

# ***Competências Transferíveis***

## ***Módulo Economia***

**2021/2022 – 1º Semestre**

Docentes: Margarita Robaina ([mrobaina@ua.pt](mailto:mrobaina@ua.pt))  
e Rita Bastião ([rita.bastiao@ua.pt](mailto:rita.bastiao@ua.pt))

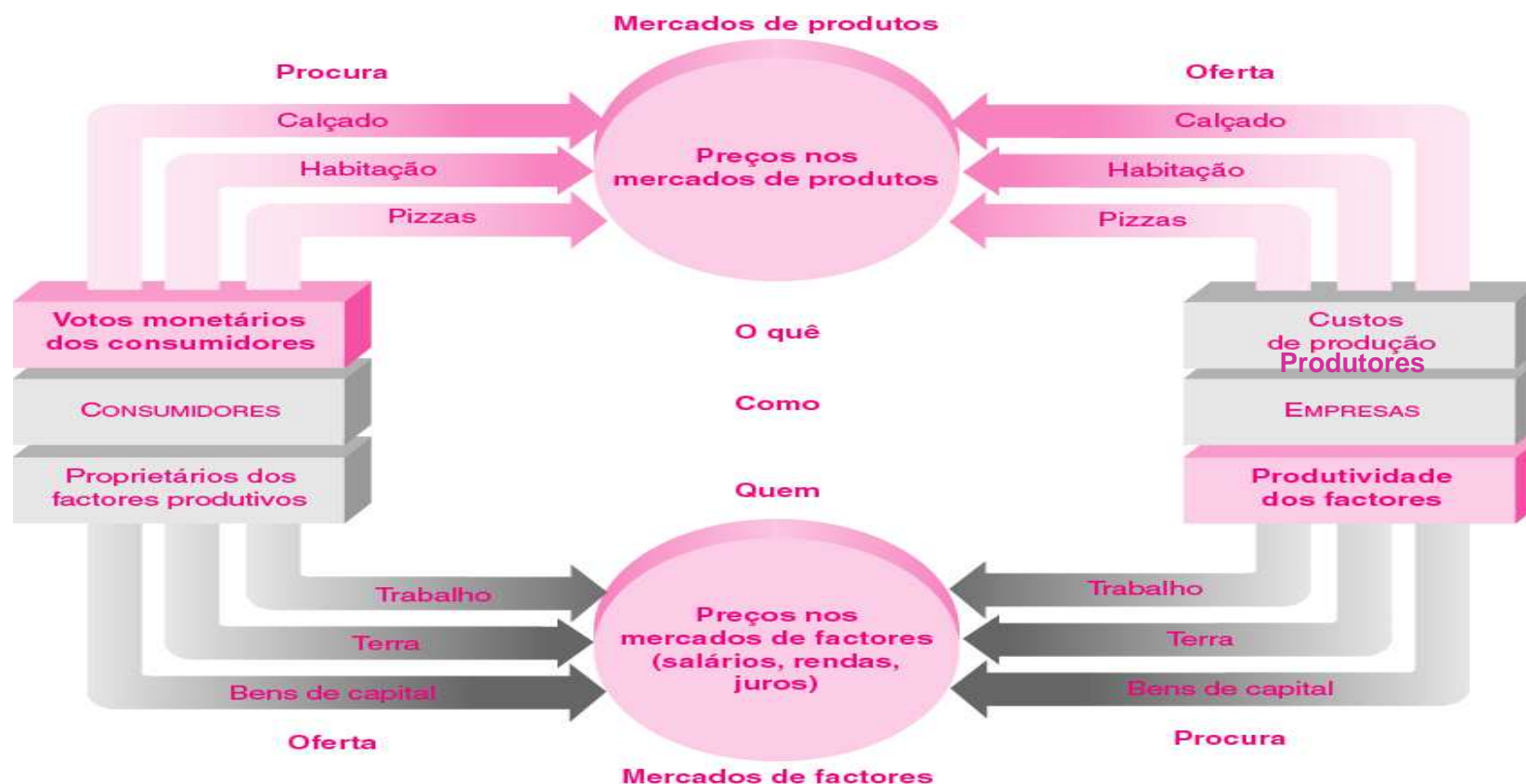
### **Aula 4**

#### **Estruturas de Mercados**

## 4. ESTRUTURAS DE MERCADOS

- Procura, oferta e o equilíbrio do mercado.
- Concorrência perfeita. Equilíbrio da empresa e do mercado no curto e longo prazos.
- Monopólio. Causas do monopólio. Discriminação de preços.
- Oligopólio
- Concorrência Monopolística.

O sistema de mercado baseia-se na oferta e na procura para resolver os três problemas de organização económica



**Mercado é o mecanismo pelo qual interagem produtores e compradores para determinarem o preços e as quantidades a comprar e a vender de bens e serviços.**

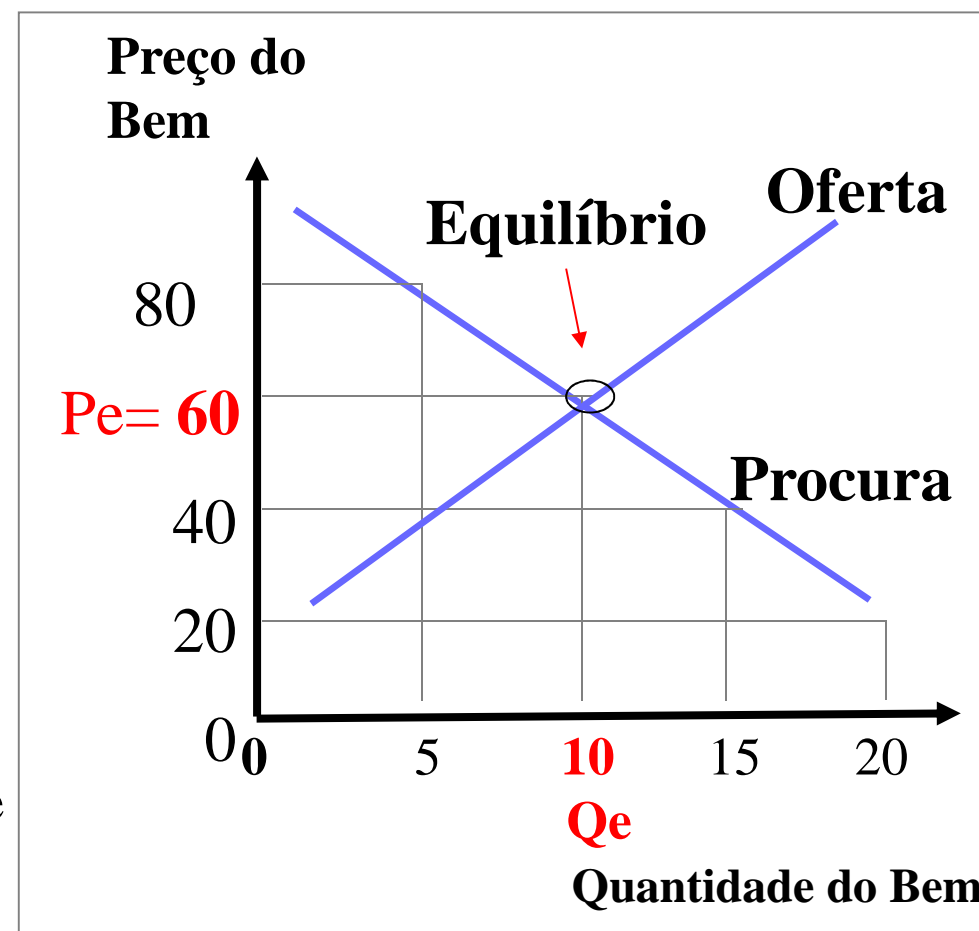
Competências Transferíveis - Economia  
2021/2022

O **preço** numa economia de mercado é determinado tanto pela oferta como pela procura.

O **equilíbrio** encontra-se onde as curvas da oferta e da procura se cruzam.

No **preço de equilíbrio**, a **quantidade oferecida é igual à quantidade procurada** (quantidade de equilíbrio).

$$Q_e \Rightarrow Q^d = Q^s$$



## Lei da Oferta e da Procura

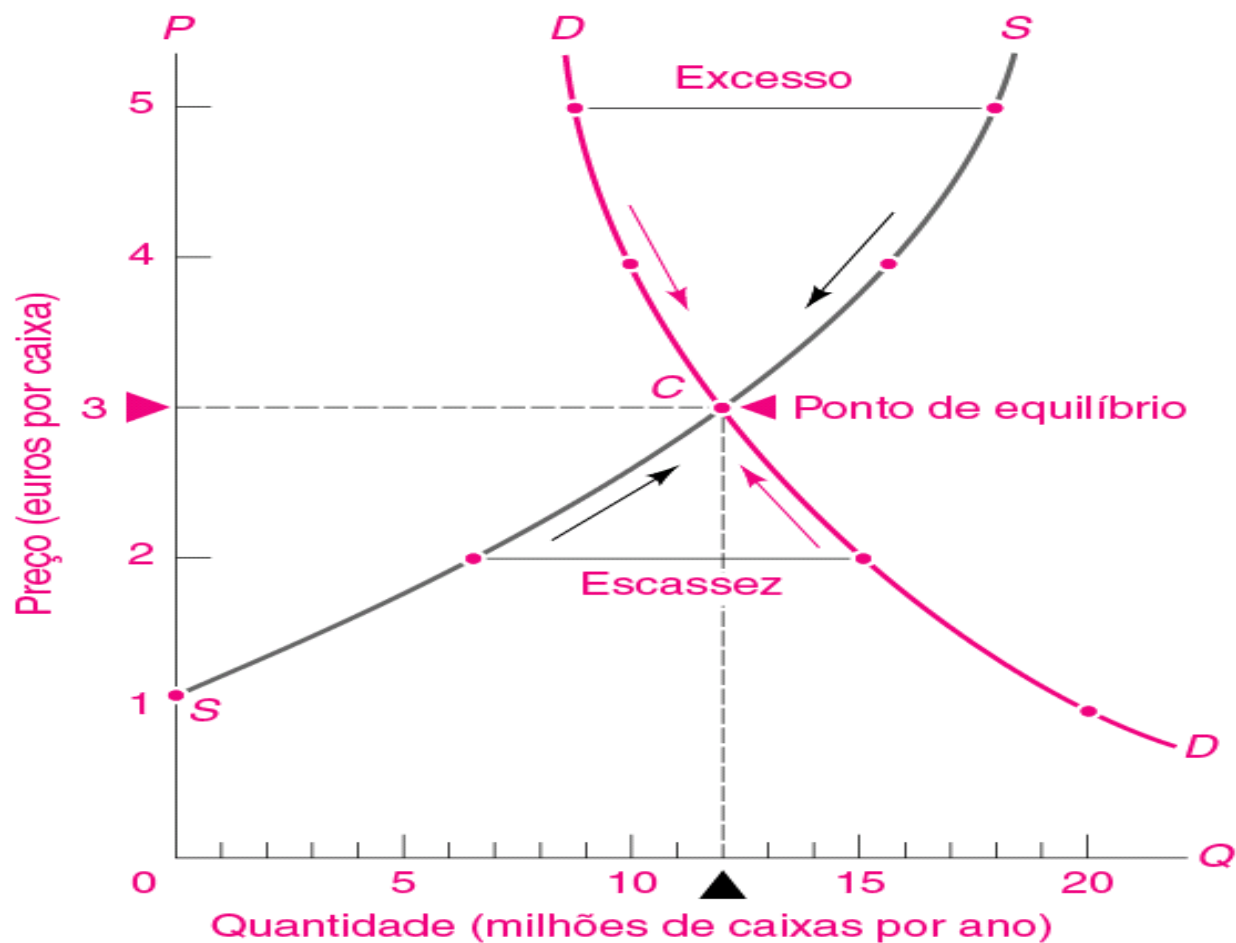


O preço de qualquer bem ajusta-se de forma a equilibrar a oferta e a procura desse bem.



Não há excesso de oferta, nem excesso de procura  
(quantidade que os consumidores querem comprar  
= quantidade que os produtores desejam vender).

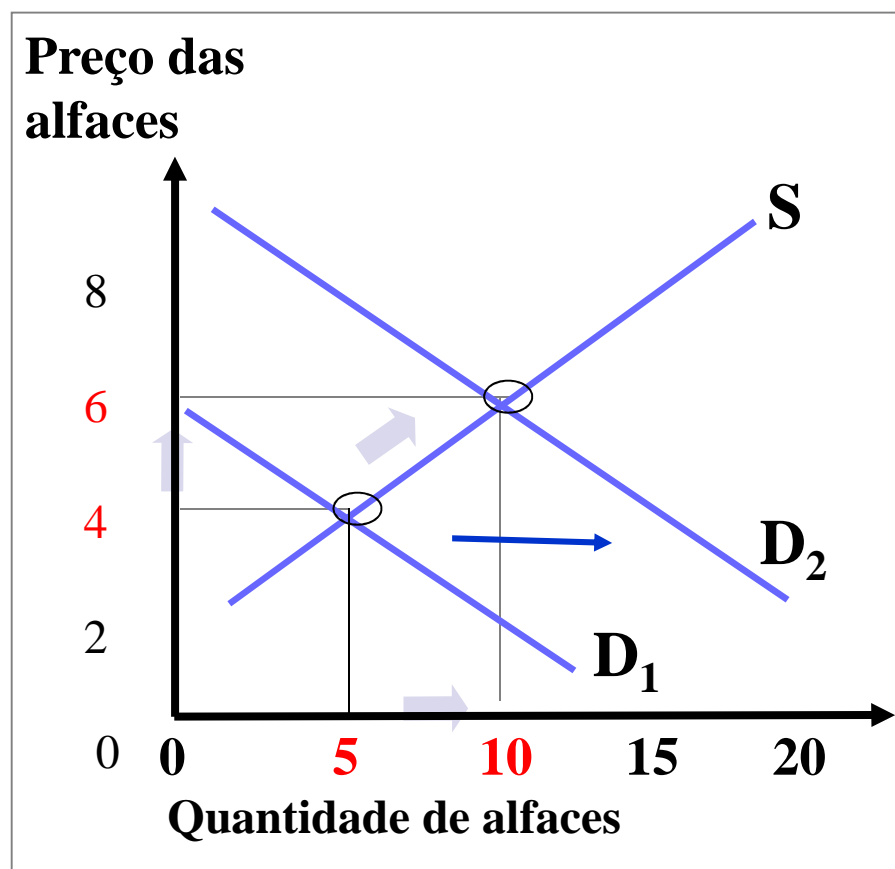
O equilíbrio de mercado ocorre na interseção das curvas da oferta e da procura



## Como é que um aumento na procura afeta o Equilíbrio?

**Ex: As pessoas comem mais saladas de alface (*ceteris paribus*).**

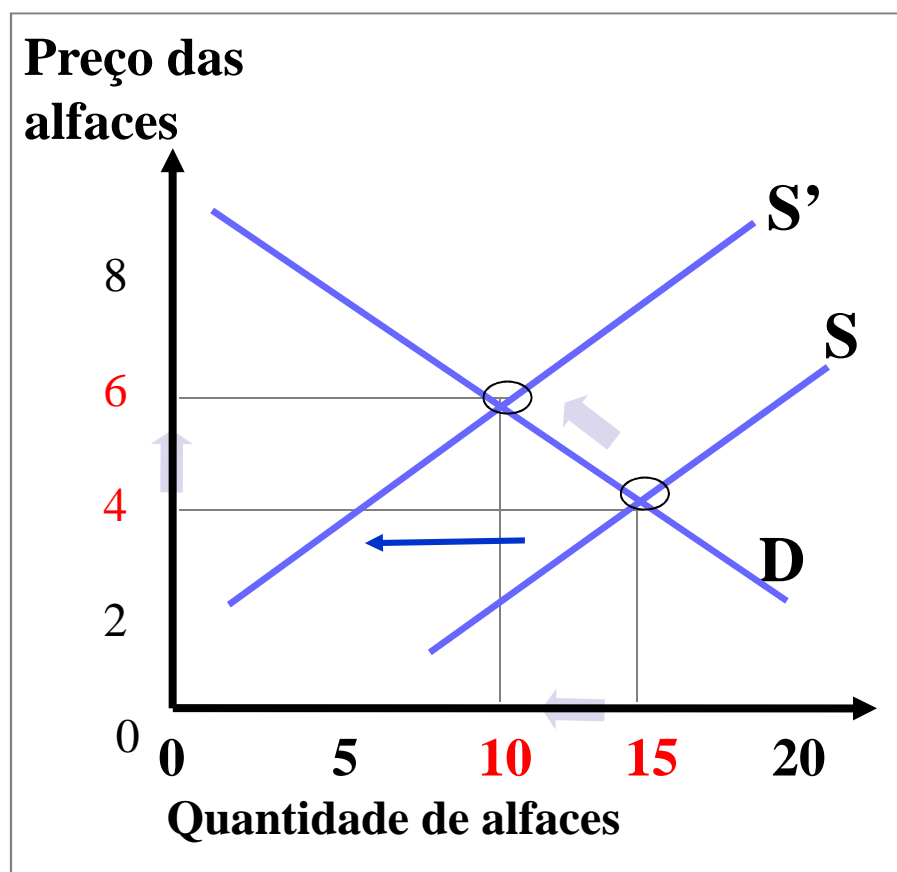
- 1- O hábito de comer mais saladas aumenta a procura.  
A oferta permanece inalterada, pois esta alteração não afecta directamente os agricultores.
- 2 - A curva da procura **desloca-se** para a direita.
- 3 - O preço e a qtd são aumentados (novo ponto de equilíbrio).



## Como é que uma redução na Oferta afeta o Equilíbrio?

### Ex: Cheias destroem culturas de alface

- 1- As cheias afetam a curva da oferta. A curva da procura permanece inalterada, pois as cheias não mudam diretamente a quantidade procurada pelos compradores.
- 2- A curva de oferta **desloca-se** para a esquerda (a qualquer preço a qtd oferecida é menor).
- 3- O preço aumenta e a qtd diminui (novo ponto de equilíbrio).





## Uma mudança simultânea na Oferta e na Procura

**Ex:** As pessoas passam a comer mais saladas e ao mesmo tempo, as cheias destroem culturas de alface

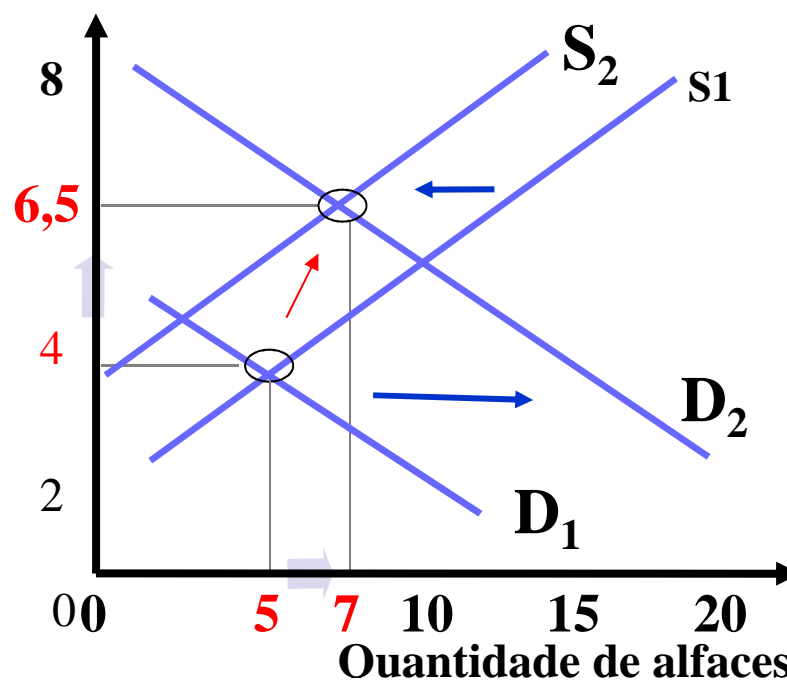
1- Ambas as curvas se deslocam.

2- A curva da procura desloca-se para direita e a da oferta para a esquerda.

3- Há dois resultados possíveis dependendo da extensão dos deslocamentos das curvas.

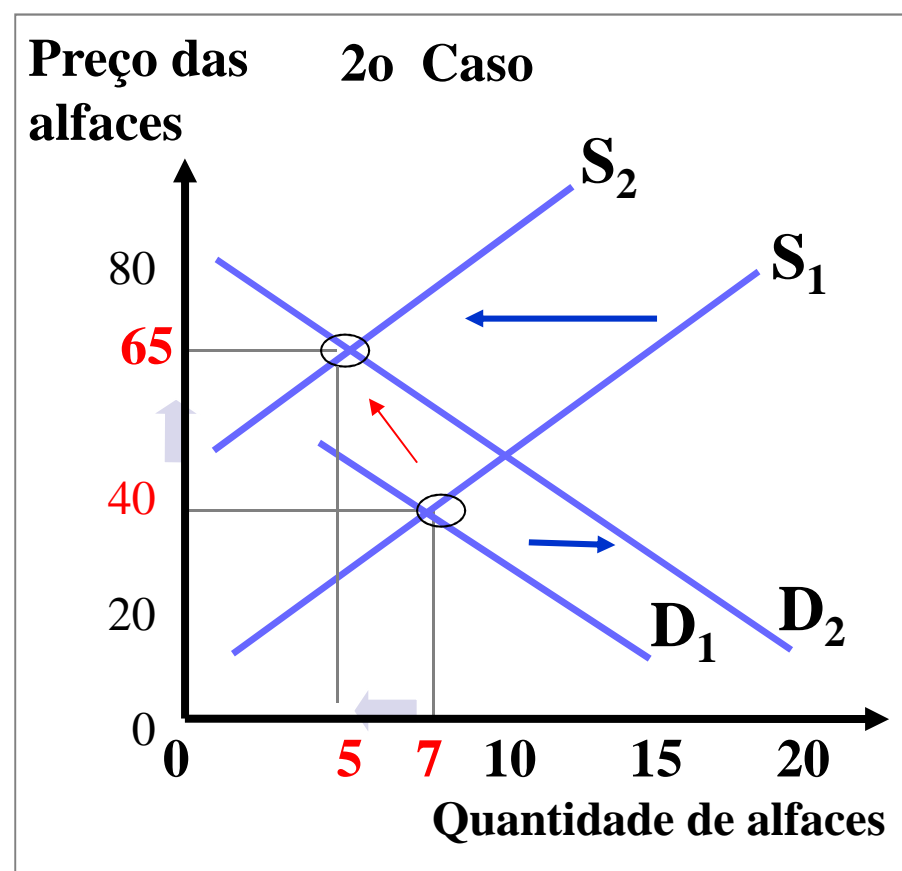
(a) A qtd e o preço aumentam.

Preço das  
alfaces 1o Caso



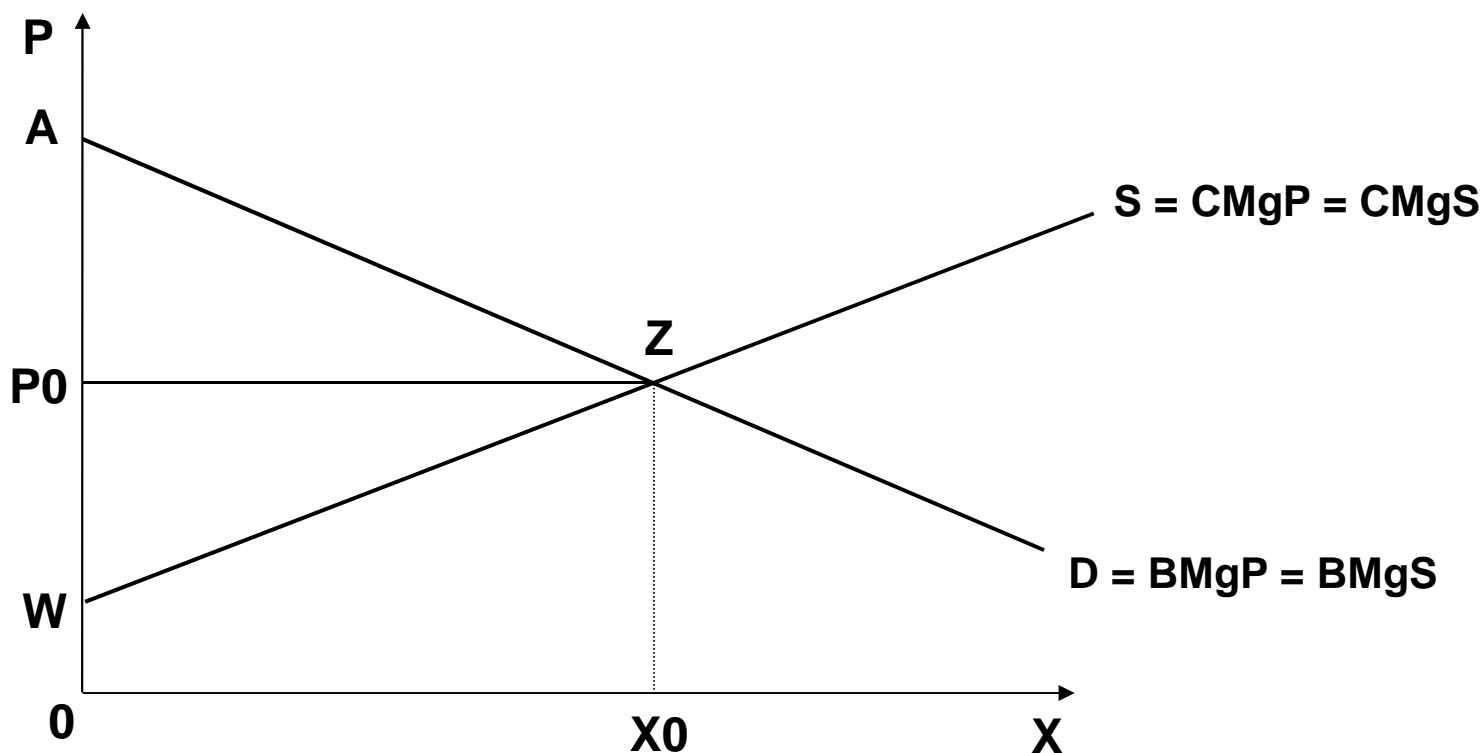
## Uma mudança simultânea na Oferta e na Procura

(b) A qtd diminui  
e o preço aumenta



## Mercado

### No equilíbrio $BMgS = CMgS$



Nota: Bmg = benefício marginal =  $Um_{g, comprador}$  (benefício marginal do comprador)  
 Cmg = custo marginal =  $Um_{g, produtor}$  (custo marginal do produtor)  
 2021/2022

# Falhas de Mercado

## Mercado competitivo distorcido

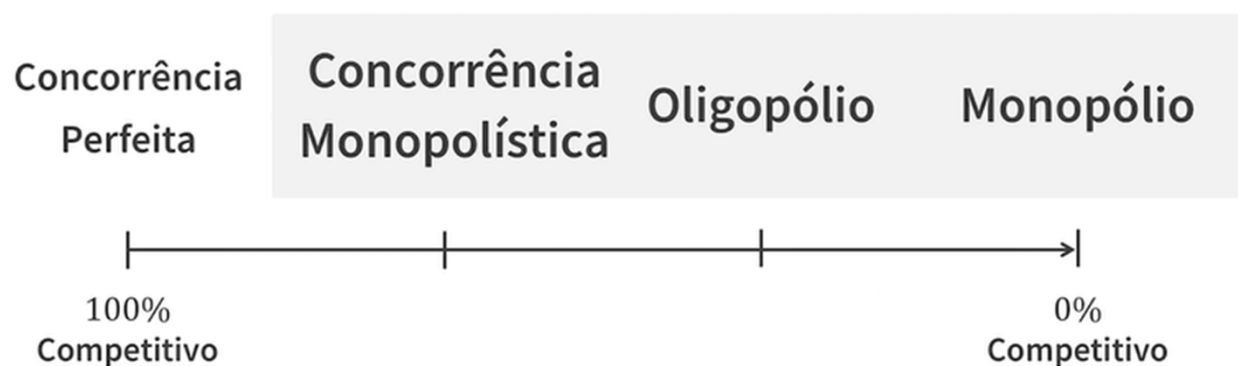


**No equilíbrio  $BMgS \neq CMgS$ .**

- **impostos específicos ao consumo ou à produção,**
- **preços mínimos,**
- **monopólios,**
- **informação incompleta**
- **externalidades ao consumo e/ou à produção,**
- **etc.**

**Mercado:** “Um espaço abstrato onde se encontram a procura e a oferta agregadas dos agentes económicos, cujos objetivos contraditórios se harmonizam provisoriamente, em cada momento, através dos preços de transação entre eles.”

Alfredo de Sousa (1988:219)



# Estruturas de Mercado

	Concorrência perfeita	Concorrência Monopolística	Oligopólio	Monopólio
Poder de mercado	Nenhum	Fraco	Relativo	Total
Influência preço	Nenhuma <b>Price takers</b>	Alguma	Forte	Considerável <b>Price makers</b>
Bens	Homogêneos	Heterogêneos (pequenas características diferenciadoras)	Heterogêneos	Heterogêneo
Vendedores	Muitos	Poucos	Alguns poucos	Um
Consumidores	Muitos	Muitos	Muitos	Muitos
Entrada e saída de mercado	Livre entrada/saída	Fácil entrada/saída	Entrada difícil	Difícil entrada/saída
Receitas (R) e custos de produção (C)	R – proporcional montante output; C – semelhantes e baixos	C - relativamente baixos	$P_C < P_O < P_M$ C - relativamente elevados	$\uparrow P \downarrow Q \Rightarrow$ variação preço e receita média; elevados custos
Setor da economia onde prevalece	Mercados financeiros, leite, legumes e outros produtos agrícolas	Comércio a retalho (pizzas, cervejas); Livros Software	Siderurgia, química, Aço para construção Resinas plásticas Automóveis, cereais, ...	Telefone, internet, eletricidade e gás ("monopólios naturais"); água medicamentos, com patente

# Concorrência perfeita

---

- Muitos consumidores de pequena dimensão e muitos produtores de pequena dimensão
- Produtos homogêneos e com substitutos perfeitos
- Empresas não têm poder sobre o preço (empresas tomadoras do preço de mercado ou *Price Takers*); Agentes não têm dimensão suficiente para influenciar o mercado
- Custos de produção (custos semelhantes) relativamente baixos
- Livre entrada e saída de empresas do mercado
- Mobilidade perfeita de fatores produtivos no longo prazo

- O objetivo da empresa é maximizar o seu lucro:

$$\text{Max}_Q LT = PxQ - CT(Q)$$

- A empresa escolhe o *volume de produção*(Q) que maximiza a diferença entre a receita total (PxQ) e o custo total (CT).
- Condição de 1ª ordem:

$$\partial LT / \partial Q = 0 \Leftrightarrow \partial RT / \partial Q - \partial CT(Q) / \partial Q = 0$$

$$\text{Como, } \partial RT / \partial Q = Rmg = P;$$

$$\text{No ótimo: } P = Rmg = Cmg$$

Nesse volume ótimo, o custo marginal é igual à receita marginal (que, em concorrência perfeita, é igual ao preço).



- Dado que uma empresa em concorrência perfeita (*price taker*), tem uma receita proporcional ao montante de output produzido:

$$P = RMg;$$

Para maximizar o lucro, uma empresa escolhe a quantidade de output em que

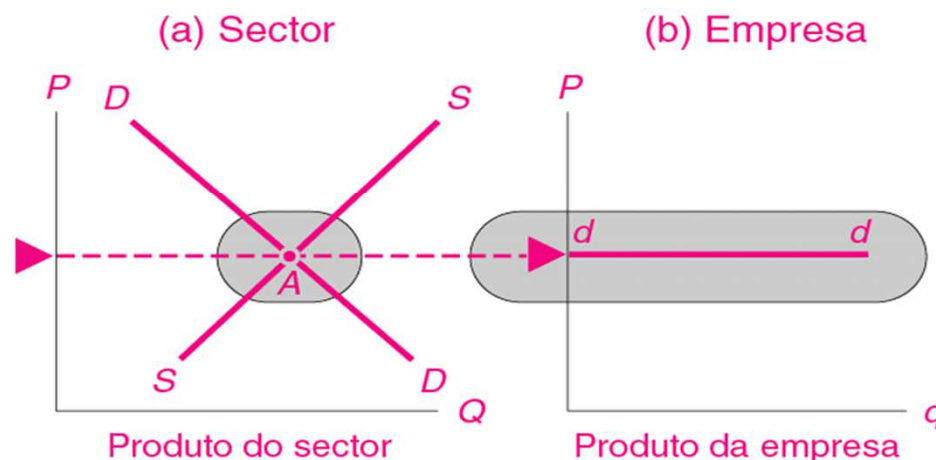
$$RMg = CMg = P$$

Ao preço de mercado,  $P$ , a empresa vende a quantidade de produto que quiser. A um preço superior, a empresa não consegue vender qualquer quantidade.

– 1 –

Capítulo 8 / Figura 8-1

Para um concorrente perfeito a curva da procura é perfeitamente elástica

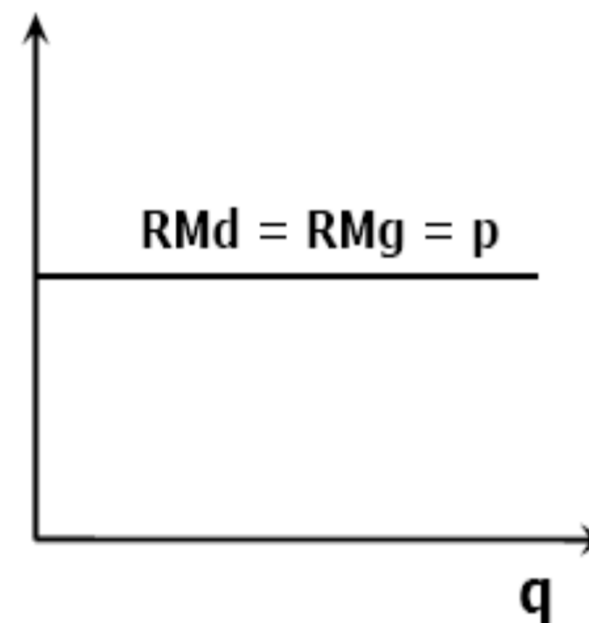


A procura da empresa ( $d_i$ ) é horizontal, ou seja, infinitamente elástica. A procura da indústria (D) tem a configuração típica.

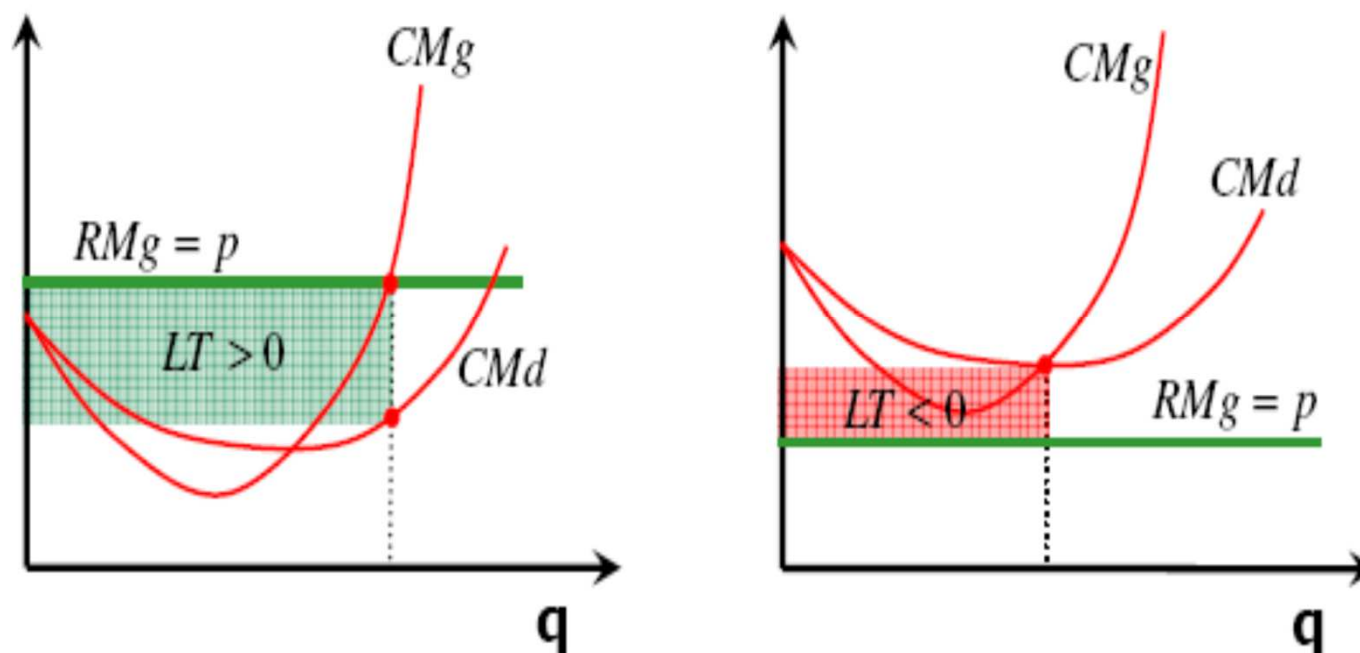
- A receita média e a receita marginal são constantes e iguais ao preço de mercado

$$RMd(q) = \frac{RT(q)}{q} = \frac{p \cdot q}{q} = p$$

$$RMg(q) = \frac{dRT(q)}{dq} = \frac{d(p \cdot q)}{dq} = p$$

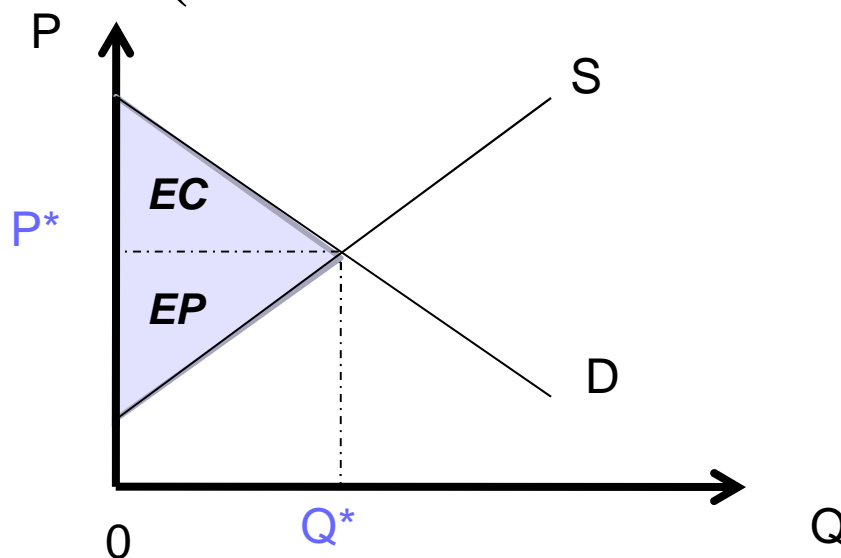


- Para que o lucro seja positivo, é necessário que a empresa produza com um custo médio inferior ao preço de mercado.



# Concorrência perfeita — Bem Estar

- Pode definir-se uma função de bem-estar social como a soma dos excedentes de todos os agentes económicos.
- Logo: o *excedente económico* é a medida de bem-estar (soma EConsumidor + EProdutor).



Em concorrência perfeita, o bem-estar social é representado pela área situada entre as curvas da oferta e da procura, desde “ $Q=0$ ” até “ $Q=Q^*$ ”.

- O preço de equilíbrio de concorrência perfeita, por igualar o benefício marginal do consumo ao custo marginal de produção, maximiza o bem-estar social.

Ao preço de equilíbrio, o valor da última unidade transacionada, é igual para os produtores e para os consumidores.

- Forma de organização do mercado em que uma empresa domina com exclusividade em determinada região a oferta de determinado produto ou serviço que não tem substituto próximo.

# Como saber se o mercado é monopolista?

---

- Muitos consumidores de pequena dimensão e um único produtor de grande dimensão
- Produtos Únicos (produtos sem substitutos próximos)
- Produtores fixam o preço de mercado (empresa formadora do preço ou *Price Maker*)
- Os consumidores são tomadores de preços
- Podem existir elevados custos de instalação ou produção
- Difícil entrada e saída de empresas do mercado



- $P=R_{me}=D$  e  $P>R_{mg}$ : um aumento/diminuição das quantidades provoca uma variação do preço
- Não tem **Curva da Oferta**, a empresa domina o preço, então primeiro a empresa fixa a quantidade (onde  $R_{mg}=C_{mg}$ ) e só depois decide qual o preço a cobrar ( $P=R_{me}=D$ )
- $\text{Max LT} = \text{RT} - \text{CT} = P(Q) \cdot Q - \text{CT}(Q)$ , onde  $P(Q)$  corresponde à procura de mercado

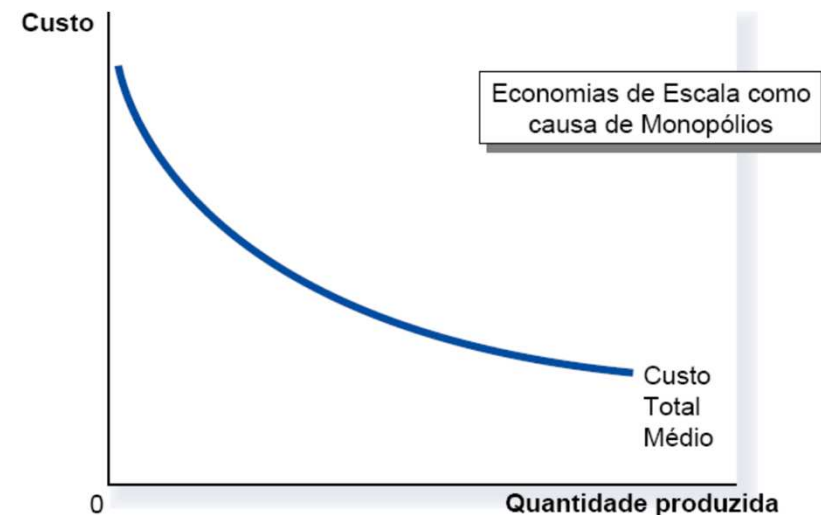
# Causas do Monopólio

---

- Inexistência de substitutos próximos para o produto em causa
- Condições que tornam difícil a existência de potenciais concorrentes:
  - Restrições Legais (barreiras à entrada)
  - Existência de Patentes
  - A empresa detém um recurso chave

# Causas do Monopólio

- Condições que tornam difícil ou quase impossível a existência de potenciais concorrentes (continuação):
  - O governo dá a uma única empresa o direito de produzir o bem ou serviço: Formas de controlo – patentes e direitos de autor (copyrights)
  - Imposição de Barreiras
  - Superioridade Tecnológica
  - *Sunk Costs* Elevados; custos de produção que fazem com que um produtor seja mais eficiente que vários – Monopólio Natural: Economias de escala



# Monopólio vs Concorrência Perfeita

---

- O Lucro do Monopolista Persiste
- O Monopólio restringe a produção ao aumentar o preço no curto – prazo
- Monopólio gera afetação ineficiente de recursos
  - Obtém lucros em excesso, maiores que o custo de oportunidade do capital
  - Não produz tanto quanto podia e obriga o mercado a pagar um preço mais elevado

# Monopólio vs Concorrência Perfeita

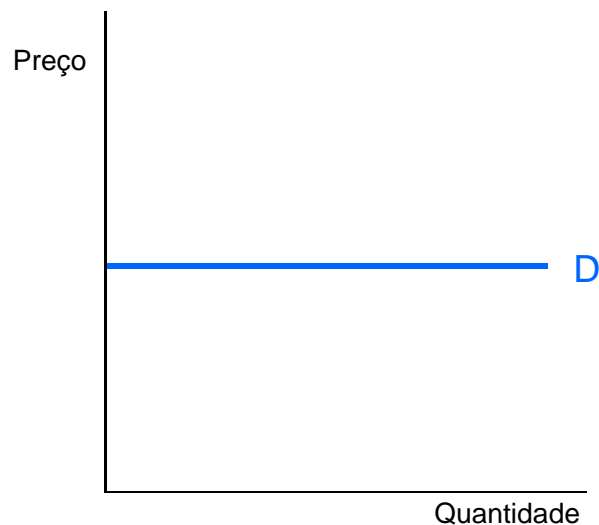
---

- Aspectos positivos do monopólio:

- Pode alterar a curva de custos através de economias de escala
- Pode promover a inovação
- Monopólio Natural

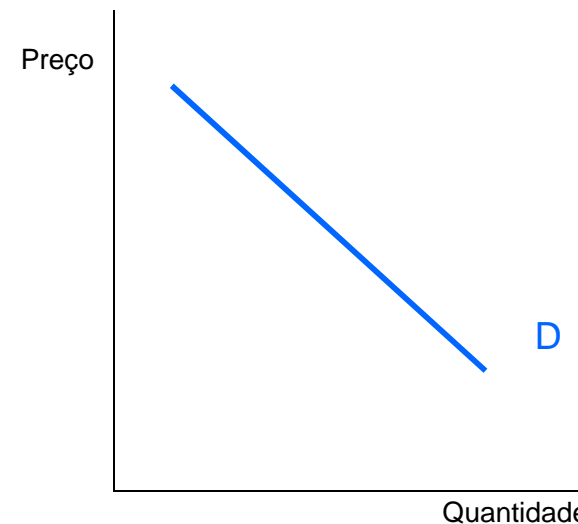
# Monopólio vs Concorrência Perfeita

a) Curva da procura para uma empresa competitiva



Uma empresa num mercado competitivo vende qualquer quantidade ao preço do mercado.

b) Curva da procura para Monopólio

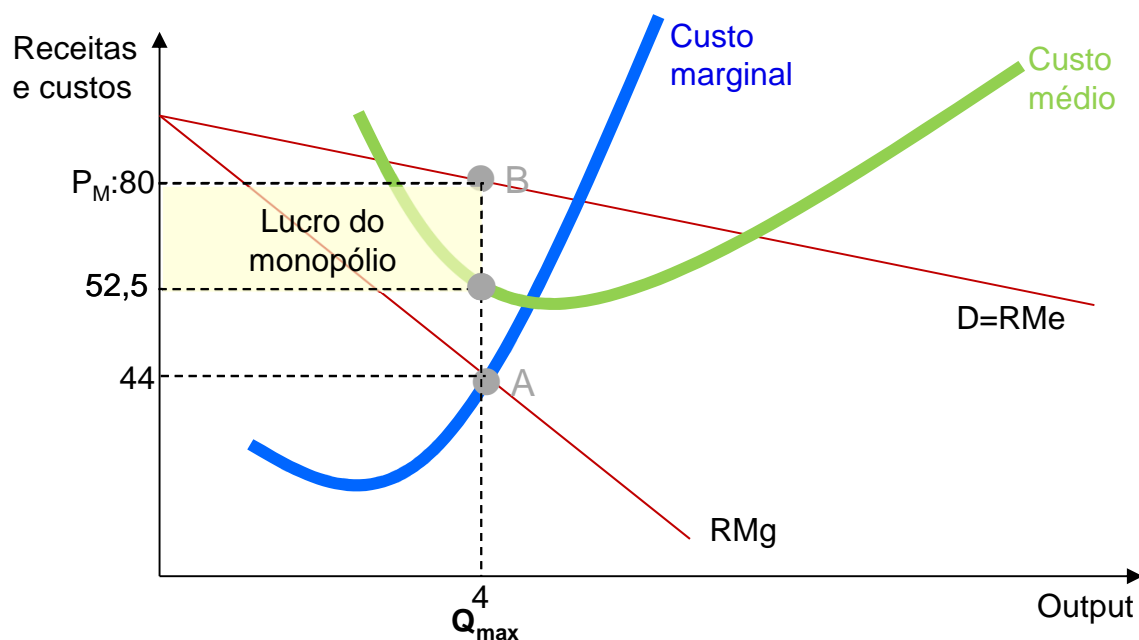


A curva da procura do monopólio é igual à curva de procura do mercado

- A curva da oferta mostra a quantidade oferecida por um produtor a um dado preço de mercado
- O monopolista **decide tanto a quantidade como o preço** a ser praticado, logo *não faz sentido falar em Curva da Oferta!*
- **Receita Total:**  $P(Q) \cdot Q = RT$
- **Receita Média:**  $RT/Q = RTme = P(Q) = D$
- **Receita Marginal:**  $\Delta RT/\Delta Q = Rmg$

# Maximização do lucro do Monopolista

Quantidade	Preço	Receita total	Receita marginal	Custo total	Custo médio	Custo marginal	Lucro total
0		0		10			-10
1	140	140	140	70	70	60	70
2	107	214	74	120	60	50	94
3	92	276	62	166	55.3	46	110
4	80	320	<b>44</b>	210	52.5	<b>44</b>	110
5	66	330	10	253	50.6	43	77
6	50	300	-30	298	49.7	45	2



(A) Encontrar a produção ( $Q^*$ ) onde  $RMg = CMg$ ; Curva da procura indica preço consistente com essa quantidade

$$P_{CP} = Rmg = Cmg$$

(B) Encontrar na curva da procura o preço ( $P^*$ ) a que os consumidores estão dispostos a comprar a quantidade ótima. A interseção da curva da  $Rmg$  e  $Cmg$  determina a quantidade maximizadora do lucro

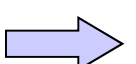
$$P_{Monop} > Rmg = Cmg$$



# Maximização do lucro do Monopolista

- Encontrar a produção ( $Q^*$ ) onde  $RMg = CMg$
- Encontrar na curva da procura o preço ( $P^*$ ) a que os consumidores estão dispostos a comprar a quantidade óptima
- Comparar, para essa quantidade, o preço encontrado com o custo médio:

**Se  $P > CTme$**             **Lucro**

**Se  $P < CTme$**             **Prejuízo**

- A receita marginal do Monopólio é sempre menor que o preço do produto e **igual** ao custo marginal  
(recorde-se que em concorrência perfeita temos:  $P = Rmg = Cmg$ )

$$P > Rmg = Cmg$$

# Maximização do lucro do monopolista

$$LT = RT - CT \quad \text{e} \quad RT = P \cdot Q$$

$$\text{Max } LT = P(Q) \cdot Q - CT(Q)$$

$$\text{Condição no ponto ótimo:} \quad dLT / dQ = 0$$

$$\text{No ótimo : } R_{mg} = C_{mg} \Rightarrow Q_{\text{ótima}}$$

e

$P(Q)$  é a procura de mercado (D)!

$$P = R_{me} = D$$

# Perda de Eficiência Económica no Monopólio

- Há uma perda de excedente em monopólio.  
*Porquê?*
- O mercado competitivo é a forma mais eficiente de se afectar recursos, maximizando o excedente total
- A quantidade socialmente eficiente é aquela na qual a procura iguala o custo marginal (oferta)



- O monopólio visa a maximização do lucro, conseguida quando a receita marginal iguala o custo marginal  
( $R_{mg} = C_{mg} \Rightarrow Q^*$ )

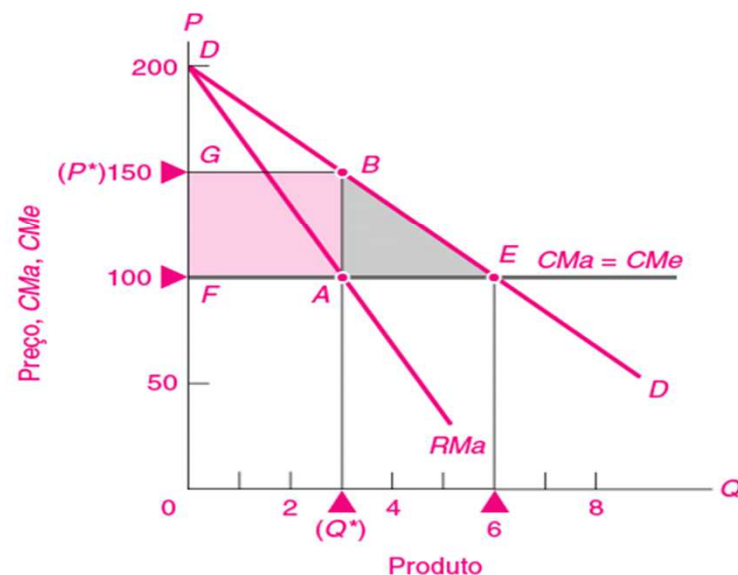
# Perda de Eficiência Económica no Monopólio

- Logo, o monopólio produz uma quantidade inferior à quantidade socialmente eficiente
- A diferença é o peso morto do monopólio (perda de eficiência)

– 7 –

Capítulo 10 / Figura 10-6

Os monopolistas originam desperdício económico  
ao restringirem a produção



# Concorrência Monopolística

---

- A concorrência monopolística é uma estrutura de mercado que contém **elementos da concorrência perfeita e do monopólio**, ficando numa situação intermédia entre essas duas formas de organização de mercado.
- Contudo não se confunde em nada com o oligopólio.
- A diferenciação do produto pode ocorrer por características físicas, de embalagem ou pelo esquema de promoção de vendas.
- Como exemplo, temos os laboratórios farmacêuticos, as indústrias alimentares, automobilísticas, etc.

# Concorrência Monopolística

---

- Produtos substitutos imperfeitos e diferenciados
- Muitos consumidores e muitos produtores de pequena dimensão
- Empresas têm algum poder sobre o preço  
(no seu produto particular cada empresa é um monopólio)
- A entrada e saída de empresas no mercado é fácil
- Os custos de produção são relativamente baixos
- Mobilidade de fatores no longo prazo
- No curto prazo cada empresa atua como em monopólio e a curva da procura tem declive negativo (a curva de procura individual é menos inclinada)
- No LP a empresa aproxima-se mais da concorrência perfeita (a entrada ocorre até que o lucro seja nulo)

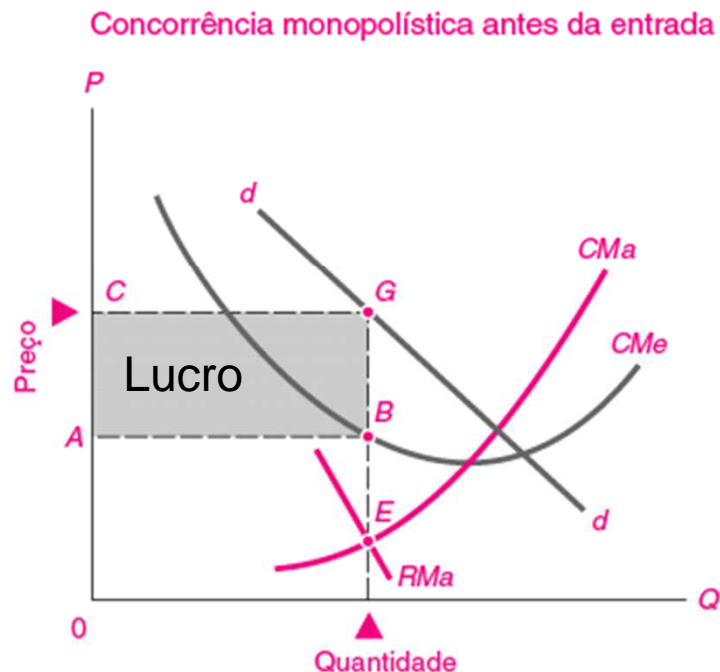
# Concorrência Monopolística

## No Curto prazo

– 4 –

Capítulo 10 / Figura 10-3

Os concorrentes monopolísticos produzem muitos bens semelhantes



© 2005 McGraw-Hill Inteamericana de España. Todos os direitos reservados.

**Exemplos:**  
Bombas de Gasolina, Comércio a retalho (pizzas, cerveja,...), computadores pessoais,...

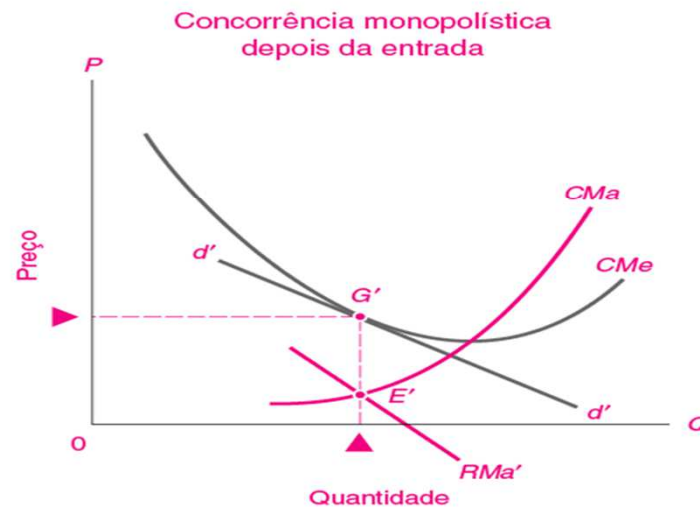
# Concorrência Monopolística

## No Longo prazo

– 5 –

Capítulo 10 / Figura 10-4

A livre entrada de numerosos concorrentes monopolísticos elimina o lucro



© 2005 McGraw-Hill Inteamericana de España. Todos os direitos reservados.

A existência de lucros supra-normais, levará à entrada de mais empresas, provocando, no longo prazo, a existência de lucros económicos nulos.

*Equação de longo prazo:* ponto tangente entre a curva da procura e a curva do custo médio.



- Forma de organização do mercado em que **poucas empresas dominam com exclusividade a oferta** de determinado produto ou serviço que não tem substituto próximo.
- O oligopólio pode ser:
  - puro:** quando os concorrentes oferecem exatamente os mesmos produtos homogêneos, iguais, substitutos entre si. *Temos como exemplo, o cimento, da indústria de cimento; o alumínio, da indústria de alumínio; ou*
  - diferenciado:** quando o produto não é homogêneo. É o caso das indústrias automobilística ou de cigarro, cujos produtos, embora semelhantes entre si, não são idênticos. Por exemplo, o automóvel Volkswagen Golf é diferente do automóvel Fiat Uno etc.

- O oligopólio apresenta como principal característica o facto das empresas serem **interdependentes**, já que são em pequeno número no respetivo setor industrial; e significa que elas levam em consideração as decisões quanto a preço e produção de outras empresas, reagindo a qualquer alteração – **comportamento estratégico**.

# Oligopólio - características

---

- Muitos consumidores de pequena dimensão e alguns (poucos) produtores de grande dimensão
- Produtos idênticos ou diferenciados (substitutos imperfeitos)
- Empresas têm poder sobre o preço de mercado
- Forte concorrência (preço e extra-preço) e rivalidade
- Existem custos de produção relativamente mais elevados
- A entrada de empresas do mercado é difícil
- Os produtores oligopolistas são interdependentes (interação estratégica) (cada produtor toma em consideração o comportamento dos outros )

- A empresa oligopolista produz uma  $Q$  maior do que o monopolista mas menor do que um produtor em concorrência perfeita
- O  $P$  é menor do que em monopólio mas maior do que em concorrência perfeita
- Curva de procura individual e a curva da procura de mercado têm declive negativo
- Exemplos: siderurgia, produtos químicos, programas de processamento de texto, ...

- Quando as empresas oligopolistas cooperam ativamente entre si no sentido de tomarem decisões concertadas, estabelecendo em conjunto preços e quantidades, repartem entre si o mercado ou tomam outras decisões de gestão. Desta forma maximizam os lucros em conjunto.
- Promovem a concentração no mercado
- Este caso é semelhante ao monopólio (o preço praticado, a quantidade produzida e o lucro obtido são os de monopólio)

## Oligopólio de Conluio Explícito: exemplo *Cartel*

- É uma organização de empresas independentes que produzem produtos similares, que actuam em conjunto para aumentar os preços e limitar a produção (ex: OPEP)

## Oligopólio de Conluio Implícito ou Tácito

- Quando as empresas oligopolistas se abstêm de concorrer, sem que haja acordos explícitos. As empresas em conluio tácito, com frequência, fixam preços (elevados) idênticos, aumentando os lucros e diminuindo o risco da atividade.

Mas...

- Leis proíbem acordos de preços entre as empresas, para proteger o interesse público
- Acordos são difíceis devido ao comportamento oportunista das empresas

Mesmo que elas tenham feito um conluio, é preciso confiar que nenhuma vai quebrar o acordo. Um comportamento oportunista de uma empresa vai-lhe trazer lucros superiores

<https://eco.sapo.pt/2020/12/21/autoridade-da-concorrencia-multa-supermercados-e-fornecedores-de-bebidas-em-304-milhoes-por-concertacao-de-precos/>

# Impacto no bem-estar

---

- Cada um destes modelos tem **impactos** diretos no bem-estar social.
- Essa perda pode ser sob a forma de **preços mais altos**, em relação ao de equilíbrio, ou **quantidades menores** disponibilizadas no mercado.
- Quando o produto é necessário à sociedade, o Governo, através de **agências reguladoras**, não permite aumentos **abusivos** no preço.
- Defende-se a ideia de um **Estado regulador**, capaz de intervir, para garantir a concorrência no mercado e possibilitar melhorias no bem-estar da sociedade.
- Portanto, a regulação deve **reproduzir as condições de concorrência**, de modo a garantir que os consumidores tenham acesso a produtos e serviços com qualidade e nível de preços semelhantes ao que seria conseguido num ambiente competitivo.



# Entidades Reguladoras – Portugal (exemplos)



- Autoridade da Concorrência

<https://www.concorrencia.pt/>

- Autoridade Nacional de Aviação Civil (ANAC)
- Entidade Reguladora dos Serviços Energéticos (ERSE)
- Comissão do Mercado de Valores Mobiliários (CMVM)
- Autoridade Nacional de Comunicações (ANACOM)
- Banco de Portugal
- Instituto da Construção Civil e do Imobiliário (IMPIC)
- Autoridade da Mobilidade e dos Transportes (AMT)
- Instituto da Mobilidade e dos Transportes (IMT)
- Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões (ASF)
- Turismo de Portugal
- Autoridade de Segurança Alimentar e Económica (ASAE)

- [António Fernandes](#), [Elisabeth Pereira](#), [João Bento](#), [Mara Madaleno](#), [Margarita Robaina](#), (2021) ***Introdução à Economia*** - 3ª Edição, ISBN: 978-972-618-878-0, EAN: 9789726188780, Sílabo, 2017.
- SAMUELSON, Paul & NORDHAUS, William (2005), ***Microeconomia***, 18ª Edição, McGraw-Hill, Madrid., pp. 147-213.
- Carlos Magno Mendes et al. (2015), ***Introdução à Economia***, 3 ed. rev. amp. – Florianópolis : Departamento de Ciências da Administração / UFSC; [Brasília] : CAPES : UAB.