

Competências Transferíveis

Módulo Economia

2023/2024 – 1º Semestre

Docente: Margarita Robaina (mrobaina@ua.pt)

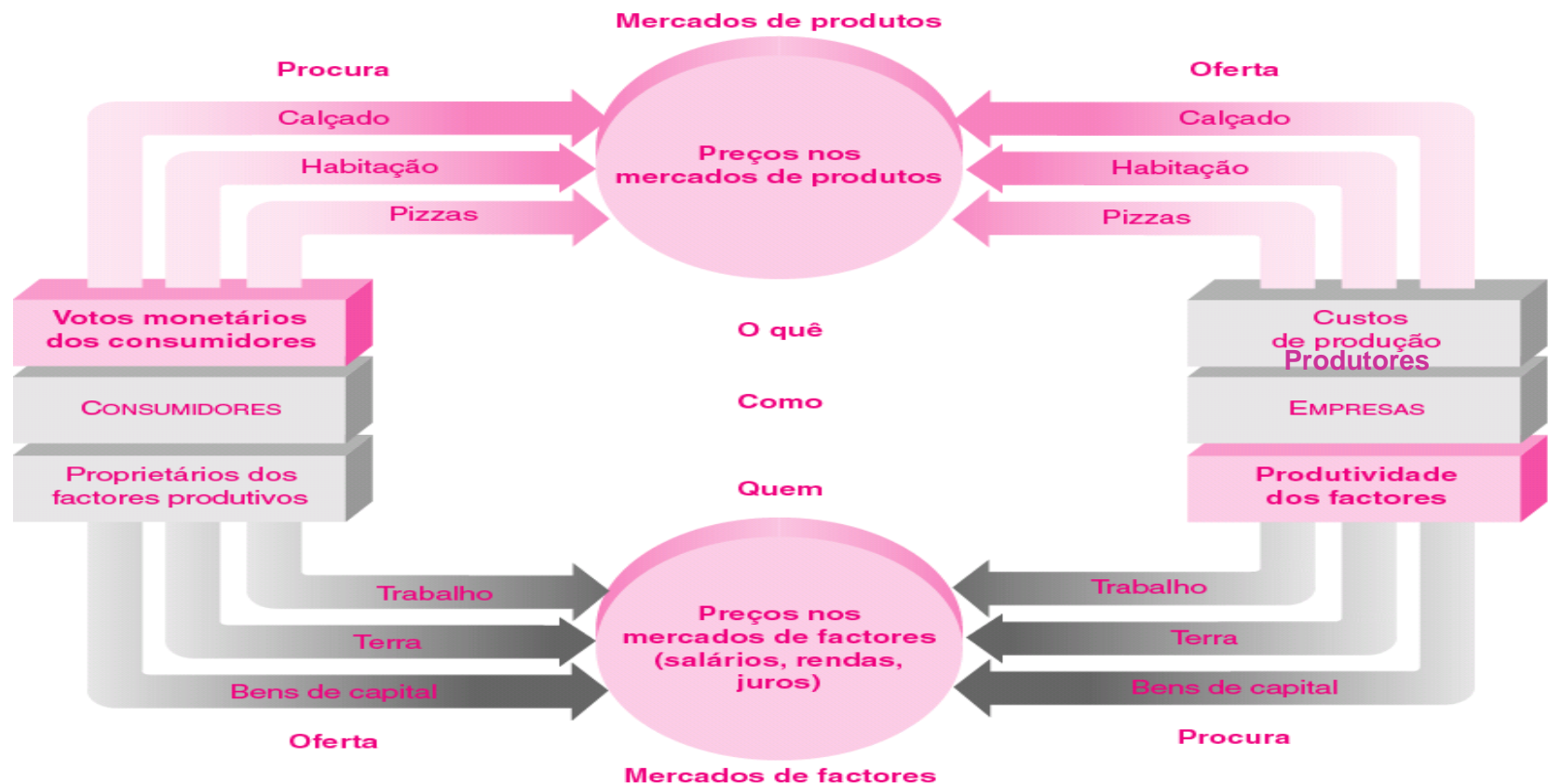
Aula 4

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



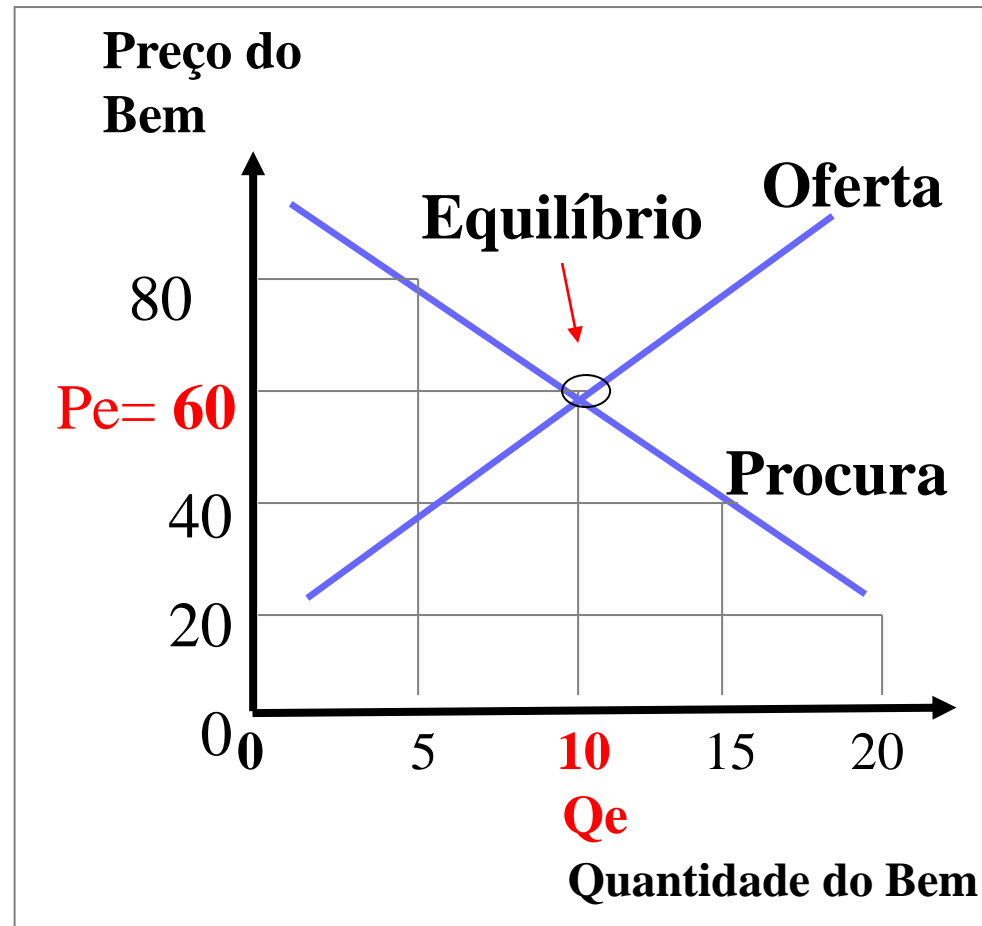
Mercado é o mecanismo pelo qual interagem produtores e compradores para determinarem o preços e as quantidades a comprar e a vender de bens e serviços.

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

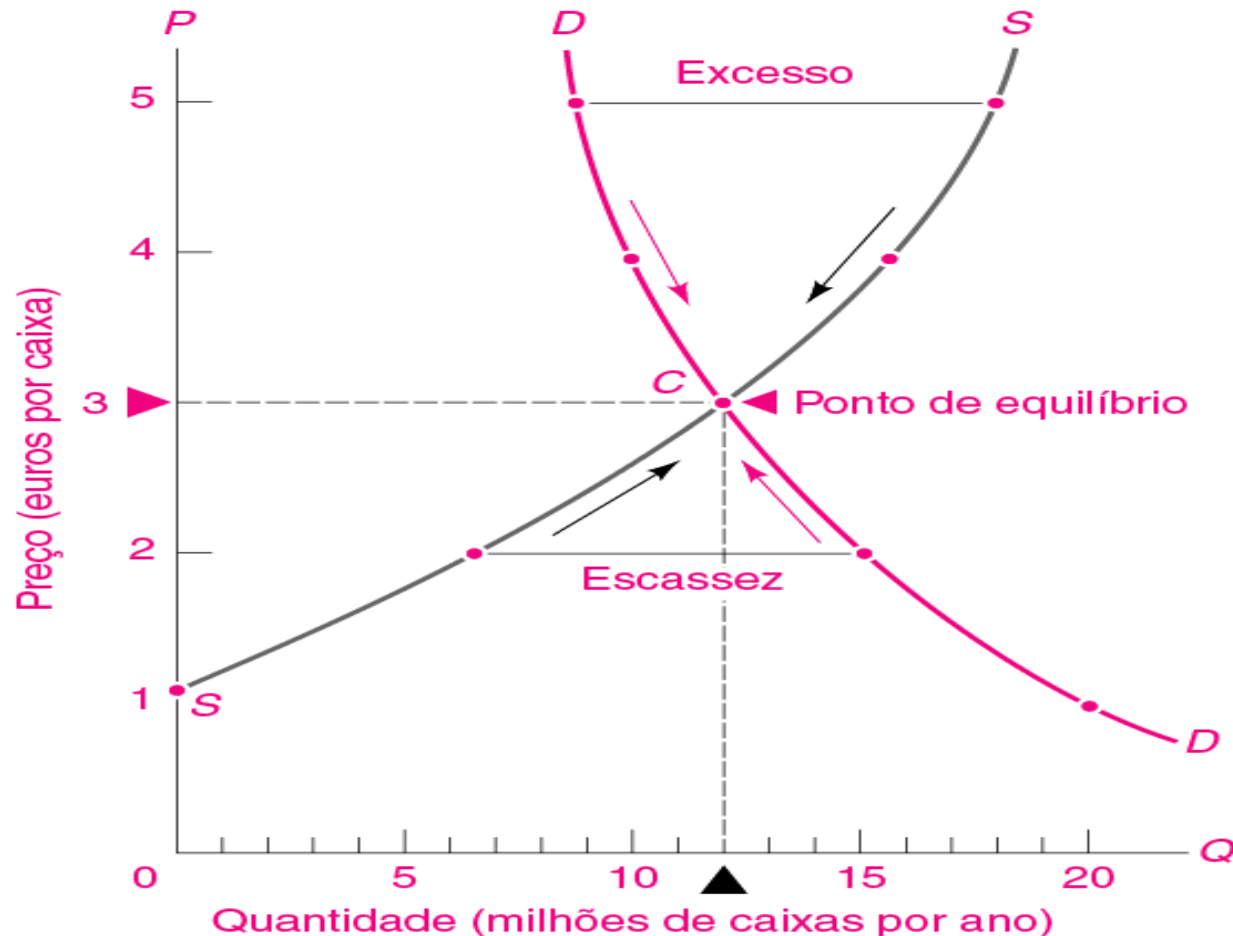


O preço de qualquer bem ajusta-se de forma a equilibrar a oferta e a procura desse bem.



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

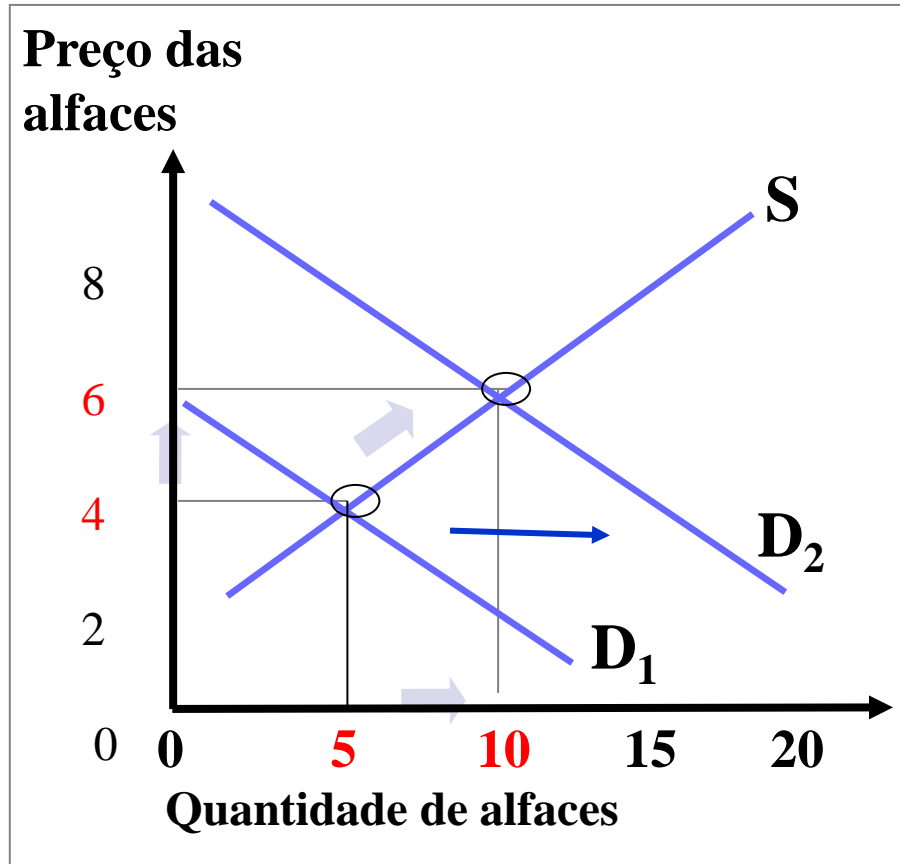
O equilíbrio de mercado ocorre na interseção das curvas da oferta e da procura



Como é que um aumento na procura afeta o Equilíbrio?

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

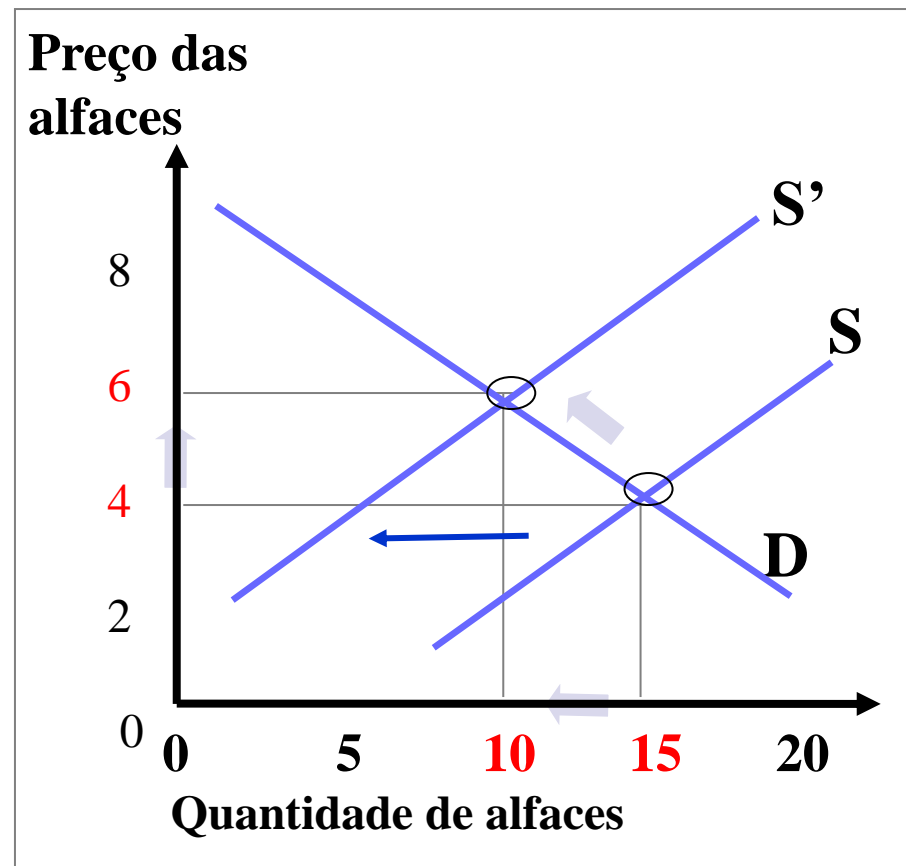
- 1- O hábito de comer mais saladas aumenta a procura.**
A oferta permanece inalterada, pois esta alteração não afecta directamente os agricultores.
- 2 - A curva da procura desloca-se para a direita.**
- 3 - O preço e a qtd são aumentados (novo ponto de equilíbrio).**



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).

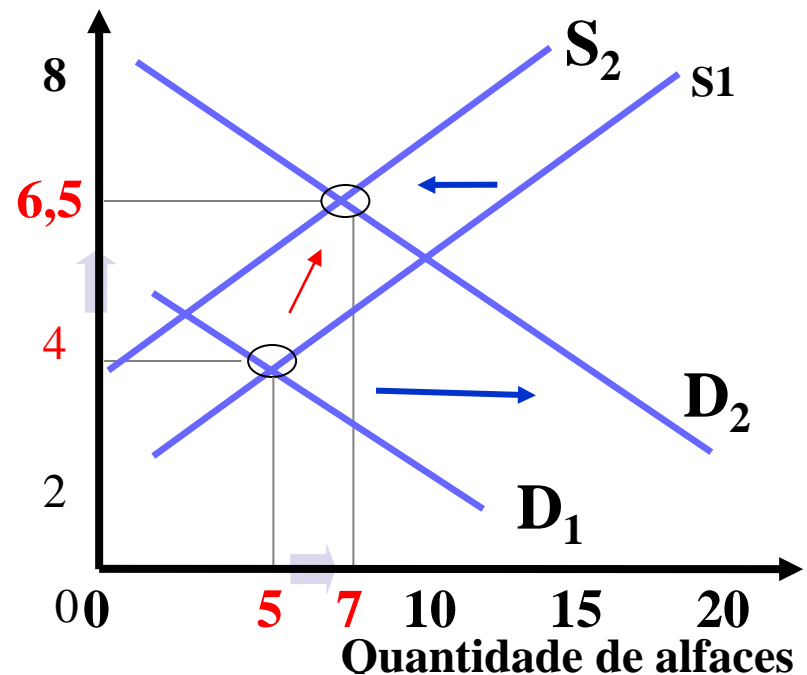


Uma mudança simultânea na Oferta e na Procura

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

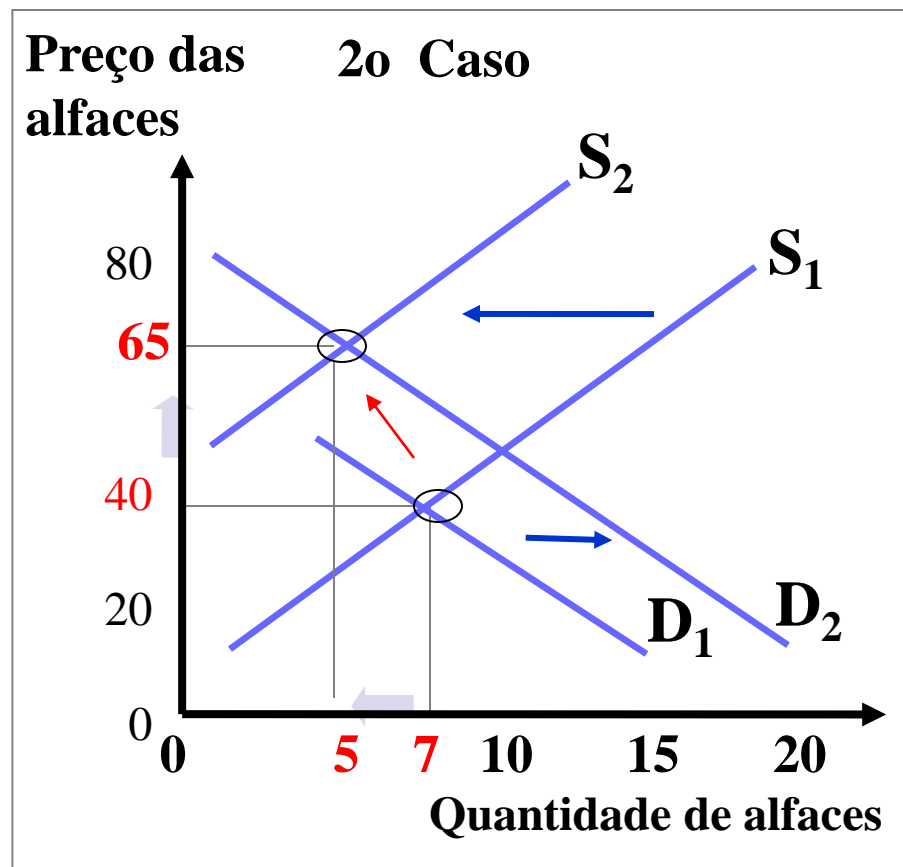
- 1- Ambas as curvas se deslocam.
 - 2- A curva da procura desloca-se para direita e a da oferta para a esquerda.
 - 3- Há dois resultados possíveis dependendo da extensão dos deslocamentos das curvas.
- (a) A qtd e o preço aumentam.

Preço das alfaces 1o Caso



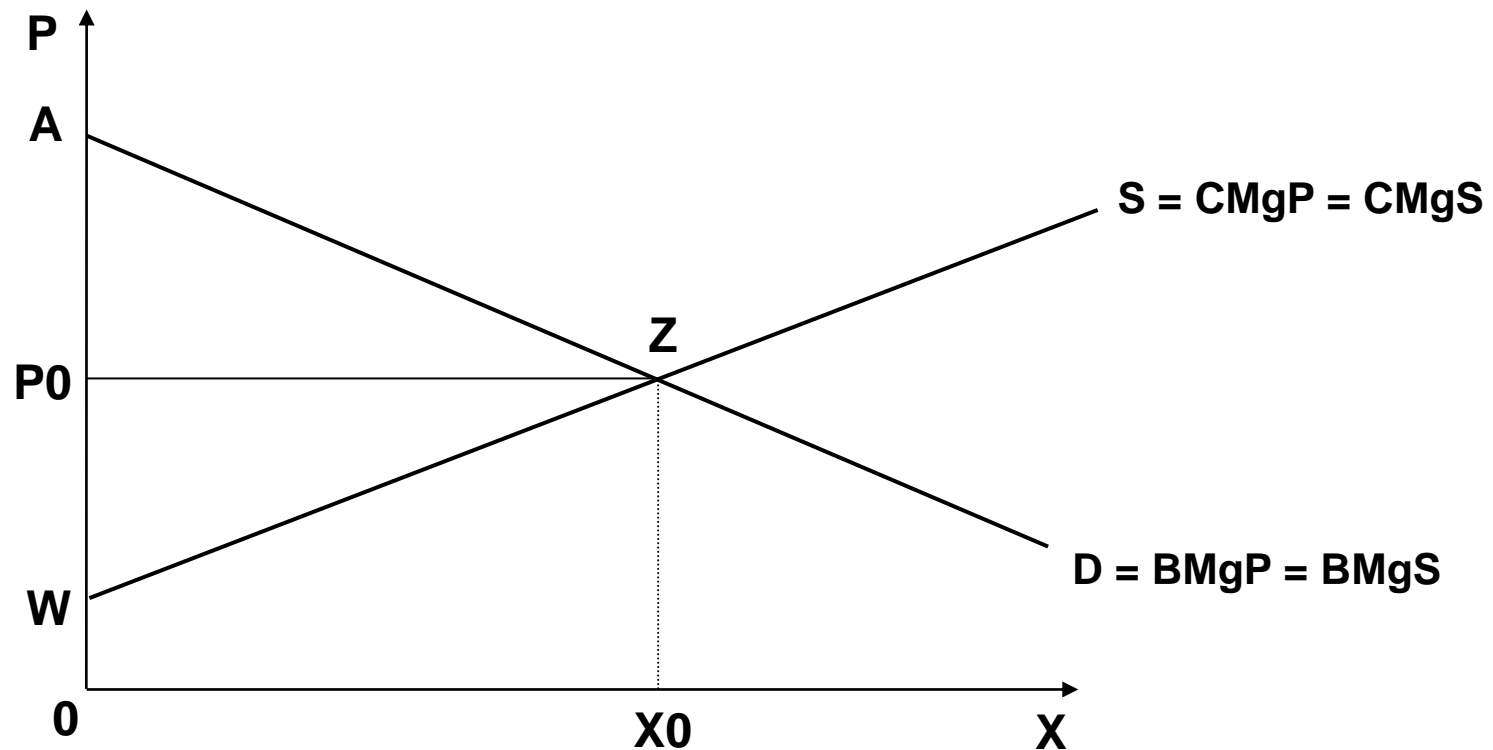
Uma mudança simultânea na Oferta e na Procura

**(b) A qtd diminui
e o preço aumenta**



Mercado

No equilíbrio $BMgS = CMgS$



Nota: Bmg = benefício marginal = Umg = utilidade marginal (ver teoria do consumidor)

Falhas de Mercado

Mercado competitivo distorcido

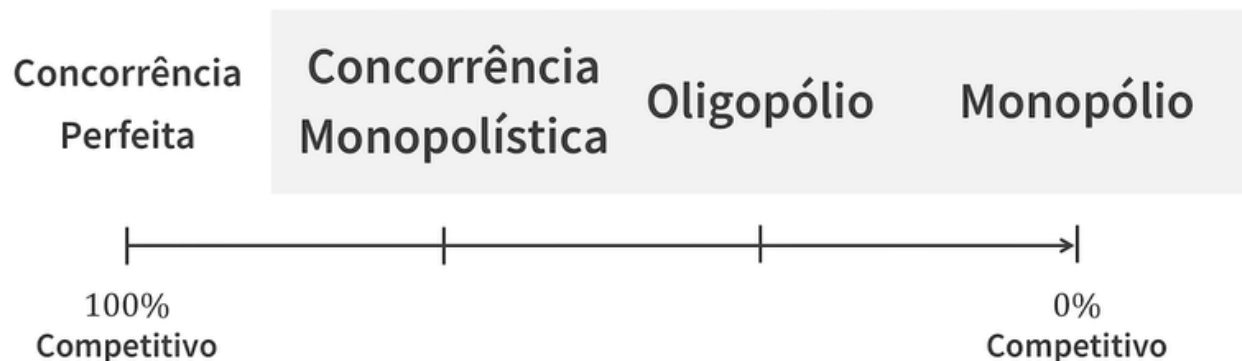


No equilíbrio $BMgS \neq CMgS$.

- **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)



- 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:

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

- A empresa escolhe o *volume de produção*(Q) que maximiza a diferença entre a receita total ($P \times Q$) 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

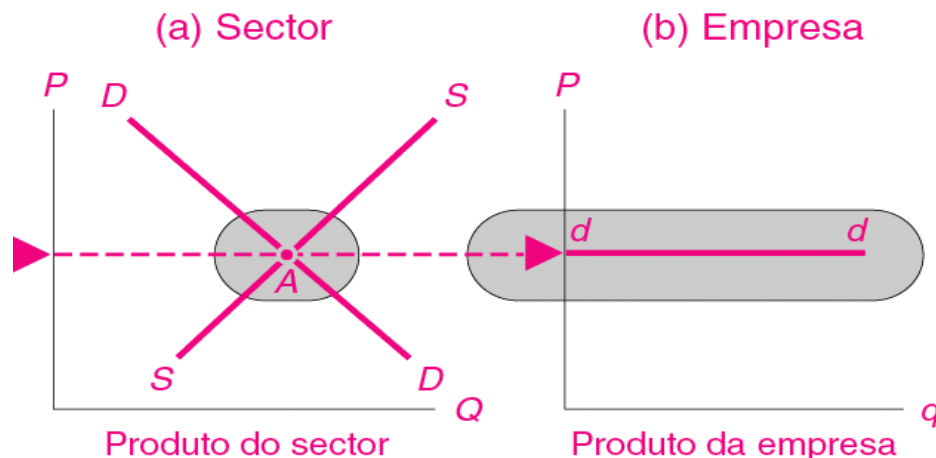
$$RMg = CMg = P$$

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

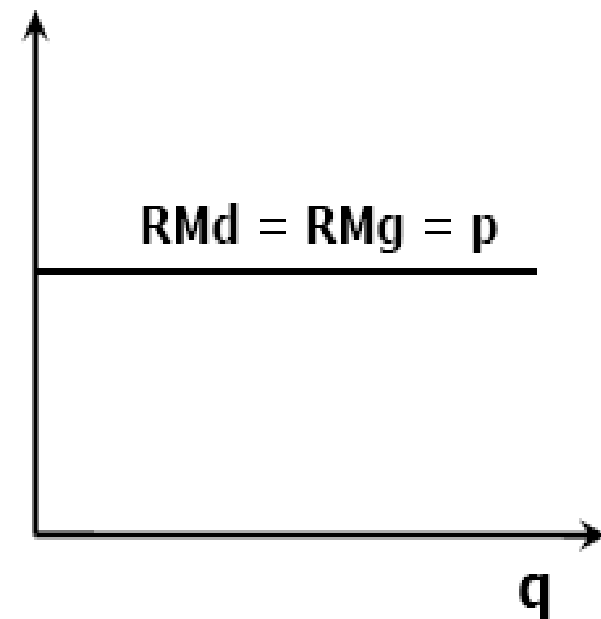


A procura da empresa (d_i) é horizontal, ou seja, infinitamente elástica. A procura da indústria (D) tem a configuração típica.

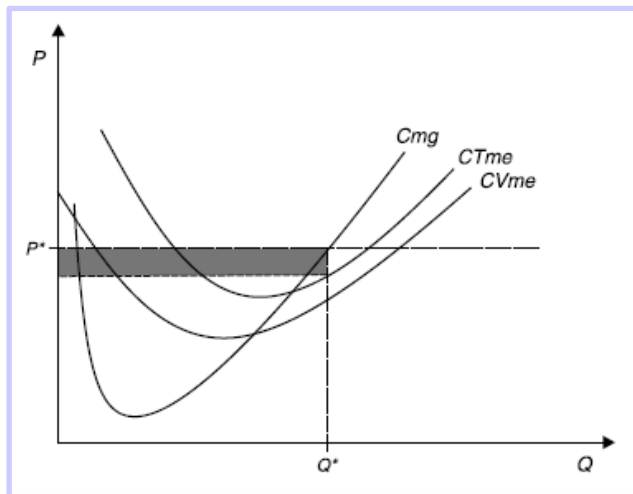
- A receita média e a receita marginal são constantes e iguais ao preço de mercado

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

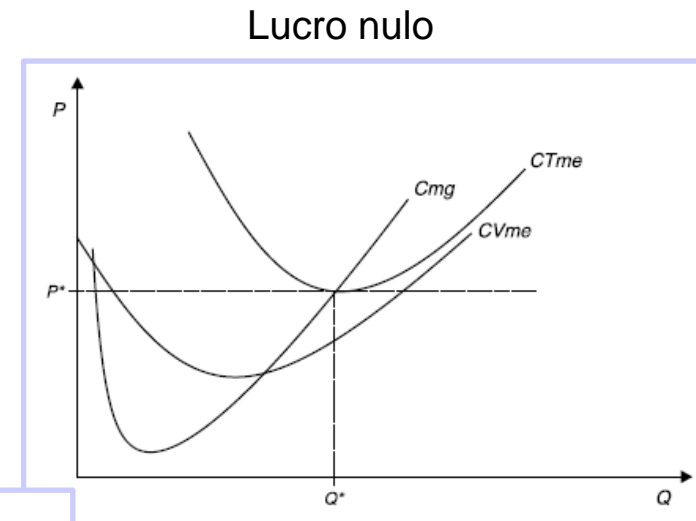
$$RMg(q) = \frac{dRT(q)}{dq} = \frac{d(p \cdot q)}{dq} = p$$



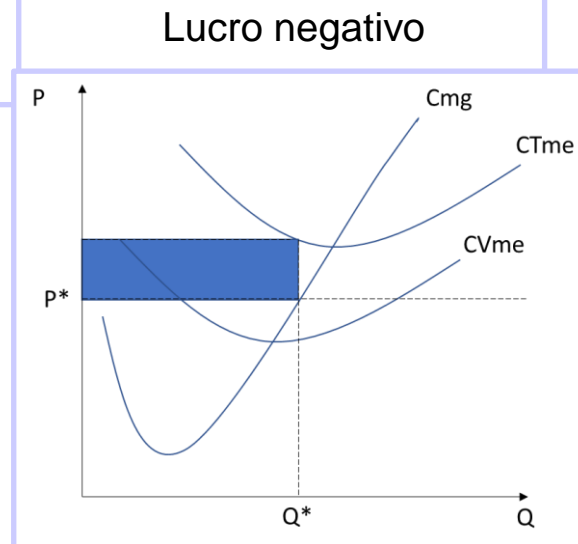
- Para que o lucro seja positivo, é necessário que a empresa produza com um custo médio inferior ao preço de mercado.



Lucro positivo

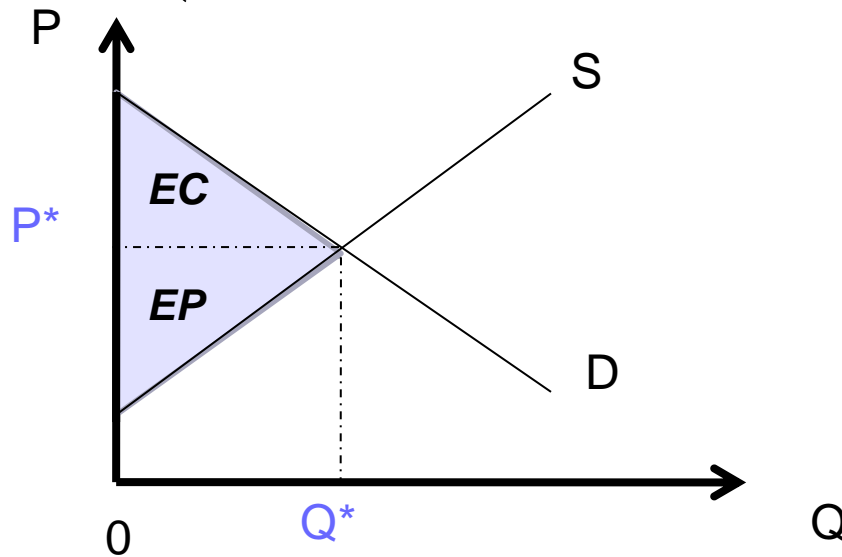


Lucro nulo



Lucro negativo

- 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 $E_{\text{Consumidor}} + E_{\text{Produtor}}$).



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?

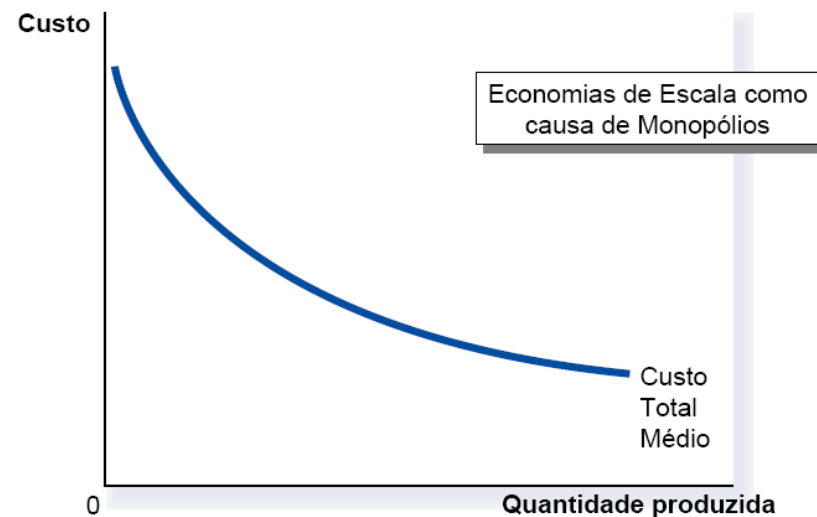
- Muitos consumidores de pequena dimensão e um único produtor de grande dimensão
- Produtos Únicos (produtos sem substitutos próximos)
- Produtores fixam o preço de mercado (empresa formadora do preço ou *Price Maker*)
- Os consumidores são tomadores de preços
- Podem existir elevados custos de instalação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

- 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

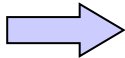
- O Lucro do Monopolista Persiste
- O Monopólio restringe a produção ao aumentar o preço no curto – prazo
- Monopólio gera afetação ineficiente de recursos
 - Obtém lucros em excesso, maiores que o custo de oportunidade do capital
 - Não produz tanto quanto podia e obriga o mercado a pagar um preço mais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

- Aspectos positivos do monopólio:
 - Pode alterar a curva de custos através de economias de escala
 - Pode promover a inovação
 - Monopólio Natural

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 ótima
- 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

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

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

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

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

e

$P(Q)$ é a procura de mercado (D)!

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

- Há uma perda de excedente em monopólio.
Porquê?
- O mercado competitivo é a forma mais eficiente de se afetar 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
($R_{mg} = C_{mg} \Rightarrow Q^*$)

- 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.

- 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)

- 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**.

- 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)

- 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

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

[AdC sanciona três cadeias de supermercados e fornecedor de bebidas alcoólicas por concertação de preços | Autoridade da Concorrência \(concorrencia.pt\)](#)

- 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.

- 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 Cível 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.