

Solucionario guía de Ejercicios n°9
Modulo III, clase 3
Fallas de Mercado (1)

Responda las siguientes preguntas:

1. ¿Por qué el Poder de mercado es una “falla de mercado”?

Una falla de mercado es una situación donde el mercado nos lleva a una asignación de recursos eficientes. La tesis de que el mercado nos lleva a una asignación que es Pareto-eficiente se basa en el primer teorema de bienestar que plantea que la competencia perfecta nos lleva a un equilibrio de mercado que es Pareto-eficiente.

El poder de mercado es una situación donde algún agente económico tiene poder sobre los precios. Uno de los supuestos de competencia perfecta es que existen muchos compradores y vendedores tal que nadie tiene poder sobre los precios, por tanto, si hay poder de mercado no hay competencia perfecta. Si no hay competencia perfecta, no necesariamente el mercado nos llevará a una asignación Pareto-Óptima.

De hecho, el poder de mercado lleva a situaciones no eficientes, donde los precios suelen ser mayores a al precio óptimo, y las cantidades menores a la cantidad óptima.

2. ¿Cuáles son las similitudes y diferencias entre una situación de monopolio y oligopolio?

Las similitudes entre ambos son:

- Ambos corresponden a estructuras de mercado que favorecen la existencia de poder de mercado, al no haber muchos oferentes (como ocurre en competencia perfecta).
- En ambos casos se llega a un precio superior al de competencia perfecta.
- En ambos casos se llega a una cantidad producida inferior a competencia perfecta.
- En el caso de que las empresas de un oligopolio se coludan, pueden actuar exactamente como un monopolio.

Las diferencias entre ambos son:

- En el monopolio hay un solo oferente y en el oligopolio hay pocos oferentes.
- El monopolio, en comparación a un oligopolio donde no hay colusión, tiene mayor poder de mercado, pudiendo cobrar un precio superior y poniendo a la venta una cantidad menor que el oligopolio. Esto es más dañino para el consumidor.

Universidad de Chile
Facultad de Ciencias Sociales
Carrera de Sociología
Economía
Profesores: Rubén Ananías y Catalina Canals

3. ¿Qué es la colusión? ¿Qué es la delación compensada? ¿Cómo contribuye la última a prevenir la colusión? Refiérase a los conceptos de incentivo, y al problema del consumidor.

La colusión es cuando las empresas llegan a un acuerdo respecto a los precios de un producto o servicio, o la cantidad de ese producto o servicio que podrán a la venta.

La delación compensada es, ofrecer a una de las empresas coludidas una sanción menor por el hecho de relevar información relevante de la colusión.

Esta medida previene la colusión en la medida en que incentiva a que las empresas coludidas delaten, ya que es mejor confesar antes que la otra empresa. Por este motivo, el riesgo de que la justicia se entere si es que se participa de colusión (porque la otra empresa confiesa) es mayor. Y por tanto, es más probable que, de coludirse, deban pagarse los costos (sanciones legales) de esta acción. Al hacer la colusión más costosa, en comparación a no coludirse, coludirse se hace menos probable.

Cuánto mayores sean los beneficios de la delación compensada, en comparación con los costos de la sanción por coludirse y no haber confesado, más efectiva será esta medida.