

# Introducción a la Sociedad del Siglo XXI y las Lógicas del Mercado

Curso de “Comercialización”

Ingeniería en Alimentos

Facultad de Ciencias Químicas y Farmacéuticas

Universidad de Chile

# El cambio social y sus características sociopolíticas

*“Cambia... todo cambia...”*

*“(...)y si todo el mundo cambia, que yo cambie no es extraño”*

*“(...)lo que cambió ayer, tendrá que cambiar mañana”*

*Julio Numhauser*

*Poeta Chileno*

# El cambio social y sus características sociopolíticas

- El cambio se puede denotar por la construcción social de la realidad; sin dicha construcción no se puede identificar el cambio (Berger y Luckman; La Construcción social de la Realidad).
- El mundo social y políticamente cambia; A. Latina: Modelos “Liberal Clásico”, “Estado Desarrollista”, “Populismos”, “Socialismo en Democracia”, “Dictaduras Militares”, “Neoliberalismo” y “Neopopulismo”.
- HOY: Procesos de Globalización (siempre han existido); su velocidad es la que cambia. Procesos de Balcanización (Huntington; Choque de Civilizaciones)

# El cambio social y sus características sociopolíticas

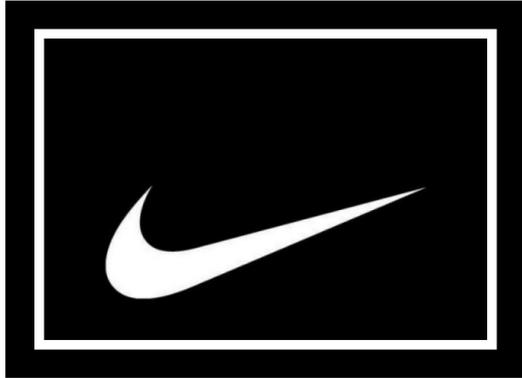


El Fin de la Historia y el Último Hombre; F. Fukuyama

# El Siglo XXI...



# LA IMAGEN ES MUCHO...



# ¿EL MERCADO?

- Concepto de Mercado
  - » Lugar de encuentro.
  - » OO. Y DD.
  - » Establecimiento de Precios.
- ¿El Mercado es Perfecto? (Competencia Perfecta: a) Bien Homogéneo; b) Perfecta Movilidad de FFPP; c) Perfecta Información; d) No existen oferentes, No existen demandantes tan grandes como para influir en el precio).
- ... ¿Si no es perfecto?...

# FALLAS DEL MERCADO

- Estado Regulador
- P. Samuelson:
  - » Estabilidad
  - » Equidad
  - » Eficiencia

El mercado no es el mejor asignador de los recursos, como se plantea en la Teoría Económica Clásica (A. Smith – D. Ricardo); existen fallas.

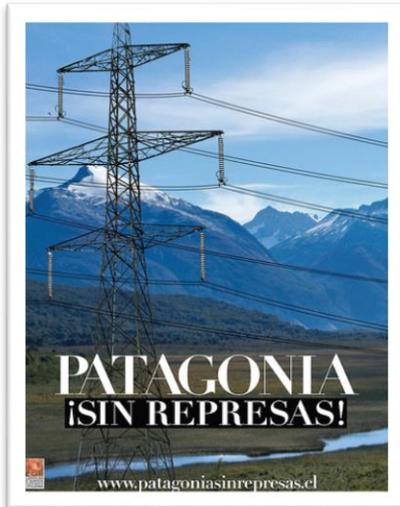
*Fuente de Referencia:* Finanzas Públicas – Cátedra del Prof. J.A. Garcés (2004), Escuela de Gobierno y Gestión Pública, UCHILE.

# FALLAS DEL MERCADO

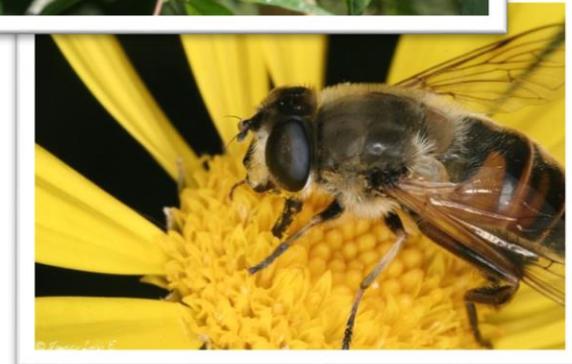
- MONOPOLIO
  - Un solo oferente.
  - Precios no reales.
  - Regulación del Estado (monopolios naturales). Relación Precio – Tarifa.
  - Amenazabilidad del Mercado (R. Paredes) – Teoría Liberal
- OLIGOPOLIO
- MONOPSONIO

# FALLAS DEL MERCADO

- EXTERNALIDADES



- Efectos Indeseados.
- No valorizados en Mercado.
- Positivas y Negativas.
- No hay una valorización social.



# FALLAS DEL MERCADO

- BIENES PÚBLICOS

- Mercado no Provee.
- No hay exclusión (no se puede discriminar).
- No hay rivalidad (mismo bien para muchos).



# FALLAS DEL MERCADO

- BIENES PREFERENTES

- El Estado Protege.
- Sentido Paternalista.
- Obligación al Consumo.
- No Consumo = Castigo.



# FALLAS DEL MERCADO

- MERCADOS INCOMPLETOS
  - Proveer Servicio es Mayor que la Ganancia.
  - No hay Proveedores Interesados.
  - No se suministra o se debe dar un estímulo



# FALLAS DEL MERCADO

- FALLAS DE INFORMACIÓN

- No hay información completa para demandantes y oferentes
- Mecanismos para Aumentar la información.



# FALLAS DEL MERCADO

- ESTABILIDAD EN EL EMPLEO, INFLACIÓN Y DESEQUILIBRIOS (mercado cambiario)



- EQUIDAD EN DISTRIBUCIÓN (medidas re distributivas).



# FALLAS DEL ESTADO

- ¿Estado tiene fallas? (Niskanen)
  - Ilusión Fiscal.
  - Burócratas Monopolistas
  - C.P.E.E.

# CONCLUSIONES

- La Sociedad actual está inserta en el Mercado.
- La imagen es fundamental en el Mercado.
- El Mercado no es perfecto.
- Fallas del Mercado hacen que el Estado intervenga en una Economía de Mercado.
- El Estado tiene fallas.

# Introducción a la Sociedad del Siglo XXI y las Lógicas del Mercado

Curso de “Comercialización”

Ingeniería en Alimentos

Facultad de Ciencias Químicas y Farmacéuticas

Universidad de Chile