telecomunicaciones, comisiones por servicios financieros, pollos, pasajes de avión, buses y carreteras pueden llegar a representar un 15% o más de los ingresos de familias vulnerables.

Hice el ejercicio con cuatro familias cercanas. Para realizarlo “científicamente”, la metodología debe ser inventada y la información no está disponible. El problema mayor es quién paga ese estudio. Ofrezco mi aporte.

Los monopolios afectan a las familias en las que los gastos pesan, no afectan necesariamente a la economía. La economía es un sistema de estadísticas que, en la teoría, chorrea cifras de los más grandes a los pequeños, pero que, en la realidad, se conforma con el crecimiento de los grandes números.

Es cierto que en la canasta familiar hay bienes que se favorecen de la libre competencia. La ropa, la tecnología y aparentemente las hortalizas obedecen a precios de mercado. No estamos completamente sumergidos por los monopolios.

La profesión economista ha participado en el embrujo monopolístico. Normalmente, su lógica favorece al orden y a la propiedad por sobre la competencia. La libertad se da por satisfecha si le aseguran esas dos cosas. Hay una deuda de los economistas con la

innovación, con las empresas emergentes, con los consumidores y con un desarrollo inmanente de las buenas prácticas —no dictadas desde afuera, sino desde adentro— de las empresas. El “otro modelo” no está en las mesas de diseño de las universidades, sino en las mesas de los directorios, en los consejos de las instituciones públicas y en los movimientos sociales. Esto puede parecer un trabalenguas, pero es un conjunto de caminos trenzados que, mientras perdemos el tiempo, todavía nos espera.

La tendencia a tropezar y la complicidad activa del Estado

Adam Smith sabía que la tendencia de las empresas no es la libre competencia, sino el monopolio. Creía que se podía moderar esa tendencia con una educación moral conveniente. Carlos Marx, que también lo sabía, creía en cambio que la competencia no era más que un efecto luminoso y una falsificación ideológica de los monopolios.

Nos hemos pasado una vida oponiendo al Estado y el mercado. No hemos visto que los mercados son condiciones de producción e intercambio creadas por el Estado. Cuando el Estado se retira o fracasa, lo que queda son monopolios moviéndose en una estructura mafiosa. El Estado subsidiario que tenemos está a medio camino entre una policía moral ineficaz y una complacencia activa con el monopolio.

La complicidad esencial entre el Estado y las diferentes encarnaciones del monopolio en Chile se puede deber a que el Estado, siendo el monopolio originario en la sociedad, es inestable en su poderío, irresuelto en su cultura institucional y necesitado de apoyos fuertes. En nuestro país, las conductas monopólicas tienen arraigos históricos e institucionales que no han sido suficientemente descritos. Ha habido épocas en que hemos mendigado inversiones, ofreciendo condiciones que serían inaceptables en nuestro actual nivel de desarrollo. Nos hemos entregado por poca plata y por mucho tiempo.

La libre competencia, en Chile, es un fenómeno esporádico y parcial de medianas y pequeñas empresas desprotegidas por un Estado que favorece el discutible sinónimo entre tamaño y eficiencia. A estas alturas, ya debemos haber tomado nota de que estos episodios de colusión no son excepcionales, sino que son la norma.

Si lo que falta en Chile es mercado, es el “otro” en el mercado que hace sentir su ausencia; el que calibra la oferta, pone los estándares de calidad, sanciona a los que no dan el ancho y aporta texturas y diferencias a la curva de la demanda. Lo que nos falta es organización de los consumidores en una escala acorde a las complejidades de la economía. Necesitamos un consumidor crítico y organizado que eleve las exigencias de transparencia, calidad y eficiencia en la economía.

El Estado (los funcionarios, las regulaciones y las instituciones) realmente cree que la fortaleza de Aguas Andinas, por ejemplo, coincide con el “interés general”; por eso se tolera ganancias por integraciones empresariales anticompetitivas y se le acepta compensar a hogares que estuvieron tres días sin agua, con dos pasajes en el

Transantiago. Las cuentas del agua, en algunas regiones, representan un porcentaje importante de los ingresos de una familia media, pero “esos son los costos de tener la mejor cobertura de alcantarillados de América”.

La colusión destruye mercados y, al hacerlo, destruye valor y potencial en la economía y en las vidas de las personas. La libre competencia es una promesa de innovación y emprendimiento que ofrece un lugar protagónico al consumidor en la economía. Es en el cumplimiento de esa promesa, hecha a las personas y a los consumidores en su calidad de ciudadanos, que se juega la potencialidad de nuestro desarrollo económico. Todo esto es sabido y reconocido en cada escándalo solo para ser olvidado y vernos sorprendidos nuevamente. Demás está decir que, si tenemos los niveles de cartelización y abuso que tenemos, es por la íntima trenza construida entre las muy grandes empresas y las burocracias del Estado.

Lo que son promesas de innovación y emprendimiento para los consumidores, son amenazas de trastornos para los amables funcionarios del Estado, que a veces son los más entusiastas en levantar barreras de entrada que desalienten cambios y protejan monopolios.

Ya es tiempo de que nos volvamos eficientes en la discriminación entre competencia y monopolios. El interés general y el interés de las personas han sido asimilados a la salud de los monopolios por una visión, en todo caso, caduca del desarrollo.

Al parecer, el progreso en estas materias depende del escándalo

Si asistimos a un aumento de los descubrimientos de ilícitos empresariales, es por la presión conjunta del azar, la ciudadanía y los cálculos mezquinos de los propios empresarios (no pagar indemnizaciones por despidos o preferir la confesión, porque abarata la multa).

Los empresarios que padecen a los monopolios y a los carteles no denuncian. Los centros de estudios de economía están cooptados por los gremios y las grandes empresas y no investigan. Los círculos viciosos de la cartelización incluyen entrelazamientos clandestinos, complicidades pasivas, miedos, sobornos y protecciones cruzadas entre las policías y los ladrones. Esto vale para narcóticos y toallas higiénicas. La razón de Estado se confunde con la racionalidad monopólica hasta volverse indiferente.

Nos falta creernos el cuento de la libertad

La velocidad con que la plata se concentra en Chile es síntoma de nuestra insuficiencia empresarial. Desde *La concentración económica*, escrito en los 50 por Ricardo Lagos, hasta ahora, hemos avanzado poco en distribución de la riqueza y nada en comprender los efectos de carteles y monopolios en las vidas de las personas y en la capacidad de crecimiento de la economía. Lo poco que hemos avanzado es el ratón parido por el volcán de la política, sumado a las exigencias importadas desde mercados desarrollados.

En todo caso, nuestras empresas adoptan, a tientas, estándares más modernos en su salida al exterior y son sancionadas por conductas impropias. En Chile, en cambio, esas empresas tienen conductas primitivas y nadie las sanciona. Lo mismo sucede con las empresas españolas y noruegas, por ejemplo, que en Chile operan en marcos legales y culturales que en sus propios países serían inaceptables. “Vengan a hacerse la América”. Ese es el lema de una institucionalidad sin compromiso con el libre mercado y con las buenas prácticas empresariales.

Con la salvedad de los trabajos pioneros de Cecilia Montero, la sociología chilena tampoco ha estudiado los conflictos internos de las empresas ni de las instituciones del Estado. En las empresas, las distintas capas etarias y las diferentes funcionalidades se enfrentan en conflictos sordos entre lógicas orientadas a la maximización de corto plazo y lógicas orientadas al mercado y a las comunidades relevantes. En ese arbitraje, los directorios y los consumidores tienen un aporte común que hacer. Esto pasa por la apertura de las empresas y la invención de formas de diálogo que permanecen escondidas detrás de muros de contención que cedieron hace un rato, sin que nos diéramos cuenta.

La debilidad de la vigilancia accionaria, estatal, civil y profesional se hace patente allí donde la repetición de los abusos es constante y los patrones perceptibles constituyen toda una ley que se puede formular así: “En las empresas donde los incentivos de los ejecutivos dependan de crecimientos que no tienen limitaciones reglamentarias claras, se producirán ingresos ilegales que lamentar”.

Esta es una muy buena ocasión para definir como sociedad esa irresolución histórica, esa timidez flagrante que nos ha llevado a escindir nuestras conductas. Entre el sometimiento a los monopolios y la declamación de discursos en favor de la libre competencia, dejamos un vacío que se llena de inercia. La responsabilidad ciudadana es ayudar a ventilar las empresas y las instituciones, sacando a la luz los viejos reflejos del clandestinaje que todavía se usan entre nosotros.

Fernando Balcells, *Los monopolios y el mundo de los economistas*. Disponible en: <https://www.curriculumnacional.cl/link/https://ellibero.cl/opinion/los-monopolios-y-el-mundo-de-los-economistas/>

Texto 2:

Nota técnica sobre colusión y regulación

Es probablemente Smith (1776) el primero que menciona lo que hoy conocemos como colusión, a través de dos intervenciones.

La primera dice relación con el salario real y el poder que tenían los patrones sobre los obreros, indicando que, al ser los patrones menos en número, pueden asociarse con más facilidad. Además, la ley de la época autorizaba o al menos no impedía dicha asociación, pero sí prohibía la de los trabajadores. Al respecto, Smith indica que no existen leyes que impidan rebajar el precio del trabajo, además de que los patrones pueden resistir por mucho más tiempo, a pesar de que a largo plazo los obreros sean tan necesarios para los patrones como los patrones para los obreros.

La segunda intervención es una crítica a las agrupaciones de empresarios, indicando que es extraño que se reúnan personas del mismo negocio, aunque sea para divertirse o distraerse, y que la conversación no termine en una conspiración contra el público o en alguna estratagema para subir los precios.

A escala nacional, es el Decreto de Ley 211 de 1973, refundido y promulgado el 18 de octubre de 2004, el que tiene por objeto promover y defender la libre competencia en los mercados. Dicho decreto establece, en su artículo segundo, que le corresponderá al Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC) y a la Fiscalía Nacional Económica (FNE), en la esfera de sus respectivas atribuciones, dar aplicación a la presente ley para el resguardo de la libre competencia en los mercados.

En cuanto a la colusión, se indica que se considerará como tal cualquier hecho, acto o convención que impida, restrinja o entorpezca la libre competencia o que tienda a producir dichos efectos en los acuerdos expresos o tácitos entre competidores, o las prácticas concertadas entre ellos que confieran poder de mercado y consistan en fijar precios de venta, de compra u otras condiciones de comercialización, limitar la producción, asignarse zonas o cuotas de mercado, excluir competidores o afectar el resultado de procesos de licitación.

Hemos conocido varios casos de colusión y, nuevamente, surge la indignación por la carga adicional que ha debido soportar la ciudadanía durante un largo período de tiempo. En este escenario, olvidamos que la arquitectura del Sistema de Defensa de la Libre Competencia se modificó el año 2004, cuando entró en funcionamiento el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC), generando así uno de los mayores avances en esta materia, ya que el sistema anterior dependía, fundamentalmente, de las características y convicciones personales del fiscal nacional económico o, en su defecto, del gobierno de turno.

El TDLC y la FNE han realizado un trabajo que muchas veces es silencioso, poco conocido, con una gran cantidad de casos que no provocan conmoción pública. Por ejemplo,

podemos mencionar que, de las causas contenciosas con sentencia, solo el 20% corresponde a colusión, mientras que el 41% corresponde a precios predatorios. Episodios, por supuesto, sin tanta prensa como el caso de las farmacias, pollos y el último de connotación nacional que involucra el mercado del papel higiénico.

La evidencia demuestra que nuestro Sistema de Defensa de la Libre Competencia va madurando paulatinamente y requiere reformas urgentes sobre las que existe un amplio consenso, como aumentar las multas condicionadas al tamaño del mercado afectado e incluso llegar un poco más lejos, con penas de cárcel para los ejecutivos involucrados. No obstante, es importante documentarse correctamente antes de pedir modificaciones extremas: sanciones muy altas impiden la cooperación.

Piense usted, por ejemplo, en el caso de un narcotraficante que desea dejar dicha actividad, pero no puede por las amenazas de muerte que recaen sobre él o su familia, sin posibilidad de realizar un cambio en su conducta. Surge, entonces, la necesidad de abrir un espacio para que el individuo pueda cooperar y, además, el Estado pueda proteger su integridad, lo que se conoce como dilema del prisionero, en que la mejor opción es cooperar. Este es solo uno de los tantos ejemplos que nos permiten comprender la necesidad de abrir espacios que permitan la cooperación de las empresas para desbaratar acuerdos colusivos que luego constituyen los llamados cárteles.

Dado que, en la mayoría de las legislaciones, los acuerdos colusivos tácitos son ilegales, estos acuerdos no pueden hacerse cumplir. Entonces, la posibilidad de obtener beneficios adicionales es lo que permite sostener un acuerdo. También se debe tener presente que la fuerza principal que lleva al colapso de un cártel es la rentabilidad de una desviación unilateral.

De la teoría microeconómica y la definición del equilibrio Bertrand-Nash (colusión en precios), sabemos que desviarse unilateralmente de un pacto colusivo es rentable. Sin embargo, la rentabilidad de dicha desviación, que en gran medida determina lo inestable que es un cártel, depende de la sustituibilidad de los bienes que fabrican las empresas y de los rendimientos de producción.

Una desviación del precio colusivo en presencia de rendimientos decrecientes a escala no será tan rentable: el aumento de demanda conseguido por la empresa que desvía, poniendo un precio inferior al pactado, lleva a un aumento del coste marginal, lo que merma los beneficios de esa desviación. Eso explica, intuitivamente, el efecto positivo de las deseconomías a escala —empresas producen bienes y servicios a mayor costo— sobre la sostenibilidad del cártel.

Consideremos ahora la rentabilidad de una desviación en presencia de una menor diferenciación entre los productos fabricados por los integrantes de un cártel. Como es lógico, cuanto más sustitutivos sean los productos, mayor será la rentabilidad de una desviación, ya que con un recorte determinado del precio respecto al precio colusivo se consigue atraer un mayor número de clientes de la otra empresa.

Resumiendo, debemos acostumbrarnos a la detección de los acuerdos colusivos. Ello es evidencia de que el Sistema de Defensa de la Libre Competencia está funcionando como corresponde. En general, es necesario dejar espacios que permitan la cooperación y el desbaratamiento de los cárteles. Esto nos permite conocer su modo de operación y mejorar los sistemas de detección y prevención de estos delitos.

Las empresas tienen incentivos para coludirse. Sin embargo, también tienen incentivos para desviarse de los acuerdos colusivos por el mismo motivo que tuvieron para coludirse, lo que permite que estos pactos sean inestables en el tiempo. La detección es difícil y, la mayor parte de las veces, los casos descubiertos obedecen a autodenuncias, ya sea porque una de las partes está descontenta con el acuerdo o porque ha sido excluida.

La FNE deberá vigilar más estrictamente aquellos mercados fuertemente concentrados en los que, además, existe la posibilidad de interacción permanente, como en las asociaciones de empresas de un mismo rubro en torno a productos que poseen pocos sustitutos cercanos y, por tanto, una elasticidad baja con grandes barreras de entrada a nuevos oferentes y en productos relativamente homogéneos. De ahí la necesidad de fortalecer políticas que permitan el ingreso de nuevos participantes en todos los mercados. No hacerlo y permitir la colusión genera en las empresas beneficios de corto plazo, pero grandes pérdidas a largo plazo, tanto para dichas empresas como para el país: se impide el avance, el progreso y la innovación tanto en los sistemas de producción como de distribución y, a largo plazo, podrían llegar a Chile empresas con costos menores o perderse la oportunidad de penetrar mercados por falta de eficiencia y productividad. La apertura comercial es una barrera natural a la generación de estos cárteles internos.

Finalmente, se puede apreciar que nuestro país enfrenta una alta concentración en muchos mercados, lo que facilita la colusión. Restringir la producción tiene efectos negativos sobre los mercados laborales, los salarios reales y la eficiencia de los mercados, afectando el crecimiento del país y la capacidad de innovación.

Roberto Contreras Marín, en *Revista Chilena de Economía y Sociedad*, Volumen 10, Nº1, 2016:
<https://www.curriculumnacional.cl/link/https://rches.utem.cl/articulos/nota-tecnica-sobre-colusion-y-regulacion/>

Plenario: la colusión desde su impacto económico, social y ético

A modo de cierre, los alumnos se vuelven a reunir en grupos de 6 integrantes (3 parejas de la etapa anterior) y comentan lo que cada pareja conversó respecto de los textos leídos, siguiendo las preguntas antes sugeridas, para formular nuevas respuestas desde esta puesta en común. Para finalizar, el profesor guía un plenario en el cual los grupos toman una posición en la que destaquen el impacto económico, social y ético de las prácticas colusivas como las trabajadas durante la investigación.

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:

- Analizan casos de colusión en Chile, considerando sus principales características y el rol del Estado en prevenir y fiscalizar este tipo de delitos.
- Evalúan el impacto social que tienen las malas prácticas a las que puede dar lugar el mercado, considerando su dimensión legal y ética.
- Elaboran juicios éticos sobre el origen y las repercusiones de las fallas del mercado, utilizando fundamentos y evidencias.

Recursos

- Casos de colusión en Chile: “Los casos de colusión que han remecido el mercado chileno en la última década”, en Emol, 16 de diciembre 2016
<https://www.curriculumnacional.cl/link/https://www.emol.com/noticias/Economia/2016/12/23/836884/Los-casos-de-colusion-que-han-remecido-el-mercado-chileno.html>
- CNN Chile, “Ministro de Economía: ‘La colusión de pollos es el delito más grande de la competencia en Chile’”
<https://www.curriculumnacional.cl/link/https://www.youtube.com/watch?v=hNCU2oH1BVk>
- Poder Judicial Chile, “Expediente judicial - La colusión del papel tissue”:
<https://www.curriculumnacional.cl/link/https://www.youtube.com/watch?v=kIByhsKRSk>
- 24 horas, “El paso a paso de la colusión del papel higiénico”:
<https://www.curriculumnacional.cl/link/https://www.youtube.com/watch?v=YQUGDPpRJSk>
- 24 horas, “¿Qué es la colusión del papel higiénico? ¿Colusión del confort?”:
<https://www.curriculumnacional.cl/link/https://www.youtube.com/watch?v=LKATN1gqF-E>
- 24 horas, “Experto por colusión en precios de los pollos: ‘Es un cártel de supermercados’”:
<https://www.curriculumnacional.cl/link/https://www.youtube.com/watch?v=SrugfshTEHE>
- Facultad de Derecho UC, “Profesora María Elina Cruz explica en qué consiste el delito de colusión en caso pollos”:
<https://www.curriculumnacional.cl/link/http://derecho.uc.cl/en/noticias/derecho-uc-en-los-medios/15519-profesora-maria-elina-cruz-explica-en-que-consiste-el-delito-de-colusion-en-caso-pollos>
- Poder Judicial Chile, “Expediente judicial - Colusión de las farmacias”:
<https://www.curriculumnacional.cl/link/https://www.youtube.com/watch?v=LNirdjbt56Y>

Actividad de Evaluación

Propósito

Se busca que los estudiantes analicen y evalúen críticamente, a partir de los aprendizajes desarrollados durante la unidad, las consecuencias que las fallas e imperfecciones del mercado tienen para la economía y para la sociedad, considerando tanto la manera en que afectan la interacción entre productores y consumidores en el mercado, como la dimensión ética que implican. Para esto, efectuarán primero un debate donde los distintos grupos asumirán posturas, y luego plasmarán sus conclusiones en una columna de opinión.

Objetivos de Aprendizaje	Indicadores de evaluación
<p>OA 3 Investigar la interacción entre consumidores y productores en el mercado considerando factores como la oferta, la demanda, la elasticidad y la fijación de precios evaluando el rol regulador del Estado.</p> <p>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.</p> <p>OA c Elaborar interpretaciones y argumentos, basados en fuentes variadas y pertinentes, haciendo uso ético de la información.</p> <p>OA e Evaluar la validez de las propias interpretaciones sobre acontecimientos, fenómenos y procesos estudiados, a través del diálogo y el uso de fuentes.</p> <p>OA f Elaborar juicios éticos de manera rigurosa y basados en conocimiento disciplinar sobre hitos, fenómenos, procesos, ideas, acciones de personas, entre otros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Fundamentan el carácter imperfecto del mercado, aplicando conceptos de la economía y ejemplificando con base en evidencias. - 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. - Elaboran juicios éticos sobre el origen y las repercusiones de las fallas del mercado, utilizando fundamentos y evidencias.
Duración	10 horas pedagógicas

DESARROLLO**Preparación y desarrollo de un debate sobre la dimensión ética en el mercado**

Reunidos en grupos, preparan un debate en torno a la siguiente pregunta:

¿El Estado siempre debe poner límites a las acciones poco éticas que puedan darse en el mercado?

Conexiones interdisciplinarias Lengua y Literatura 3° medio OA 8

Se sugiere que cumplan las siguientes etapas:

1ª Etapa: Determinación de afirmación y evidencias

1. Elaboran una afirmación que conteste la pregunta y seleccionan tres evidencias que fundamenten esta afirmación.
2. Para cada evidencia, determinan una posible restricción.
3. Indagan información que les ayude a sostener cada evidencia.

2ª Etapa: Exposición de afirmación y evidencias

1. El grupo tiene 5 minutos para exponer la afirmación y las evidencias.
2. Los otros grupos tienen 3 minutos cada uno para efectuar preguntas.
3. El grupo expositor tiene 5 minutos para preparar sus respuestas y luego 5 minutos para exponerlas.
4. Cada grupo tiene 3 minutos para rebatir estas respuestas.

3ª Etapa: Preparación para debate final

1. El grupo indaga en las restricciones que encuentre en las evidencias de los otros grupos.
2. Preparan a lo menos dos restricciones a las evidencias de cada grupo.

4ª Etapa: Debate final:

1. Por sorteo, los grupos comienzan el debate en forma correlativa bajo el siguiente esquema:

1° Interpelación:

Un grupo elige interpelar a otro (5 minutos). El grupo interpelado replica durante tres minutos.

Un segundo grupo interpela a otro (5 minutos). El grupo interpelado replica durante tres minutos.

Así sucesivamente.

2° Interpelación:

Un grupo elige interpelar a otro (5 minutos). El grupo interpelado replica durante tres minutos.

Un segundo grupo interpela a otro (5 minutos). El grupo interpelado replica durante tres minutos.

Así sucesivamente.

3° Conclusión: Cada grupo tiene 5 minutos para concluir sus intervenciones.

Elaboración de columna de opinión

Luego de los debates, cada grupo elabora una columna de opinión que incluya la información recogida en la indagación, una síntesis de lo expuesto en el debate y una posición respecto de lo propuesto en tal debate. Tienen que destacar la importancia de los límites éticos en las decisiones que toman los agentes económicos, y del papel del Estado en su rol regulador y garante del bien común.

Orientaciones para el docente

El profesor puede usar la siguiente pauta para evaluar la participación de los estudiantes en el debate. Es importante que los jóvenes conozcan previamente qué se va a evaluar. Se sugiere que el docente les entregue recomendaciones para mejorar algunos aspectos más débiles.

CATEGORÍA	4. Expertos	3. Maestros	2. Aprendices	1. Novatos
Contribuciones	Proporcionan evidencias fundamentadas. La participación es de todos por igual.	Proporcionan evidencias fundamentadas. Un miembro del grupo es fuerte en participación, el resto se esfuerza mucho.	Algunos proporcionan evidencias fundamentadas. Un miembro del grupo es fuerte en participación. Los demás hacen lo que se requiere.	Rara vez proporcionan evidencias fundamentadas. Cuando participan en el grupo y en la discusión, no todos lo hacen.
Exposición oral	Más de dos miembros del grupo respetan los aspectos formales: postura, dicción, tiempos y actitud.	Más de dos miembros del grupo respetan tres de los siguientes aspectos formales: postura, dicción, tiempos y actitud.	Más de dos miembros del grupo respetan dos de los siguientes aspectos formales: postura, dicción, tiempos y actitud.	Menos de dos miembros del grupo respetan los siguientes aspectos formales: postura, dicción, tiempos y actitud.
Tiempo de gestión	Utilizan habitualmente el tiempo previsto. El grupo no tiene que ajustar los plazos.	Por lo general, utilizan bien el tiempo durante todo el debate, pero puede haber una persona que dilate los tiempos.	Tienden a posponer la discusión, pero puede haber más de una persona que tienda a dilatar el tiempo.	Rara vez hacen las cosas en los plazos y el grupo tiene que ajustarlos debido a la inadecuada gestión.
Centrarse en la tarea	Constantemente se mantienen concentrados en la tarea y lo que hay que hacer.	Se centran en la tarea y lo que hay que hacer la mayor parte del tiempo.	Se centran en la tarea y lo que hay que hacer una parte del tiempo. Algunos miembros del grupo se distraen y se le debe recordar sus tareas.	Rara vez se centran en la tarea y lo que hay que hacer. Dejan que otros hagan el trabajo.
Réplicas	Responden de manera eficaz y efectiva a las réplicas de los otros grupos.	Responden de manera eficaz; sin embargo, falta fundamentación concreta ante las réplicas.	Si bien responden rápidamente, falta una fundamentación coherente con lo que se les está enjuiciando.	Al momento de responder por las réplicas a sus evidencias, no responden y se confunden fácilmente.
Preparación	Traen los materiales necesarios para el debate y siempre están listos para responder.	Casi siempre traen el material necesario para el debate y están listos para responder.	Casi siempre traen los materiales necesarios, pero a veces necesitan instalarse y comenzar a responder.	A menudo olvidan los materiales necesarios o rara vez están listos para responder.