

ANALISIS DE FALLAS DE MERCADO



***UNIDAD TECNICA DE PROCOMPITE
DIRECCIÓN GENERAL DE POLITICA DE INVERSIONES
Dirección de Inversión Privada
Ministerio de Economía y Finanzas***



LEY N° 29337 LA LEY DE PROMOCIÓN A LA COMPETITIVIDAD PRODUCTIVA

ART. 1º.- DISPOSICIONES PARA LA COMPETITIVIDAD PRODUCTIVA

Declárese estrategia prioritaria del Estado la ejecución de Iniciativas de Apoyo a la Competitividad Productiva que tienen el objeto de mejorar la competitividad de cadenas productivas, mediante el desarrollo, adaptación, mejora o transferencia de tecnología. Puede considerar transferencias de equipos, maquinaria, infraestructura, insumos y materiales en beneficio de agentes económicos organizados **exclusivamente en zonas donde la inversión privada sea insuficiente** para lograr el desarrollo competitivo y sostenible de la cadena productiva.

***¡Exclusivamente en zonas donde la inversión privada sea
insuficiente!***



FALLAS DE MERCADO

La inversión privada insuficiente está asociada a las fallas de mercado.

Las fallas de mercado más importantes son:

- *Competencia Imperfecta*
- *Externalidades*
- *Asimetría de Información, y*
- *Bienes Públicos.*

En buena medida se justifica la intervención del Estado en la economía a partir de la existencia de fallos del mercado.



FALLAS DE MERCADO

CONCEPTO:

En economía **fallas de mercado** es el término usado para describir la situación que se produce cuando el suministro que hace un mercado de un bien o servicio no es eficiente, bien porque el mercado suministre más cantidad de lo que sería eficiente o también se puede producir el fallo porque el equilibrio del mercado proporcione menos cantidad de un determinado bien de lo que sería eficiente.

En las cadenas productivas se deben determinar si los puntos críticos o “cuellos de botella” son fallas de mercado que justifican la intervención pública.



FALLAS DE MERCADO

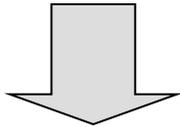
Fallas del mercado: todas las economías de mercado tienen imperfecciones que provocan males como una contaminación excesiva, desempleo, situaciones extremas de pobreza y de riqueza, etc.

El **Estado**, en las economías modernas, asume muchas tareas en respuesta a los fallos del mecanismo de mercado



FALLAS DE MERCADO

Fallas del mercado



Cuando el mercado
no actúa
eficientemente

→ Competencia imperfecta

→ Externalidades

→ Información asimétrica

→ Bienes públicos

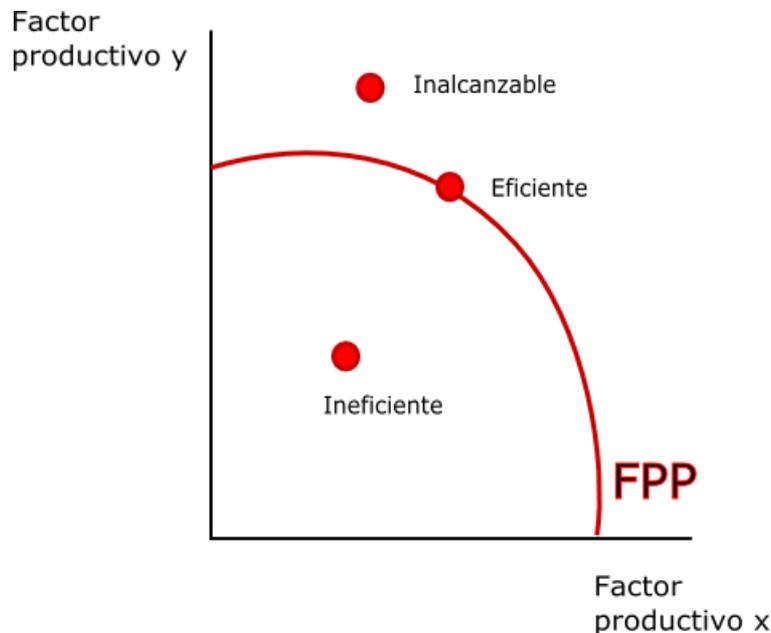


FALLAS DE MERCADO

Cuando el mercado no actúa eficientemente

Un fallo del mercado hace que la producción o el consumo sean ineficientes, y el Estado puede mejorar la situación.

Frontera de posibilidades de producción



Estructura productiva ineficiente: Cuando se encuentra por debajo de la FPP, es decir, o no se utilizan todos los recursos (recursos ociosos), o bien la tecnología no es la adecuada (tecnología mejorable).

Estructura productiva eficiente: Se sitúa en la frontera o muy cercana a ella. No hay recursos ociosos y se está utilizando la mejor tecnología.

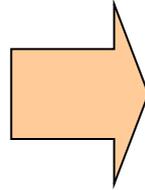
Estructura productiva inalcanzable: Se encuentra por encima de las posibilidades de producción. Es teórica ya que ningún país puede producir por encima de sus posibilidades.



FALLAS DE MERCADO

1

Competencia imperfecta



Cuando una o pocas empresa tienes más ***poder de mercado*** que el resto de las empresas que están operando en un momento determinado. Como consecuencia de este fallo, los consumidores van a consumir una cantidad menor a un precio mayor

Conductas estratégicas; monopolios, oligopolios, etc.

La competencia imperfecta hace que los precios suban por encima de los costes de producción y que los consumidores disminuyan sus compras hasta alcanzar unos niveles ineficientes. En definitiva:

Los precios son excesivamente altos y niveles de producción (y consumo) demasiado bajos



FALLAS DE MERCADO

2

Externalidades

La producción o el consumo de un bien afecta a consumidores o empresas que no participan en su compra ni en su venta.

Negativas

Coste social > coste privado

Los mercados producen una cantidad mayor de la socialmente deseable.

Se puede internalizar una externalidad mediante un impuesto.

Positivas

Coste social < coste privado

Los mercados producen una cantidad menor de la socialmente deseable.

Se puede internalizar una externalidad mediante subvenciones.

Externalidades: se presentan cuando las actividades de las empresas o de los individuos que operan en un mercado dan lugar a costes (externalidad negativa) o beneficios (externalidad positiva) a otros agentes fuera del mercado.

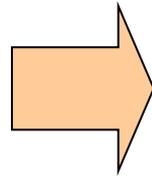
- Coste externo: contaminación (Aeropuerto)
- Beneficio externo: investigación (Transistor: revolución electrónica)



FALLAS DE MERCADO

3

**Información
asimétrica**



Información sobre la calidad y características de los bienes y servicios no esta distribuida asimétricamente entre productores y consumidores.

El mercado suministra información incompleta o asimétrica lo que perjudica a otros agnetes.



La información se convierte en un bien público



Su provisión debe estar a cargo de las Instituciones públicas

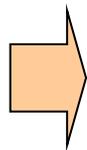


FALLAS DE MERCADO

4

Bienes Públicos

El costo de extender el servicio a una persona adicional es cero y de su disfrute no se puede excluir a nadie



No rivales (beneficia a todos). Eje: señal de radio

No excluibles (no es posible impedir que lo utilicen los que no pagan).
Eje: Defensa Nacional.

Consumidor parasito (recibe el beneficio pero no paga). Eje: sistema de recolección en una calle, no todos pagan.

El mercado no los provee o lo hace en Cantidades insuficiente (defensa nacional, justicia, construcción de autopistas, etc.)



FALLAS DE MERCADO

INTERVENCIONES DEL ESTADO

- Políticas de construcción de carreteras, servicios de seguridad (ejercito, policía), etc.
- Proyectos socialmente útiles; investigación
- El estado puede regular algunos sectores; la banca, el servicio de recogido de basura, etc.
- Puede subvencionar a otros; educación, sanidad, etc.
- El estado grava impuestos a los ciudadanos y distribuye parte de los ingresos recaudados a otros colectivos sociales mas necesitados.



CASOS DE FALLAS DE MERCADO

CONCEPTOS	FALLAS DE MERCADO	EJEMPLOS
Conductas estratégicas: (monopolios/oligopolios estratégicos).	COMPETENCIA IMPERFECTA	Criadores de truchas de menor escala, se encuentran lejos de los mercados y carecen de equipos y transferencia tecnológica para llegar al mercado consumidor.
Cuando la producción o el consumo de un bien afecta directamente a los consumidores o empresas que no participan en su compra ni en su venta, y cuando esos efectos no se reflejan totalmente en los precios de mercado.	EXTERNALIDADES	Si una empresa productora de aceite, vierte residuos a un río, del que dependen los pescadores para sus capturas diarias. Cuanto más residuos se vierta, menos podrán los pescadores capturar peces.
Situación en la que un comprador y un vendedor tienen información diferente sobre una misma transacción, llevando a una situación de discriminación de precios, perjudicial para el consumidor ya que puede estar pagando más por el mismo producto que los demás.	INFORMACION ASIMETRICA	Esta información asimétrica conduce a la economía de mercado a un resultado ineficiente: → mayores avales exigidos y condiciones más duras → racionamiento de crédito.
Existen algunos bienes que, o no son suministrados por el mercado o, si lo son, la cantidad suministrada es insuficiente.	BIENES PUBLICOS	Este hecho, justifica la intervención del estado (limpieza de playas, señalización de vías públicas, construcción de carreteras, etc.) El hecho de no contar con el suministro de bienes públicos, tales como: carreteras, servicios básicos, entre otros, limita el desarrollo de las Pymes, agentes económicos.



Gracias

