

# Unidade II

## **3 DEMANDA, OFERTA E EQUILÍBRIO DE MERCADO**

### **3.1 A demanda por bens e serviços**

Apregoa a teoria econômica que, nos sistemas baseados no livre funcionamento dos mercados, a procura por bens e serviços tem o intuito de identificar as alternativas que otimizem a satisfação do consumidor.

O consumidor visa maximizar sua satisfação consumindo os bens e serviços que julga serem mais úteis, em conformidade com suas próprias preferências e gostos. Vai buscar uma certa quantidade com base no preço em vigor do respectivo bem ou serviço e a sua própria renda pessoal.

O consumidor também levará em conta em sua decisão os preços de outros bens – substitutos e complementares – em relação àquele em que está particularmente interessado.

Naturalmente, há uma série de fatores, além do próprio preço do bem ou serviço, que definem a quantidade que os consumidores pretendem adquirir de cada bem ou serviço, em um determinado período, como:

- o nível e a distribuição dos consumidores;
- o preço dos produtos substitutos e complementares;
- os processos de urbanização;
- as mudanças nos gostos e nas preferências dos consumidores;
- o *marketing* (propaganda);
- a expectativa de variação de preços do produto no futuro;
- o nível de educação e idade dos consumidores;
- a disponibilidade de mercadorias;
- a moda;
- a geografia e o clima;

- o sexo;
- a ocupação;
- as estações do ano;
- a religião;
- a origem étnica.

Na maioria dos casos, porém, o preço é, de fato, a variável mais relevante para explicar o comportamento da quantidade procurada (demandada) de um bem ou serviço pelos consumidores.

Assim, com todas as demais coisas permanecendo iguais (*coeteris paribus*), a demanda do consumidor por um bem (X) indica as quantidades desse bem, que ele está disposto a adquirir, quando varia o seu preço de mercado.



### Observação

*Ceteris paribus* (todo o mais é constante) é uma expressão introduzida em um argumento ou afirmação para comunicar que uma variável ou mais variáveis possam mudar, mantendo as demais variáveis constantes, tais como o seguinte exemplo: "Se reduzirmos os nossos preços por X por cento, *ceteris paribus*, a nossa receita de vendas deve subir Y por cento".

A tabela hipotética a seguir relaciona quantidades procuradas considerando os diferentes preços do bem X.

**Tabela 3 – Alternativas de quantidades procuradas de determinado bem ou serviço conforme a variação dos preços no mercado**

Preços do bem X (R\$)	Quantidade demandada (unidades)
50,00	30
100,00	20
150,00	15
200,00	10
250,00	5

Os dados dessa tabela podem ser visualizados no gráfico a seguir:

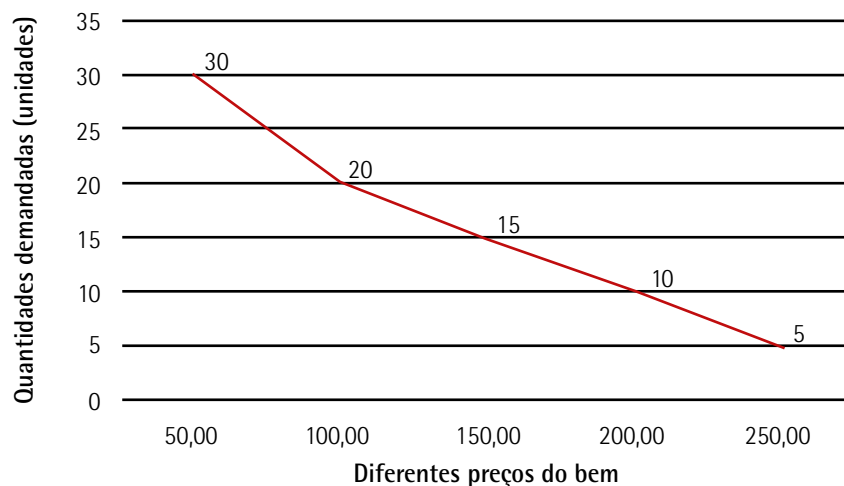


Figura 7 – Demanda para o bem X

Este gráfico apresenta a **curva de demanda**, mostrando a relação inversa entre as quantidades procuradas e diferentes alternativas de preços de certo bem ou serviço.

Essa relação explicita que, conforme diminui o preço, aumenta a quantidade demandada do produto.

Se o preço for muito alto, cessará a demanda pelo bem, que pode ser coberta com a procura por bens substitutos.

É possível também a constatação de que a demanda é feita até um determinado limite superior de quantidades, após atingirmos o que chamamos de nível de saciedade.



### Observação

As publicações sobre demanda costumam demonstrar no eixo horizontal as quantidades procuradas e no vertical os valores, o que é, na verdade, a demanda inversa, dado que o que se pressupõe é a variação das quantidades consoantes com as diversas alternativas de preço. Mesmo assim, é mantida a adequada correlação entre essas duas variáveis.

A partir do que foi verificado, chega-se à definição da Lei da Demanda: as quantidades demandadas de um bem (X) variam, inversamente, com o seu preço, permanecendo constantes os preços dos demais bens, os gostos e a renda disponível do consumidor.

A demanda representa a disposição ou intenção de comprar, enquanto comprar é o ato efetivo de aquisição do bem ou serviço.

Para alguns bens, não essenciais, é possível que ocorra uma relação direta, não inversa entre as quantidades demandadas e os preços dos bens ou serviços. Essa relação inversa é válida tanto para a demanda do consumidor individual como para a do conjunto do mercado.

A demanda total para um determinado grupo de consumidores, uma região, cidade, país etc. é obtida a partir da soma das quantidades demandadas pelos consumidores individualmente (com os mesmos preços).

Na prática, é difícil obtê-la por esse método considerando a grande quantidade de agentes econômicos.

Assim, outra possibilidade é multiplicar as quantidades demandadas individualmente por um consumidor considerado **típico (médio)** pelo número de consumidores existentes no mercado – aos mesmos preços.



### Lembrete

Na maioria dos casos, o preço é, de fato, a variável mais relevante para explicar o comportamento da quantidade procurada (demandada) de um bem ou serviço pelos consumidores.

No nosso exemplo, admitindo que os dados da tabela revelam um consumidor típico e que são dez, no total, teríamos a seguinte tabela para a demanda total para o bem X:

**Tabela 4**

Preços do bem X (R\$)	Quantidade demandada (unidades) pelos dez consumidores
50,00	300
100,00	200
150,00	150
200,00	100
250,00	50

Diferentemente do que ocorreria se adotássemos o processo da soma de cada uma das demandas, a curva da demanda total (isto é, do mercado) terá o mesmo formato e inclinação daquela que identifica o consumidor admitido como médio do mercado).

Assim, a cada preço teremos uma quantidade demandada, seja do consumidor individual, seja de todo o mercado.

No nosso exemplo, se o preço unitário do bem X aumentar de R\$ 50,00 para R\$ 100,00, a quantidade demandada individualmente diminuirá para 20 unidades.

E, se, eventualmente, o preço diminuir de R\$ 200,00 para R\$ 150,00, haverá expansão da quantidade demandada de dez para 15 unidades e vice-versa.

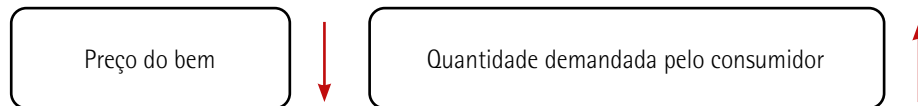


Figura 8

O gráfico da demanda, seja para o consumidor (individualmente), seja para um conjunto, explicita a relação entre duas variáveis (no caso, preço e quantidade demandada para o bem X), mantidas todas as demais condições.

Contudo, é possível que ocorram mudanças em outras variáveis, o que afetaria o nosso gráfico.

Um aumento da renda do consumidor individual (ou do consumidor típico/médio, se estamos analisando o total do mercado) fará com que toda a curva seja deslocada para cima e à direita.

Assim, eleva-se a quantidade demandada para cada um dos preços do nosso exemplo, denotando um maior poder aquisitivo do consumidor, como decorrência do crescimento de sua renda (aumento de salário, por exemplo).

Nossa tabela, para o consumidor individual do bem X, agora poderia, por hipótese, ser a seguinte:

**Tabela 5**

Preços do bem X (R\$)	Quantidade demandada (unidades)
50,00	40
100,00	30
150,00	25
200,00	20
250,00	15

Naturalmente, poderia ter ocorrido uma situação diversa, com, por exemplo, a queda da renda do consumidor individual ou típico/médio, o que deslocaria toda a curva de demanda no sentido contrário, para baixo e à esquerda.

Assim, diminui a quantidade demandada para cada um dos preços do nosso exemplo, denotando um menor poder aquisitivo do consumidor, como decorrência da queda de sua renda (situação de desemprego, por exemplo).

Nossa tabela, para o consumidor individual do bem X, poderia ser representada da seguinte maneira:

**Tabela 6**

Preços do bem X (R\$)	Quantidade demandada (unidades)
50,00	20
100,00	10
150,00	8
200,00	5
250,00	3

De fato, os deslocamentos da curva ocorrem sempre que outros fatores, que não o preço do bem X, se alteram, por exemplo, além da renda mencionada anteriormente, os gostos e as preferências dos agentes econômicos e aspectos relacionados com a propaganda para o bem ou serviço.

Nos gráficos cartesianos de duas dimensões, que identificam relacionamentos entre duas variáveis – uma explicativa e outra explicada/dependente), – sempre que ocorrerem mudanças em outras variáveis – não explicitadas no gráfico, em seus eixos horizontal e vertical, haverá deslocamentos para cima ou para baixo (ou para a direita e à esquerda) de toda a curva.

Finalmente, ainda a respeito da demanda, deve ser considerado o seguinte: dependendo do tipo de bem que se está analisando, seu comportamento poderá ser muito diferente. Neste caso, costumam ser identificados os bens ditos normais, cuja demanda diminui no caso de aumento do preço do bem. Se o preço da carne, por exemplo, aumentar, o indivíduo deverá consumir menos esse bem e vice-versa.

Entretanto, se os bens forem considerados inferiores, a sua demanda poderá diminuir mesmo no caso de diminuição do preço se, por exemplo, o consumidor contar com um maior poder aquisitivo. É o caso do consumo pretendido para a chamada carne de segunda (categoria).

### 3.2 A oferta de bens e serviços

Nossa análise, agora, é feita para o comportamento do produtor (ou vendedor) de um bem ou serviço.

Todos os que decidem abrir um negócio têm como objetivo otimizar seus lucros e, para tanto, precisam obter receitas com as vendas de seus produtos e incorrer em custos em sua fabricação.

Para a grande maioria dos bens, ditos normais, existe uma relação direta entre os seus preços e as respectivas quantidades ofertadas, que expandem junto com os acréscimos dos primeiros.

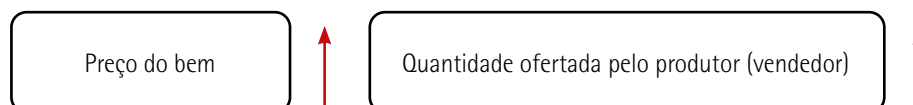


Figura 9

Assim, a oferta representa a disposição ou intenção de produzir e vender, enquanto produzir e vender indicam os atos efetivos de produção e venda do respectivo bem ou serviço.

Tal como fizemos no caso da demanda, vamos admitir, na tabela a seguir, as alternativas de oferta para um determinado bem ou serviço, consoante seu preço praticado no mercado:

**Tabela 7 – Oferta do bem X, conforme diferentes alternativas de preços**

Preços do bem X (R\$)	Quantidade ofertada (unidades)
50,00	5
100,00	10
150,00	15
200,00	20
250,00	30

O gráfico a seguir mostra a curva de oferta – considerando os dados indicados na tabela anterior.

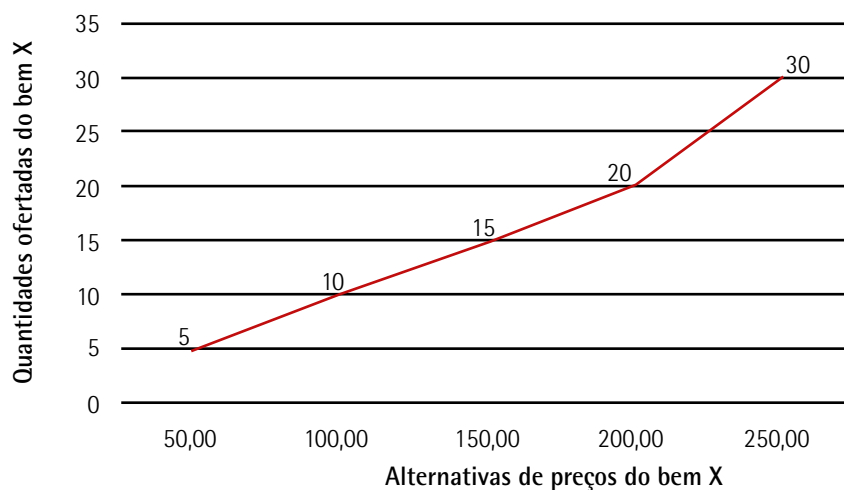


Figura 10 – Oferta para o bem X

A Lei da Oferta indica que as quantidades ofertadas de um bem (X) variam, diretamente, com o seu preço, permanecendo constantes os custos de produção.

Tal como ocorre no caso da demanda, essa relação é válida tanto para a oferta do produtor individual como para a do conjunto do mercado.

Naturalmente, há uma série de aspectos, além do preço do próprio bem ou serviço, que determinam a quantidade que os fornecedores pretendem produzir e vender de cada bem ou serviço em um determinado período, por exemplo:

- preços/custos dos fatores utilizados na fabricação do produto;

- condições climáticas e ocorrências de externalidades;
- custos de comercialização e de vendas do bem ou serviço e de outros que lhe sejam substitutos ou complementares;
- tecnologia disponível para a empresa;
- tamanho e nível de concorrência do respectivo mercado.

Na maioria dos casos, contudo, o preço é a variável mais relevante para explicar o comportamento da quantidade ofertada (oferecida) de um bem ou serviços pelos vendedores/produtores.

Os deslocamentos da curva ocorrem sempre que outros fatores, que não os explicitados nos eixos (horizontal e vertical) dos gráficos cartesianos, influem no objeto (no caso, a oferta) em estudo.

Toda mudança, aumento ou diminuição em outra variável, que não seja a do próprio preço do bem ou serviço, desloca toda a curva de oferta para a direita ou para a esquerda, conforme o caso.

### 3.3 O equilíbrio de mercado

No mercado ocorre a interação entre compradores e vendedores.

Em mercados totalmente competitivos, um único preço geralmente prevalece.

Naqueles que não sejam completamente competitivos, diferentes vendedores podem cobrar variados preços.

Ao discutirmos determinado mercado, devemos ser claros a respeito de sua extensão tanto em termos de limites geográficos como em relação à gama de produtos que nele são transacionados.

Alguns mercados, por exemplo, o imobiliário, são tipicamente locais, enquanto outros são mundiais, como é o caso do ouro.

Outro aspecto relevante diz respeito à questão da prevalência dos preços ao longo do tempo.

Para eliminar os efeitos da inflação, comparamos preços reais (ou preços em moeda constante), em vez de preços nominais (ou preços em moeda corrente).

Os preços reais são calculados por meio de um índice agregado de preços, por exemplo, o Índice de Preços ao Consumidor (IPC), subtraindo-se os efeitos inflacionários ou, em outras palavras, deflacionando-se os preços nominais pelo uso de um deflator de preços.

No Brasil, o índice que mede oficialmente a variação de preços é o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA).



As transações reais de mercado pressupõem certas condições: todos os compradores podem comprar o que planejam, ao preço corrente e sob as contingências vigentes do mercado; e todos os vendedores podem vender o que planejam ao mesmo preço e sob as mesmas contingências.

Assim, o mercado estará em equilíbrio quando, ao preço estabelecido e sob as condições existentes, todos os compradores e vendedores podem realizar seus planos.

Caso alguns compradores não consigam comprar tudo o que queriam, ou se alguns vendedores não puderam vender tudo o que desejavam, o mercado está em desequilíbrio.

Nossa análise básica do mercado se baseia no pressuposto de que todas as transações realmente executadas constituem transações feitas em condições de equilíbrio, nas quais os planos de ambos os lados são realizados.

Indagamos, em especial, a que preço e quantidade os vendedores desejam vender se iguala exatamente ao que os compradores desejam comprar.

O equilíbrio de mercado diz respeito à comparação entre os desejos e atitudes de ofertantes e demandantes de bens e serviços nesse mercado específico, que conduzem a uma solução que satisfaça a ambas as partes no conjunto das negociações envolvidas na transação.

Em uma economia de mercado, a oferta e a demanda de bens e serviços se ajustam, determinando preços e quantidades que são, por um lado, vendidas e, ao mesmo tempo, adquiridas.

Então, os recursos escassos são eficientemente alocados para a satisfação das necessidades ilimitadas dos inúmeros agentes econômicos que atuam neste mercado.

Nesse particular estado de equilíbrio, os preços e quantidades nem sempre são efetivamente aqueles que se desejaria praticar, indicando o bem-estar econômico, ou seja, aquele estado de satisfação geral pelas transações efetuadas pelos agentes envolvidos no mercado.

Entretanto, é fato que tanto produtores como compradores se beneficiam ao participar do mercado, oferecendo e adquirindo produtos e insumos.

O ato de venda e compra se estende a um sem-número de operações, que, na média, possibilitam a realização de lucro ou satisfação para todos os envolvidos.

Em mercados competitivos, o equilíbrio de mercado repousa na quantidade e preços definidos pelas forças da oferta e da demanda de bens e serviços.

O gráfico a seguir estabelece o equilíbrio de mercado para um determinado bem:

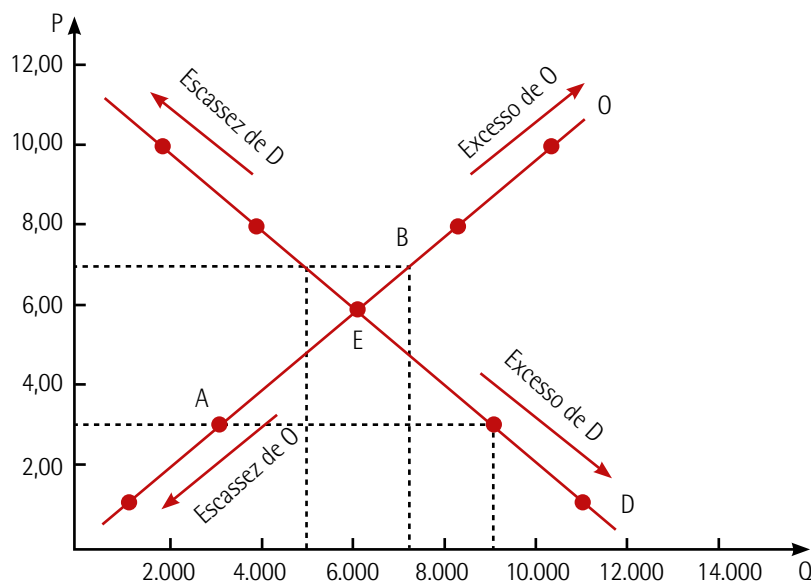


Figura 11 – Demonstração do equilíbrio de mercado

O equilíbrio neste exemplo ocorre quando o preço praticado no mercado for R\$ 6,00 e a quantidade transacionada for 6 mil. Isso é evidenciado pelo ponto E (equilíbrio), situado no cruzamento/intersecção das curvas de demanda (D) e oferta (O).

No caso do bem X, que usamos anteriormente como exemplo neste livro-texto, há a igualdade entre as intenções de compra (demanda) e de venda (oferta) quando o preço do mercado é igual a R\$ 150,00.

Apenas nesse preço ocorrerá uma transação de compra e venda no mercado, e a quantidade negociada (entendida como quantidade de equilíbrio) será de 15 unidades.

Em qualquer outra hipótese, não haverá coincidência de desejos e intenções entre compradores e vendedores, não se configurando uma real transação de compra e venda para o bem.

Se o preço praticado no mercado for superior ao de equilíbrio (R\$ 150,00), haverá um excesso de oferta (ou escassez de demanda) em relação à demanda.

Quando o preço for inferior ao de equilíbrio, teremos um excesso de demanda (e escassez de oferta) em relação à oferta para o bem ou serviço.

Tentativas de fixação (congelamento) de preços irão distorcer as condições determinadas livremente pelo mercado.



## Lembrete

A Lei da Oferta indica que as quantidades ofertadas de um bem (X) variam, diretamente, com o seu preço, permanecendo constantes os custos de produção.

### 3.4 As elasticidades da demanda e da oferta de bens e serviços

Vimos a importância de se conhecer aspectos associados com a demanda e a oferta para bens e serviços comercializados na economia.

As decisões dos agentes (das próprias empresas ou de uma região ou país) serão melhoradas quando se conseguir determinar as respectivas demandas e ofertas para os diferentes bens ou serviços.

Em adendo ao próprio conceito de demanda (ou de oferta), o de elasticidade permite a mensuração do impacto sobre as quantidades (demandadas e ofertadas) em relação a outros fatores que as afetam, destacando-se os preços dos bens e serviços.

É essencial analisar qual é a sensibilidade da quantidade demandada (ou da ofertada).



## Saiba mais

Em *Economia para Administradores*, Oliveira (2006) traz um bom detalhamento dos conceitos relacionados com as elasticidades de demanda e de oferta de bens e serviços.

Sandroni (1999, p. 206) conceitua elasticidade como a "relação entre as diferentes quantidades de oferta e procura de certas mercadorias, em função [razão] das alterações verificadas em seus respectivos preços".

Começemos examinando duas curvas de demanda – A e B:

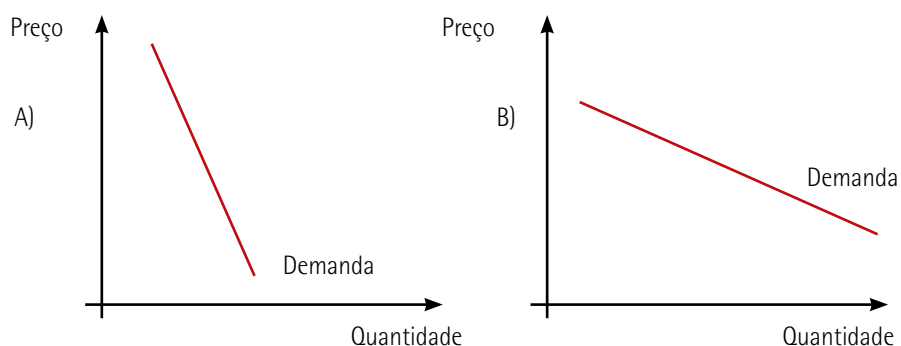


Figura 12 – Demandas elástica e inelástica

É fácil distinguir dois diferentes formatos nesses dois exemplos, independentemente de constatar, em ambos os casos, uma relação inversa entre preço e quantidade demandada. A diferença concentra-se na inclinação das curvas.

No caso da demanda, essa inclinação é afetada por outros fatores, além do preço do bem ou serviço, como as preferências do consumidor e a disponibilidade de outros bens – substitutos ou complementares.

As mudanças de preço no caso da curva A deste exemplo provocam variações em menor intensidade da quantidade demandada, conforme o preço do mercado. No caso da B, elas provocariam variações de outra intensidade, isto é, mais do que proporcionais na quantidade demandada.

Pretende-se, então, medir a intensidade da variação da quantidade (demandada ou ofertada) para estimar os reais efeitos de uma decisão econômica, seja aquela que é feita pelo próprio agente, seja feita pelo governante.

A economia oferece alternativas de medição da elasticidade com relação aos fatores que afetam a demanda ou a oferta de bens e serviços.

### 3.5 Elasticidade – preço da demanda

Entre os vários tipos de elasticidade, a associada com o preço do bem ou serviço é uma das mais importantes.

A maior (ou menor) magnitude da elasticidade-preço da demanda está vinculada, entre outros fatores, com:

- existência (disponibilidade) de bens substitutos próximos;
- caracterização do bem como sendo necessário (essencial) ou supérfluo;
- definição dos limites (tamanho) do mercado;
- horizonte de tempo para que se materialize a alteração de consumo.

A elasticidade-preço da demanda mede a sensibilidade da quantidade demandada em relação às variações do preço do bem ou serviço.

Estamos considerando o quanto, percentualmente, varia a quantidade demandada de um bem com relação à variação também percentual do seu preço, praticado no mercado.

Para calcular o índice que corresponde à elasticidade-preço da demanda, é preciso conhecer os preços e as quantidades iniciais e finais.

Em termos matemáticos, isso pode ser demonstrado pela expressão:

$$E_d = \frac{\Delta\%Q_d}{\Delta\%P}$$

Sendo:

$E_d$ : elasticidade\_preço\_demanda

$\Delta\%Q_d$ : variação\_percentual\_quantidade\_demandada

$\Delta\%P$ : variação\_percentual\_preço

No nosso exemplo, se o preço unitário do bem X aumentar de R\$ 50,00 para R\$ 100,00, a quantidade demandada diminuirá para 20 unidades. E se, eventualmente, o preço diminuir de R\$ 200,00 para R\$ 150,00, haverá expansão da quantidade demandada de dez para 15 unidades.

Agora voltemos ao exercício discutido anteriormente, em que consideramos os efeitos na quantidade demandada em relação ao preço do bem ou serviço de R\$ 50,00 para R\$ 100,00.

Neste caso, o preço teria dobrado (aumentou em 100%), enquanto a quantidade demandada diminuiu de 30 para 20 unidades (ou 33%), o valor da elasticidade ( $E_d$ ) será:

$$E_p = \frac{-33\%}{100\%}$$

$$E_p = -0,33$$

O cálculo da variação percentual do preço (vale também para o da quantidade demandada) é obtido pela divisão entre o que mudou de um ponto para outro – aumento ou diminuição – e o valor anterior.

O resultado obtido dessa divisão é multiplicado por 100 para que o resultado seja expresso em notação percentual.

Assim, a variação percentual do preço, subindo de R\$ 50,00 para R\$ 100,00, será:

$$\text{Variação percentual: } (R\$ 100,00 - R\$ 50,00)/R\$ 50,00 \times (100) = 100\%$$

Já a variação percentual da quantidade demandada, diminuindo de 30 para 20 unidades, será:

$$\text{Variação_percentual: } (20 - 30)/30 = -0,33(100):33\%$$

Há **diferentes** elasticidades **em cada um dos pontos** da curva de demanda.

A análise desse índice deve ser feita admitindo que:

- altas elasticidades significam alto grau de resposta à alteração do preço;
- baixas elasticidades indicam relativa insensibilidade às alterações de preços.

O resultado de  $E_d$  será sempre negativo, dado que há uma relação inversa entre preço e quantidade demandada.

Contudo, a análise deve considerar o resultado absoluto da divisão – módulo. Em Matemática, módulo é o valor do número sem sinal. Nesse contexto, 0,5 (o que é o mesmo que +0,5) é o mesmo que -0,5.

A representação do módulo de um número é feita precedida e seguida de barras verticais. Assim, o módulo de (-0,5) será representado por  $|-0,5|$ , que resulta em 0,5.

Agora analisemos outro exemplo.

Se a curva de demanda para um bem Y indicar um aumento do preço de R\$ 1,00 para R\$ 1,10 (10% em relação ao preço original), ocorrerá uma diminuição da quantidade demandada, 100 para 80 unidades (20% em relação à quantidade anterior). Então, a elasticidade-preço da demanda, nesse ponto da curva, será:

$$E_d = \frac{-20\%}{+10\%}$$

$$E_d = -2$$

Portanto, o cálculo do índice da elasticidade-preço da demanda de determinado bem, como foi mostrado nos exemplos anteriores, fará com que:

- $E_d$  seja igual a  $|1|$  ou
- $E_d$  seja menor do que  $|1|$  ou
- $E_d$  seja maior do que  $|1|$ .

Nos casos extremos,  $E_d$  será zero ou infinito.

A elasticidade costuma ser diferente conforme o ponto escolhido para o cálculo.

Há, também, a possibilidade de calcular a elasticidade para um intervalo entre dois pontos da curva de demanda.

A demanda será considerada elástica em relação a preço quando o aumento percentual da quantidade demandada for mais do que proporcional **à queda percentual dos preços**.

$E_d$  será maior do que  $|1|$ .

A demanda será inelástica em relação a preço quando a expansão percentual da quantidade demandada for menor do que a queda percentual dos preços. Visto de outra forma, ela será inelástica quando a diminuição percentual da quantidade demandada for menor do que a elevação percentual dos preços.

$E_d$  será menor do que  $|1|$ .

A demanda terá elasticidade unitária em relação a preço quando o aumento percentual da quantidade demandada se der na mesma proporção da variação dos preços.

$E_d$  será igual a  $|1|$ .

Não haverá elasticidade sempre que  $E_d$  for igual a 0 (zero).

E, finalmente, a demanda será considerada como completamente ou perfeitamente elástica quando a quantidade demandada mudar infinitamente com relação às mudanças de preços:  $E_d$  será igual a  $\infty$  (infinito).

Neste último caso, se a resposta da quantidade demandada for extremamente maior do que a queda percentual dos preços:  $E_d$  tende para o infinito.

Vejamos os gráficos que apresentam situações em que a demanda será elástica ou inelástica em relação do preço do respectivo bem:

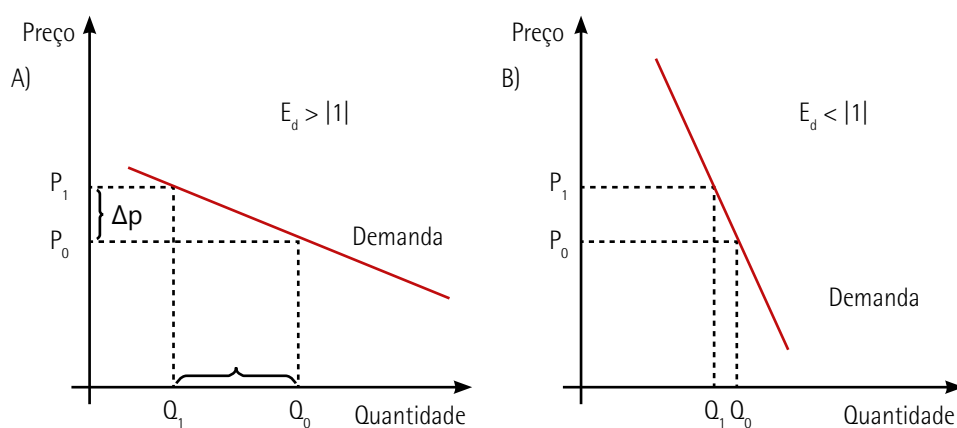


Figura 13 – Representações de demanda elástica (A) e inelástica (B) em relação ao preço do bem

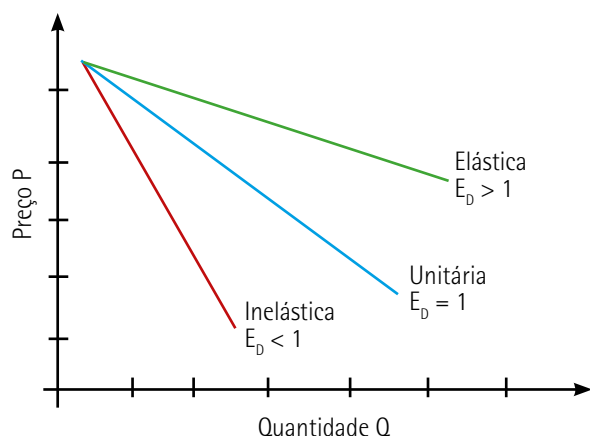


Figura 14 – Representações de elasticidades da demanda em relação ao preço do bem

Para verificar melhor os efeitos dos índices de elasticidades de bens ou serviços, destacamos o exemplo a seguir. Nele, procuramos mostrar o efeito na receita total (RT) de uma empresa, dependendo da sensibilidade (elasticidade) da demanda de seu produto (s).

A RT da firma é dada pela multiplicação do preço unitário (P) pela quantidade vendida (Q do produto):

$$RT = P \times Q$$

A situação inicial (instante 0) será:

$$RT_0 = P_0 \times Q_0$$

Posteriormente (instante 1), teremos:

$$RT_1 = P_1 \times Q_1$$

Se a demanda é elástica, uma diminuição no preço do produto ocasiona um aumento mais do que proporcional da quantidade vendida e, portanto, uma elevação da receita total da firma. Desse modo, aumentos no preço de venda do produto poderão provocar uma contração da receita da firma.

Se, porém, a demanda for inelástica em relação a preço e ocorrer uma diminuição do preço do produto, o aumento da quantidade demandada será proporcionalmente inferior à redução percentual praticada no preço, consequentemente, diminuindo a receita total da firma.

A demanda tende a ser mais elástica se:

- o bem for supérfluo;
- maior for o horizonte de tempo para a adequação da demanda;



- maior for a quantidade de bens substitutos próximos;
- mais restritos forem os limites do mercado em questão.

E, ao contrário, ela tende a ser menos elástica se:

- o bem for necessário;
- menor for o tempo para a adequação e para a adaptação da demanda;
- menor for a quantidade de bens substitutos próximos;
- menos restritos forem os limites do mercado em questão.

### 3.6 Elasticidade – preço cruzada da demanda

Há outras medições de elasticidade da demanda, por exemplo, a que mede a variação da quantidade demandada em relação ao preço não do próprio, mas de outro bem que lhe é complementar ou substituto.

Assim, a elasticidade cruzada da demanda, que denominaremos  $E_x$ , mede as variações percentuais de quantidade procurada de um bem **n** em relação às variações percentuais no preço de outro bem **k**:

Para bens complementares – automóvel e combustível –,  $E_x$  será negativo. Para bens substitutos – manteiga e margarina –,  $E_x$  será positivo.

Assim como no caso da medição da elasticidade-preço, se  $E_x$  for igual a zero, não haverá qualquer relação entre os bens, nem de substituição, nem de complementaridade.

A medição desse tipo de elasticidade nos permite determinar a intensidade e os efeitos da concorrência por meio dos produtos substitutos ou complementares, e, com isso, podermos elaborar estratégias de mercado mais refinadas para o crescimento da empresa ou do setor ou região.

### 3.7 Elasticidade – renda da demanda

Neste caso, procura-se conhecer as repercussões sobre a quantidade demandada em razão de uma variação na renda do consumidor.

Quando a quantidade demandada diminui por causa de um aumento na renda do consumidor, o indicador dessa elasticidade que denominaremos  $E_r$  será negativo.

Os bens normais ou bens superiores apresentam reação positiva a incrementos de renda do consumidor.

O valor de  $E_r$  pode, ainda, ser um indicador de um **subtipo** de bem normal. Se  $E_x$  for maior do que zero, porém menor do que 1, trata-se de um **bem essencial**.

Se  $E_r$  for maior do que um, é considerado **bem de luxo**.

Os bens inferiores têm sua quantidade demandada diminuída quando aumenta a renda do consumidor.

Se  $E_r$  for zero, o consumo do bem **n não dependerá do nível de rendimento do consumidor**.

Vasconcellos (2007, p. 419) comenta a respeito dos chamados bens de Giffen, acentuando tratar-se da única exceção à regra da relação direta da demanda, em relação à renda do consumidor, *coeteris paribus*. Neste caso, a relação é inversa, pois se refere a um bem de tipo inferior. O autor ainda menciona como exemplo desse tipo de bem o comportamento de uma sociedade inglesa no século XVIII, muito pobre e grande consumidora de batatas. Com uma expressiva queda de preços da batata, aumentou o poder aquisitivo dos consumidores, que, saciados pelo consumo, passaram a gastar com outros alimentos, e a curva de demanda de batatas passou a ser inclinada positivamente, e não negativamente.

Oliveira (2006, p. 216) comenta:

De forma geral, a elasticidade-renda da demanda é maior para os produtos manufaturados do que para os básicos, pois, em função [razão] da elevação da renda, é mais frequente a elevação da demanda por bens manufaturados – como eletrônicos, refrigerador, máquina de lavar, vídeo, computador – do que por alimentos, como arroz, feijão, açúcar etc., que já vinham, ao menos em parte, tendo suas necessidades atendidas.

Heilbroner (2008), ao analisar as causas que provocaram a Grande Depressão americana – uma grande paralisação decorrente da longa tendência de crescimento, que durou quase uma década, com início em 1929 – cita, dentre outros motivos, uma deterioração inexorável do poder aquisitivo na agricultura, agravada pela demanda inelástica de produtos agrícolas.

Esse comportamento da demanda também levou a Comissão Econômica para a América Latina (Cepal) a incentivar os países da região a se industrializarem, dado que haveria deterioração dos termos de troca dos que mantivessem a produção concentrada em bens primários, como as *commodities*.

O termo significa literalmente "mercadoria" em inglês. Nas relações comerciais internacionais, o termo designa um tipo particular de mercadoria em estado bruto ou produto primário de importância comercial, como é o caso do café, do chá, da lã, do algodão, da juta, do estanho, do cobre etc. (SANDRONI, 1999, p. 112).

### 3.8 Elasticidades da oferta

Tal como a demanda, a oferta pode apresentar diferentes possibilidades de elasticidade (maior, menor, unitária etc.) em relação aos fatores que a impactam, como os preços do respectivo bem ou serviço, os custos das matérias-primas etc.

Assim, a elasticidade-preço da oferta mede o aumento ou a diminuição percentual da quantidade ofertada devido a uma alteração do preço do respectivo bem ou serviço.

De forma semelhante à demanda, a elasticidade da oferta tem como fatores determinantes:

- limites (tamanho) do mercado de comercialização do bem ou serviço;
- intervalo de tempo para a adequação da produção;
- capacidade dos produtores de mudar a quantidade produzida de um determinado bem ou serviço.

A elasticidade-preço da oferta é calculada pela divisão da variação percentual da quantidade ofertada pela variação percentual do preço em determinado ponto (ou intervalo) da curva de oferta do respectivo bem ou serviço:

$$E_o = \frac{\Delta\%(quantidade\ ofertada)}{\Delta\%(preço)}$$

De forma análoga à demanda, podemos constatar casos de curvas de oferta com:

- perfeita elasticidade;
- elástica;
- inelástica;
- elasticidade unitária.

O exemplo a seguir aponta para uma oferta elástica.

Se o preço de um bem for alterado de R\$ 4,00 para R\$ 5,00 (aumento de 25%), enquanto a quantidade ofertada se alterar de 100 para 200 unidades (100%), estaremos diante de uma situação de oferta elástica.

Contudo, se houver essa mesma mudança de preço (de R\$ 4,00 para R\$ 5,00), mas que ocasione um aumento da quantidade ofertada, por exemplo, de 100 para 110 unidades (10%), haverá a oferta inelástica.

### 3.9 Outras aplicações do conceito de elasticidade

Além do que foi visto no que tange ao dimensionamento das mudanças da demanda e da oferta em relação a fatores que as impactam, esse conceito pode ser adotado em outros tipos de estudos, por exemplo:

- efeitos das mudanças da taxa de câmbio sobre as exportações e importações do país;

- efeitos das mudanças da taxa de juros sobre os níveis de poupança e de investimento da sociedade.

### 3.10 Medidas de elasticidade de alguns produtos

A tabela a seguir apresenta dados de elasticidades-preços da demanda de alguns produtos (alimentos) nas negociações no varejo, comparando Brasil e Estados Unidos da América:

**Tabela 8 – Comparações de graus de elasticidade de produtos agropecuários**

Produto	Magnitude da elasticidade-preço da demanda (em módulo)	
	No Brasil	Nos Estados Unidos da América
Açúcar	0,13	0,24
Arroz	0,10	(*)
Banana	0,49	(*)
Batata inglesa	0,15	0,25
Café em pó	0,12	0,21
Café solúvel	0,85	1,10
Carne bovina	0,94	0,77
Carne de frango	0,96	0,80
Carne suína	0,70	0,60
Farinha de trigo	0,35	0,15
Feijão	0,16	(*)
Frutas	0,50	0,45
Laranja	(*)	0,66
Leite	0,14	0,34
Manteiga	(*)	0,66
Margarina	(*)	0,84
Ovos	1,20	0,30
Pão	(*)	0,15
Queijo	(*)	0,55
Tomate	1,20	(*)
Produtos agrícolas em geral	(*)	0,42
Carnes em geral	(*)	0,60
Alimentos em geral	0,50	0,12
Não alimentos	(*)	1,02

Adaptado de: Mendes; Padilha Junior (2007, p. 73).

## 4 AS ESTRUTURAS DE MERCADOS

### 4.1 Que papel os mercados desempenham na economia?

A interação dos agentes econômicos dá-se nos mercados da economia, seja pelos compradores, seja pelos vendedores de bens e serviços. É por isso que a adequada participação no sistema econômico demanda o conhecimento das estruturas de mercado vigentes.

O objetivo é utilizar os conhecimentos, por exemplo, nas decisões dos agentes econômicos – nos processos de formação de preços dos bens e serviços.

Encontramos várias estruturas de mercados, inclusive aquela em que um grande número de empresas oferece produtos idênticos (e a concorrência entre os ofertantes é considerada perfeita).

Entretanto, há situações em que um produto único, sem substitutos, domina o mercado, o que caracteriza um monopólio.

São diversos os fatores que dimensionam essas estruturas de mercado destacando-se os seguintes aspectos:

- Quantidade de empresas vendedoras.
- Dimensão dessas organizações – seu poder de compra e de negociação.
- Grau de interdependência entre elas.
- Similaridades ou diferenças entre os produtos das instituições que participam do mercado.
- Natureza e a quantidade de consumidores (empresas e famílias).
- Informações dos consumidores e dos vendedores sobre os demais produtos transacionados nesse mercado, em termos, por exemplo, de preços e condições comerciais.
- Grau de habilidade que as organizações individuais dispõem para influenciar a procura no mercado como um todo, pelas mais diversas formas, como a promoção do produto, aspectos qualificativos, facilidades de comercialização etc.
- Facilidade com que as firmas entram e saem da indústria (setor – ou ramo de produção).

Comumente, as estruturas dos mercados mesclam elementos de monopólio, concorrência perfeita e concorrência monopolística, dependendo de suas forças relativas.

### 4.2 Os grandes mercados da economia

Quando falamos em mercado, estamos tratando do **local** onde se dá a interação entre os agentes para a realização de transações como as de compra e venda de produtos.

O local, aqui indicado, não se refere sempre a um espaço, lugar físico, pois grandes mercados se situam de modo virtual.

O primeiro caso identifica os mercados nos quais ocorrem as transações diretas com produtos.

Neste caso, podemos considerar os mercados:

- De bens e serviços: as famílias demandam e as empresas oferecem os bens e serviços necessários à satisfação das necessidades humanas.
- De fatores de produção: as famílias oferecem e as empresas demandam os recursos (fatores de produção, como capital, terra e trabalho) necessários à produção dos bens e serviços que serão transacionados na economia.



Figura 15 – Central de distribuição de alimentos

Podemos classificar os mercados financeiros em:

- **Mercados monetários:** trocas de curto e curtíssimo prazo, visando oferecer liquidez aos agentes econômicos. O grande indicador para esses mercados é a taxa de juros.



#### Observação

Liquidez é um termo muito usado em finanças e contabilidade. Reflete a capacidade de determinado ativo, bem ou direito de uma entidade, pública ou privada, de ser convertido em dinheiro.

- **Mercados de crédito:** fornecem recursos para o consumo ou o investimento dos agentes econômicos.
- **Mercados de capitais:** permitem as trocas entre dinheiro e títulos financeiros.
- **Mercados de câmbio:** possibilitam, através das variações da taxa de câmbio, as trocas entre a moeda nacional e externas (como o dólar norte-americano).

É possível, também, classificar os mercados em locais, regionais ou mundiais.

No primeiro caso, pode ser destacado o mercado imobiliário, de transações de bens imóveis. As negociações envolvendo as trocas de moedas de diferentes países, entre os agentes econômicos, são exemplo de mercado mundial, havendo grande influência de bolsas internacionais. As transações entre as moedas são determinadas pelas variações na taxa de câmbio entre elas, que vigora em cada mercado.

No Brasil, compra-se moeda estrangeira com base no seu custo em reais.

### 4.3 Mercados em concorrência perfeita

Considera a teoria que estuda os livres mercados (capitalistas) que a economia será mais eficiente quanto maior for o nível de concorrência entre os agentes econômicos, sejam eles consumidores, sejam produtores.

O modelo denominado concorrência perfeita é caracterizado por uma grande quantidade de participantes – tanto ofertantes quanto demandantes de bens e serviços.

Nessa estrutura, que é considerada a ideal para o funcionamento de uma economia, nenhum dos agentes é capaz, isoladamente, de influenciar o preço e a quantidade de produtos que serão transacionados no mercado.

A concorrência perfeita supõe o pleno funcionamento do mecanismo de preço como orientador da quantidade a ser oferecida e, igualmente, que será adquirida pelos consumidores.

Os mercados em concorrência perfeita são caracterizados por:

- Existência de uma grande quantidade de agentes vendedores e compradores interagindo nos movimentos de venda e compra de bens e serviços.
- Homogeneidade dos produtos. Supõe que **não existem** significativas diferenças entre os produtos oferecidos. Os compradores podem, assim, adquirir o produto de qualquer ofertante.
- Transparência das informações de mercado. Tanto os vendedores como os compradores têm **amplo acesso a todas as informações** do mercado, tanto no que se refere a preços como à quantidade e qualidade. Também os aspectos referentes a custos e lucros dos concorrentes

são conhecidos, o que faz com que não haja interesse por venda a preço abaixo daquele vigente no mercado.

- Os agentes econômicos são **tomadores de preço**. Vendedores e compradores se sujeitarão ao preço de mercado, **não** usufruindo de incentivos para reduzi-lo – posição compradora – ou aumentá-lo – posição vendedora.
- Inexistem direitos de propriedade ou patentes, por exemplo, que, muitas vezes, impedem a entrada de novos ofertantes.
- Não existem barreiras legais resultantes da ação governamental, como a exigência de determinadas condições para o estabelecimento de empresas em diversos mercados.
- Os empresários sempre procuram maximizar seus lucros e os consumidores a sua satisfação ou utilidade, agindo racionalmente.

Todas as hipóteses aqui apresentadas são válidas também para o mercado de fatores de produção sob a forma de concorrência perfeita.

Sandroni (1999, p. 118) define concorrência como:

Também chamada **livre-concorrência**. Situação do regime de iniciativa privada em que as empresas competem entre si, sem que nenhuma delas goze da supremacia em virtude de privilégios jurídicos, força econômica ou posse exclusiva de certos recursos. Nessas condições, os preços de mercado formam-se perfeitamente segundo a correção entre oferta e procura, sem interferência predominante de compradores ou vendedores isolados. Os capitais podem, então, circular livremente entre os vários ramos e setores, transferindo-se dos menos rentáveis para os mais rentáveis em cada conjuntura econômica. Nesse caso, o mercado é concorrencial em alto grau. De acordo com a doutrina liberal, propugnada por Adam Smith e pelos economistas neoclássicos, a livre-concorrência entre capitalistas constitui a situação ideal para a distribuição mais eficaz dos bens entre as empresas e os consumidores. Com o surgimento de monopólios e oligopólios, a livre-concorrência desaparece, substituída pela concorrência controlada e imperfeita.

### 4.4 Mercados monopolistas

Nesse tipo de estrutura, há uma única grande empresa atuando como fornecedora do bem.

Usualmente, o mercado consumidor é constituído por agentes de menor porte. Constitui o extremo oposto da concorrência perfeita.



O bem ou serviço oferecido não conta com um substituto próximo, ou seja, inexistente concorrente no mercado em questão.

A inexistência de produtos substitutos próximos ocorre porque o produto comercializado é complexo ou muito caro para ser produzido ou, ainda, pela existência de barreiras à livre entrada de novos participantes no mercado.

Assim, o monopolista exerce grande influência na determinação do preço a ser cobrado do comprador.

Há barreiras legais ou estratégicas que impedem a participação de outras empresas, concorrentes, no mercado.

Entre outros aspectos, é importante considerar que o monopolista:

- tem condições privilegiadas de acesso a determinada matéria-prima;
- detém patente industrial sobre o produto e/ou processo de fabricação;
- possui direitos autorais, sem possibilidade de acesso imediato por um competidor.

As condições de atuação do monopolista impedem a entrada de novos *players* em razão dos seguintes aspectos:

- Existência de economias de escala, possibilitando a obtenção de maior quantidade produzida por recurso de produção utilizado.
  - A obtenção de economias (rendimentos positivos) de escala se efetiva porque o ofertante pode aumentar a produção e, ainda assim, reduzir seus custos.
  - Geralmente, as empresas que atuam em condições monopolistas apresentam elevados custos fixos de produção – que não aumentam em virtude do crescimento da quantidade oferecida, como ocorre com os aluguéis, cujos valores normalmente são independentes da quantidade produzida.
  - Os custos variáveis, por outro lado, aumentam com base na quantidade produzida e/ou comercializada, como é o caso da matéria-prima que compõe o produto oferecido. Os custos variáveis são relativamente baixos.
  - Os custos fixos, portanto, são distribuídos por uma quantidade cada vez maior de unidades oferecidas na medida em que a produção aumenta.
- Controle sobre a matéria-prima.
- Direitos autorais e patentes de produção, muitas vezes pelo privilégio de obtenção de uma carta-patente, que impede o acesso de outros fabricantes à tecnologia de produto ou de processo.

- Desenvolvimento de barreiras estratégicas: decorrem da ação das empresas já instaladas com o intuito de evitar a entrada de concorrentes no mercado, destacando-se:
  - Fixação de um preço limite: a organização existente pode adotar políticas de preços, baixando-o e obrigando as potenciais entrantes a enfrentar prejuízos se decidirem entrar no mercado.
  - Capacidade de diferenciação (proliferação de marcas).
  - Controle de *inputs* e *outlets*: a empresa presente no mercado controla o acesso aos fatores produtivos e aos postos de vendas, dificultando a entrada de outras entidades no canal de distribuição.
  - Publicidade: o monopolista procura conquistar a fidelização dos consumidores.

Finalmente, cabem algumas considerações sobre o que se entende por **monopólios naturais**.

Isso acontece, como já vimos, pelo alto custo inicial necessário para o fornecimento dos produtos ou serviços, como ocorre, por exemplo, com as companhias ferroviárias, de energia elétrica ou telefonia.

Consumado o investimento, os custos para oferecimento dos serviços serão decrescentes para o atendimento a uma extensa quantidade de consumidores e usuários.

O fato de serem monopolistas, porém, não propicia a esses agentes condições de requerer o preço que desejarem para a comercialização desses produtos pelas seguintes razões: controle e regulamentações governamentais e limitações impostas pela demanda dos consumidores.

O governo procura controlar os agentes monopolistas de forma a aumentar a competição no mercado, como acontece com a atuação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade), no Brasil.

São estabelecidos **limites** para a liberdade de atuação nos mercados, com a intervenção do Estado nos casos de concentração que determinem excesso de poder econômico.

As empresas são vigiadas com o intuito de incentivar a concorrência e não podem, por exemplo, firmar **acordos ilícitos** para aumento dos preços dos produtos.

O Cade preocupa-se com o bom funcionamento do sistema competitivo dos mercados para garantir não somente preços mais baixos, mas também produtos de maior qualidade, diversificação e inovação. É uma autarquia federal vinculada ao Ministério da Justiça, com sede e foro no Distrito Federal, que exerce, em todo o território nacional, as atribuições conferidas pela Lei nº 12.529/2011.

Podem ser distinguidas as seguintes funções do Cade:

- **Preventiva:** analisar e posteriormente decidir sobre as fusões, aquisições de controle, incorporações e outros atos de concentração econômica entre grandes empresas que possam colocar em risco a livre concorrência.
- **Repressiva:** investigar, em todo o território nacional, e posteriormente julgar cartéis e outras condutas nocivas à livre concorrência.
- **Atribuição educacional ou de advocacia da concorrência:** instruir o público em geral sobre as diversas condutas que possam prejudicar a livre concorrência; incentivar e estimular estudos e pesquisas acadêmicas sobre o tema, firmando parcerias com universidades, institutos de pesquisa, associações e órgãos do governo.

Ainda é preciso considerar a atuação das **agências reguladoras**, a quem cabe o controle dos mercados, de forma a evitar práticas inadequadas de preços ou de quaisquer ações que prejudiquem a sociedade.

As agências reguladoras são órgãos governamentais que exercem o papel de fiscalização, regulamentação e controle de produtos e serviços de interesse público, tais como telecomunicações, energia elétrica, serviços de planos de saúde, entre outros.

Elas são criadas por leis. Entre suas principais obrigações, destacam-se:

- o levantamento de dados sobre o mercado de atuação;
- a elaboração de normas disciplinadoras para o setor regulado;
- a fiscalização dessas normas.

Giambiagi (2015, p. 400) menciona:

Com a privatização, o Estado não desaparece; ele apenas muda de figura, deixando de cumprir o papel de produtor do serviço e passando a assumir as responsabilidades de regulador, ou seja, de fiscal do serviço, através da ação das agências reguladoras.

A atuação das agências reguladoras deve ser fortalecida, tendo em vista o atendimento dos seguintes objetivos:

- defesa de direitos do consumidor;

- adequada gestão de contratos de concessão de serviços públicos delegados; e
- incentivo à concorrência, minimizando os efeitos dos monopólios naturais e desenvolvendo mecanismos de suporte à concorrência.

No Brasil acentuam-se as seguintes agências reguladoras e suas atribuições: Aneel (energia elétrica), ANP (petróleo), ANA (água), Anatel (telecomunicações).

### 4.5 O oligopólio

A característica fundamental que se observa nos atuais mercados é a prática da concorrência imperfeita, isto é, com as estruturas de concorrência monopolística, que veremos a seguir, e o oligopólio.

Os oligopólios são representados por um pequeno número de empresas vendedoras em um mercado que conta com um grande número de compradores, oferecendo produtos diferentes (oligopólio diferenciado) ou idênticos (oligopólio puro).

Muitos consideram que o que se produz no mercado oligopolista é utilizado para o controle do setor com base em um pequeno número de instituições, podendo gerar abusos em termos de práticas de preços, por exemplo.

Há um tipo de concorrência nos oligopólios, mas com preços mais altos.

Existe, pois, colaboração mútua, mas voltada à manutenção do poder e eliminação da livre concorrência.

A concorrência entre os oligopolistas dá-se por meio da qualidade, *design* do produto ou, ainda, propaganda e prestação de serviços ao cliente.



#### Observação

A Teoria dos Jogos ajuda a explicar e/ou orientar o funcionamento do oligopólio.

Objetiva analisar problemas em que há interação entre os agentes. Assim, as decisões individuais, de firma ou de governo afetam e são afetadas pelas decisões dos demais agentes.

Vasconcellos (2007, p. 171) comenta:

Uma série de situações estudadas em economia pode ser analisada ou “modelada” como um verdadeiro jogo, tal como o xadrez, o futebol, o pôquer etc. São situações em que os agentes econômicos, interagindo uns com os outros, têm que escolher entre diferentes estratégias, dentro de

regras estabelecidas (sistema jurídico, contratos, regulação pública etc.)[,] visando a um resultado desejado. Como exemplo podemos citar o caso de uma empresa que deseja lançar um novo produto no mercado. Na decisão de qual estratégia adotar – lançar ou não o novo produto –[,] a empresa deve levar em conta também as estratégias dos concorrentes. Isso porque o lucro com o lançamento do novo produto, ou os resultados do jogo, pode ser alterado de acordo com a resposta dos concorrentes, que também podem lançar um novo produto similar. Outro exemplo pode ser encontrado nas denominadas guerras comerciais entre os países. Determinado país, digamos o país A, pode decidir pela estratégia de elevar as alíquotas de importação de determinado produto proveniente do [...] B com vista em, por exemplo, melhorar seu desempenho na balança comercial. Essa estratégia pode ser seguida pelo país B. Este pode retaliar a estratégia do país A, também elevando as alíquotas de importação provenientes deste país, impedindo a esperada melhoria na balança comercial. Essas e outras situações que envolvem problemas econômicos ou mesmo de outras áreas das ciência[s] sociais podem ser adequadamente analisadas pela Teoria dos Jogos.



### Observação

São vários os modelos estudados pela Teoria dos Jogos. Um dos conceitos fundamentais da Teoria é o de Equilíbrio de Nash, que caracteriza uma situação estratégica em que a decisão tomada por um jogador é a melhor resposta frente à decisão tomada pelos demais, e isto é válido para todos os agentes.

O combate aos processos oligopolistas iniciou-se no fim do século XIX e início do XX, a partir da constituição de grandes conglomerados industriais e financeiros.

Os oligopólios podem constituir:

- **Cartéis:** composto de empresas que se organizam (formal ou informalmente) e exploram um produto (como é o caso do petróleo), diminuindo e/ou eliminando a concorrência no mercado, fixando uma política para todo o setor em termos de cotas e quantidades.

A Organização dos Países Exportadores de Petróleo (Opep), criada na década de 1960, é uma organização intergovernamental de cunho permanente para administrar – de modo centralizado – a política de produção e exportação dos países-membros (Irã, Iraque, Kuwait, Arábia Saudita, Venezuela etc.). Controla os volumes de produção dos países-membros visando obter melhores preços da *commodity* nos mercados mundiais. Desenvolve estratégias geopolíticas na produção e exportação do petróleo.

- **Truste horizontal:** formado por empresas do mesmo segmento econômico (como as produtoras de leite).
- **Truste vertical:** controle de uma cadeia de produção, por exemplo, da plantação de cana-de-açúcar até a produção industrial do açúcar e do álcool.
- **Conglomerados:** instituição que atua em vários ramos de produção, como a fabricação de automóveis, televisores etc.
- **Holdings:** é o caso de empresas que controlam outras, com base na posse da maioria das ações.

Essa estrutura está relacionada com a interdependência econômica, afetando as decisões sobre preços e quantidades. A decisão de um vendedor influi no comportamento econômico de outros.

### 4.6 Concorrência monopolística

Nesse tipo de estrutura de mercado, verifica-se a presença de muitas empresas (em grande número, porém ainda assim menor do que na concorrência perfeita) oferecendo produtos diferenciados, mas substitutos próximos entre si, definindo especificidades nos produtos, como roupas, restaurantes, pastas de dentes e refrigerantes com marcas específicas que as identificam perante os consumidores.

O produtor de determinada marca usufrui vantagens características de um monopolista, oferecendo seu produto a um preço que lhe convém e maximizando seus lucros.

Nesses mercados, diferentemente do que ocorre com os monopólios e os oligopólios, há livre entrada de agentes (participantes) no mercado.

A concorrência monopolística é, na verdade, uma estrutura intermediária entre a concorrência perfeita e o monopólio.

Os participantes dessa estrutura usam amplamente a propaganda e a publicidade para controlar a preferência e a fidelidade dos consumidores através do apoio às suas marcas. Cada empresa procura controlar pequenas parcelas do mercado.

### 4.7 Mercados com forte concorrência pelo lado do consumidor

Há situações monopolistas e oligopolistas entre o conjunto de consumidores (compradores) dos vários produtos disponíveis na economia. Respectivamente, são as estruturas conhecidas como **monopsônio** e **oligopsônio**.

Assim, com muitos vendedores e uma só empresa compradora, teremos o monopsônio.

No oligopsônio há uma situação parecida (mas inversa) à do oligopólio. Neste caso, poucos compradores interagem no mercado com um grande número de vendedores.

O poder de monopólio está estreitamente relacionado com o tipo de elasticidade da oferta do mercado. Quanto maior for a elasticidade da oferta, maior será o poder do comprador.

### 4.8 A matriz de Stackelberg

Trata-se de um modelo simplificado que classifica as estruturas de mercado com base no número de agentes envolvidos em cada um dos dois lados – o da procura e o da oferta.

Prevê, tanto do lado da oferta como da procura, três situações possíveis:

- apenas um agente econômico;
- uma pequena quantidade de agentes; e
- uma grande quantidade de agentes econômicos.

A combinação dessas três situações conduz à construção de uma matriz de nove diferentes estruturas possíveis, conforme demonstrado na figura a seguir:

Consumidores	Um único vendedor	Pequena quantidade de vendedores	Grande quantidade de vendedores
Grande quantidade de consumidores	Monopólio	Oligopólio	Concorrência perfeita
Pequena quantidade de consumidores	Quase-monopólio	Oligopólio bilateral	Oligopsônio
Um único consumidor	Monopólio bilateral	Quase-monopsônio	Monopsônio

Figura 16 – Estruturas de mercado, segundo Stackelberg

O gráfico cartesiano foi adotado com três faixas verticais e três horizontais, identificando os portes, respectivamente, de vendedores e consumidores, sempre considerando:

- apenas um participante;
- pequena quantidade de participantes;
- grande quantidade de participantes.

Na parte superior esquerda da matriz, está situada a estrutura de monopólio, caracterizada pela interação entre um grande número de consumidores e um único vendedor.

Ela é oposta à concorrência perfeita, marcada por um grande número, tanto de vendedores quanto de compradores.

A matriz também ressalta o monopsônio e o oligopsônio, que focam a preocupação com a concorrência entre os consumidores de bens e serviços.

Notam-se, ainda, outras estruturas que combinam diferentes condições de participação entre os agentes vendedores e compradores, como:

- quase-monopólio;
- monopólio bilateral;
- quase-monopsônio;
- oligopólio bilateral.

Vasconcellos (2007, p. 427) define esse tipo de estrutura de mercado como:

é a forma de mercado em que um monopsonista, na compra de um insumo, defronta-se com um monopolista na venda desse insumo. Por exemplo, uma única fábrica, em uma cidade do interior (monopsonista)[,] que se defronta com um único sindicato de trabalhadores (monopolista na venda).



### Observação

Stackelberg foi um dos grandes estudiosos das estruturas de concorrência imperfeita dos mercados capitalistas, notadamente dos oligopólios.



O quadro a seguir sintetiza e exemplifica casos das estruturas de mercado.

**Quadro 2**

Estrutura	Objetivo da empresa	Número de firmas	Tipo de produto	Acesso de novas empresas ao mercado	Lucros a longo prazo	Exemplos (aproximados)
Concorrência perfeita	Maximização de lucros <sup>(1)</sup>	Infinitas	Homogêneo	Não existem barreiras	Lucros normais	Hortifrúti-granjeiros
Monopólio	Maximização de lucros <sup>(1)</sup>	Uma	Único	Barreiras	Lucros extraordinários	Palhas de aço (Bom-bril)
Concorrência monopolística	Maximização de lucros <sup>(1)</sup>	Muitas	Diferenciado <sup>(3)</sup>	Não existem barreiras	Lucros normais	Médicos dentistas
Oligopólio Modelo clássico	Maximização de lucros <sup>(1)</sup>	Oligopólio concentrado: poucas empresas	Homogêneo ou diferenciado <sup>(3)</sup>	Barreiras <sup>(4)</sup>	Lucros extraordinários	Homogêneo: alumínio (CBA, Alcan, Alcoa)
Modelo de mark-up	Maximização mark-up <sup>(2)</sup>	Oligopólio competitivo: poucas dominam o setor				Diferenciado: automóveis

1. Maximização de lucro:  $RMg = CMg$

2. *Mark-up* = receita de vendas - custos diretos

3. Diferenciação devido a:

- características físicas (potência, composição química);
- promoção de vendas (propagandas, atendimentos, brindes);
- embalagem;
- manutenção.

4. Barreiras à entrada:

- monopólio/oligopólio puro ou natural, devido à grande escala de produção;
- reserva de patentes;
- controle de matérias-primas básicas;
- tradição.

Fonte: Vasconcellos (2007. p. 79).



## Resumo

Nesta unidade abordamos as questões relacionadas com a formação de preços e a atuação nos mercados pelos agentes econômicos, sejam consumidores, sejam produtores de bens e serviços.

Estudamos as leis da demanda e da oferta de bens e serviços.

A demanda representa a intenção de compra pelos consumidores, variando em razão dos preços das mercadorias e serviços, da renda disponível pelos compradores, dos preços cobrados por bens complementares e substitutos etc.

Vimos que uma variável que exerce importância fundamental na formação da demanda é o próprio preço do respectivo bem ou serviço.

Foi possível observar que há uma relação contrária (inversa) entre as quantidades demandadas e os preços vigentes para os bens e serviços.

Também tratamos da oferta, que revela os interesses dos produtores pela transação com seus produtos e serviços. Novamente, foi possível aquilatar que há um grande número de fatores que influenciam a oferta.

No caso da oferta, acentuou-se que a relação é direta entre as quantidades que os produtores desejam oferecer e os preços praticados para os respectivos bens ou serviços.

Destacamos que demanda constitui intenção de compra, e não a aquisição do bem ou produto, do mesmo modo que oferta é o desejo de venda.

As transações efetivas no mercado dependem da satisfação tanto da demanda quanto da oferta de bens e serviços. Contudo, o conhecimento das condições de demanda e de oferta dos bens e serviços propicia a formação de expectativas e a tomada de decisões para a atuação dos agentes econômicos no respectivo mercado.

Tão vital como esse conhecimento, nossas decisões serão mais elaboradas se conseguirmos identificar a intensidade/sensibilidade (que os economistas consideram elasticidade) tanto da demanda quanto da oferta de determinado bem ou serviço.

Relatamos a intensidade das forças de oferta e de demanda sobre os preços e as quantidades dos diferentes bens e serviços. Discutimos, ainda, a importância, a variação e os tipos de estruturas de mercados para diferentes bens ou serviços.

É notório que a concorrência é um fator essencial para o adequado funcionamento dos mercados.

As próprias definições e estudos dos economistas levam a leis, que funcionam de forma mais ou menos abrangentes, considerando mercados estruturados com maior ou menor nível de concorrência entre os agentes econômicos, sejam eles consumidores, sejam produtores.

Estudamos, por fim, mercados constituídos sob diferentes tipos de estruturas, tanto pelo lado dos consumidores quanto dos vendedores, como: concorrência perfeita, monopólio, oligopólio, concorrência monopolística, monopsonio e oligopsonio.



## Exercícios

**Questão 1.** (ANALISTA PGE-ECONOMISTA 2016) De acordo com a lei da demanda,

- A) Existe uma relação positiva entre quantidade, demanda e preço.
- B) Quando o preço sobe, a demanda irá se deslocar para a esquerda.
- C) Existe uma relação negativa entre quantidade demandada e preço.
- D) Quando o preço sobe a demanda irá se deslocar para a direita.
- E) Quando o preço sobe, os consumidores irão deslocar suas compras para bens complementares.

Resposta correta: alternativa C.

### Análise das alternativas

A) Alternativa incorreta.

Justificativa: existe uma relação positiva entre a quantidade ofertada e o preço.

B) Alternativa incorreta.

Justificativa: quando ocorre uma mudança no preço, temos uma mudança na quantidade demandada por um bem, não de sua demanda.

C) Alternativa correta.

Justificativa: sempre quando temos uma mudança no preço do bem sua quantidade demandada responde num sentido inverso: sobe o preço, logo a quantidade demandada cai, sendo o inverso verdadeiro.

D) Alternativa incorreta.

Justificativa: as mudanças no preço de um bem têm impactos na sua quantidade demandada, logo, sem mudanças na demanda.

E) Alternativa incorreta.

Justificativa: no caso de bens complementares, uma elevação no preço de um dos bens levará à diminuição das compras dos dois bens complementares.

