

Intervención en mercados competitivos

José C. Pernías

Curso 2015–2016

Índice

1	Controles de precios	1
2	Impuestos	4



Esta obra está licenciada bajo la Licencia Creative Commons
Atribución-CompartirIgual 3.0 Unported. Para ver una copia
de esta licencia, visite:

<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>

Intervención en mercados competitivos

José C. Pernías

Curso 2015–2016

Bibliografía

Mankiw: *Principios de Economía*. Capítulo 6.

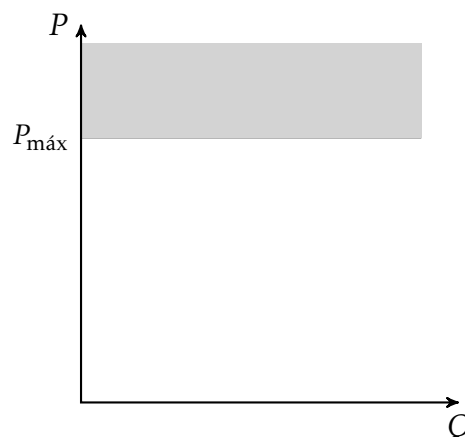
Pindyck y Rubinfeld: *Microeconomía*. Capítulo 2.

1. Controles de precios

Regulación de precios

- ▶ El Estado impone por ley límites a los precios de determinados bienes.
- ▶ El Estado considera que el precio de mercado perjudica o a los compradores o a los vendedores.
- ▶ ¿Cuáles son las consecuencias de los controles de precios en un **mercado competitivo**?

Precio máximo (I)

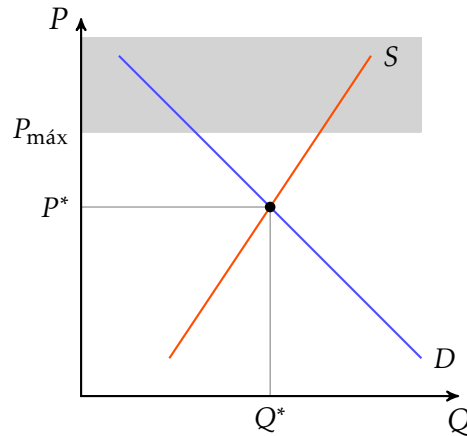


- ▶ El Estado trata de reducir el precio que pagan los compradores.
- ▶ Al establecer un **precio máximo** se prohíben precios superiores a un determinado valor. Por tanto,

$$P \leq P_{\text{máx}}$$

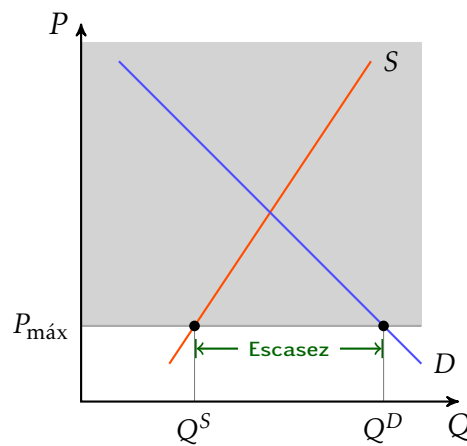
1 CONTROLES DE PRECIOS

Precio máximo (II)



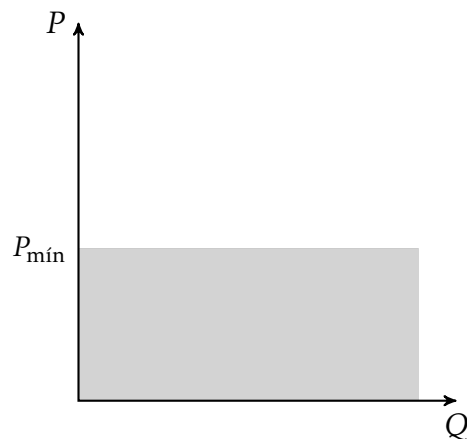
- ▶ Si el precio máximo es superior al de equilibrio, la regulación no tiene efecto.

Precio máximo (y III)



- ▶ Cuando el precio máximo es inferior al de equilibrio hay escasez en el mercado.
- ▶ Los compradores pagan un precio más bajo por el bien.
- ▶ Pero la producción no basta para satisfacer la demanda.

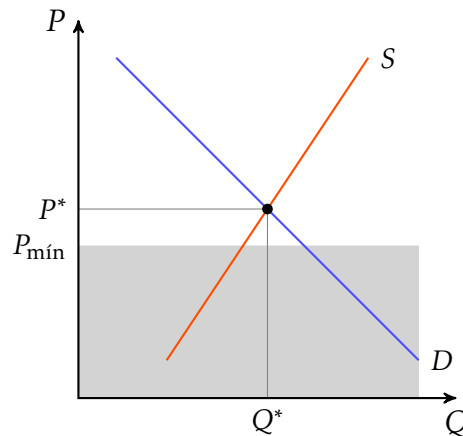
Precio mínimo (I)



- ▶ El Estado trata de elevar el precio que reciben los vendedores.
- ▶ Al establecer un **precio mínimo** se prohíben precios inferiores a un determinado valor. Por tanto,

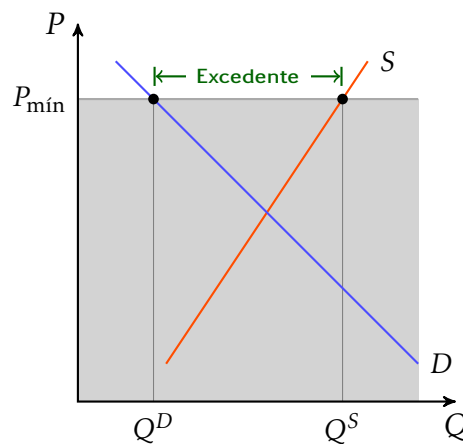
$$P \geq P_{\text{mín}}$$

Precio mínimo
(II)



- ▶ Si el precio mínimo es inferior al de equilibrio, la regulación no tiene efecto.

Precio mínimo
(y III)



- ▶ Cuando el precio mínimo es superior al de equilibrio hay excedentes en el mercado.
- ▶ Los vendedores cobran un precio más alto por el bien.
- ▶ Pero muchos vendedores no encuentran quien les compre su producción.

Efectos de los
controles de precios

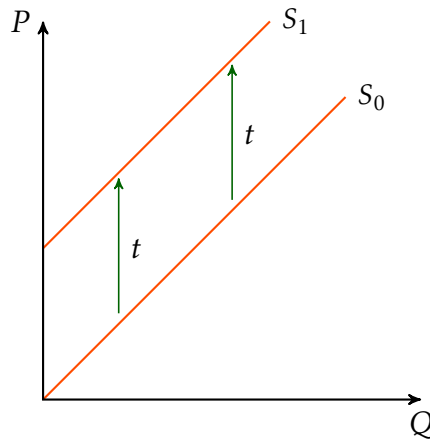
- ▶ En **un mercado competitivo** los controles de precios tienden a perjudicar a aquellos grupos a los que se pretendía ayudar.
- ▶ Otro tipo de regulaciones pueden conseguir el efecto pretendido sin distorsionar el funcionamiento del mercados.
- ▶ En **mercados no competitivos** los controles de precios sí pueden ser efectivos.

2. Impuestos

Impuestos sobre las ventas

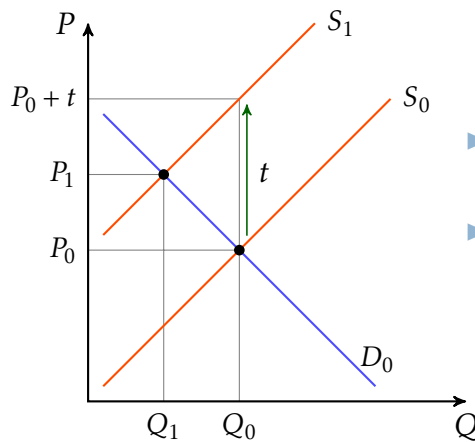
- ▶ El Estado fija un impuesto de t euros por cada unidad vendida.
- ▶ ¿Cómo afecta este impuesto a **un mercado competitivo**?
- ▶ ¿Cómo se distribuye la carga del impuesto entre compradores y vendedores?

Impuesto a los vendedores (I)



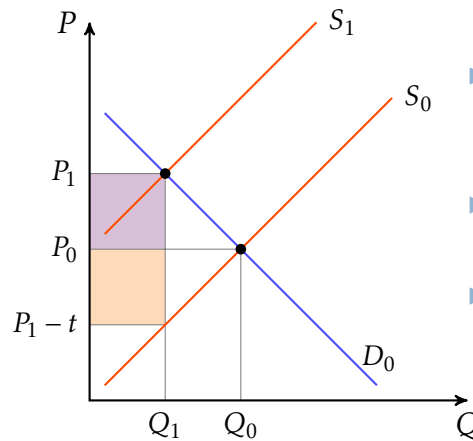
- ▶ El impuesto lo recaudan los vendedores.
- ▶ Además de pagar los costes de producción los vendedores tienen que pagar al Estado t euros por unidad vendida.
- ▶ La oferta disminuye.

Impuesto a los vendedores (II)



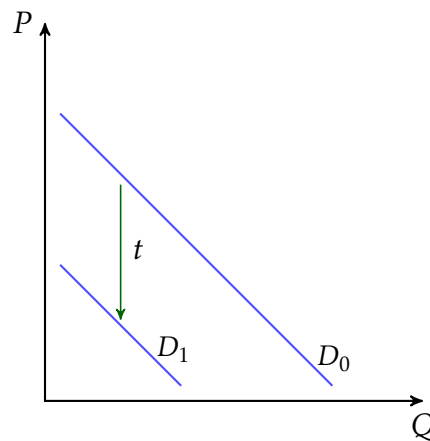
- ▶ En el nuevo equilibrio la cantidad vendida es inferior.
- ▶ El precio aumenta, pero **en menor cuantía que el impuesto**.

Impuesto a los vendedores (y III)



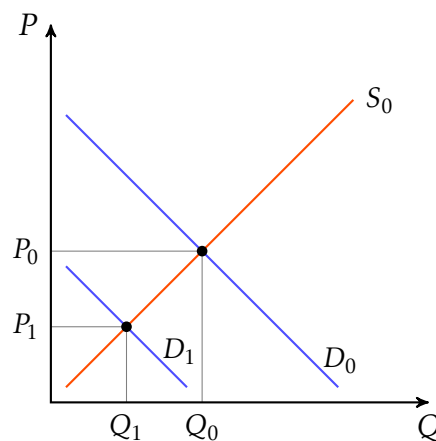
- ▶ La carga del impuesto se reparte entre compradores y vendedores.
- ▶ Los compradores pagan un precio superior.
- ▶ Los vendedores perciben una cantidad menor por cada unidad, $P_1 - t$.

Impuesto a los compradores (I)



- ▶ El impuesto lo recaudan los compradores.
- ▶ Además de pagar el precio los compradores pagan el impuesto de t euros por cada unidad comprada.
- ▶ La demanda disminuye.

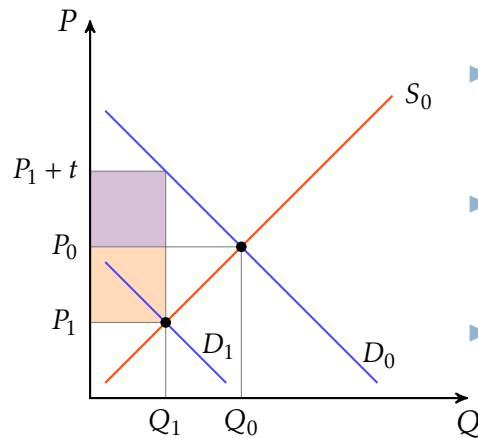
Impuesto a los compradores (II)



- ▶ En el nuevo equilibrio la cantidad vendida es inferior.
- ▶ El precio que perciben los vendedores disminuye, pero en **menor cuantía que el impuesto.**

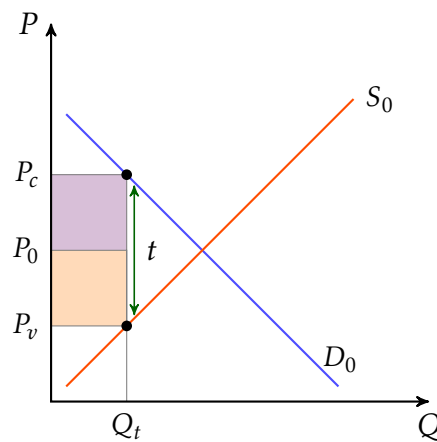
2 IMPUESTOS

Impuesto a los compradores (y III)



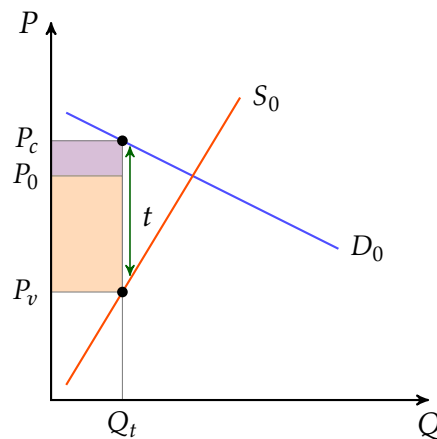
- ▶ La carga del impuesto se reparte entre compradores y vendedores.
- ▶ Los compradores pagan por cada unidad una cantidad mayor, $P_1 + t$.
- ▶ Los vendedores perciben un precio inferior.

Incidencia de los impuestos (I)



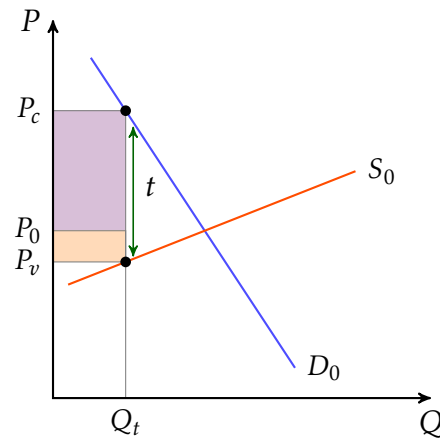
- ▶ Los efectos del impuesto son **independientes de quién recaude el impuesto.**
- ▶ El reparto de la carga del impuesto entre compradores y vendedores depende de las elasticidades de la demanda y de la oferta.

Incidencia de los impuestos (II)



- ▶ Si la oferta es relativamente más inelástica que la demanda, los productores soportan la mayor parte de la carga del impuesto.

Incidencia de los impuestos (y III)



► Si la demanda es relativamente más inelástica que la oferta, los consumidores soportan la mayor parte de la carga del impuesto.

- Efectos de los impuestos** ► Al introducir un impuesto sobre las ventas en **un mercado competitivo**:
- La cantidad intercambiada disminuye.
 - La carga del impuesto se reparte entre compradores y vendedores.
 - La incidencia del impuesto es mayor en el lado más inelástico del mercado.