

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

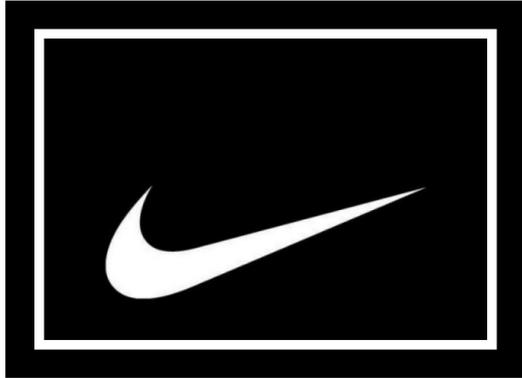


El Fin de la Historia y el Último Hombre; F. Fukuyama

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.

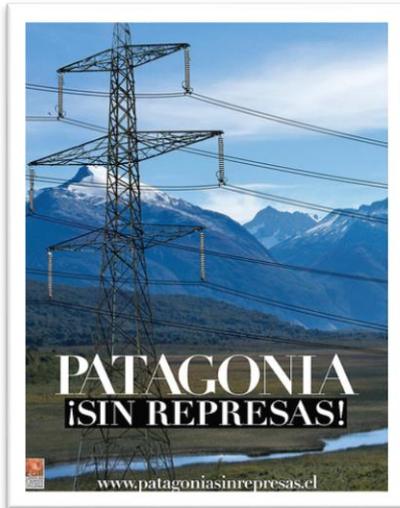
Fuente de Referencia: Finanzas Públicas – Cátedra del Prof. J.A. Garcés (2004), Escuela de Gobierno y Gestión Pública, UCHILE.

FALLAS DEL MERCADO

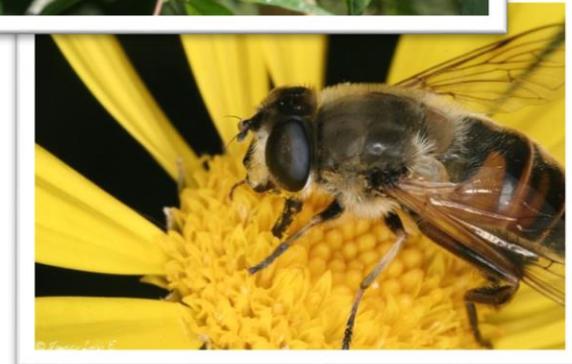
- MONOPOLIO
 - Un solo oferente.
 - Precios no reales.
 - Regulación del Estado (monopolios naturales). Relación Precio – Tarifa.
 - Amenazabilidad del Mercado (R. Paredes) – Teoría Liberal
- OLIGOPOLIO
- MONOPSONIO

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