

CV 351 Introdução a Economia

Prof. Dr. Orlando Fontes Lima Jr

O que é um Mercado?

- É um grupo de vendedores e compradores que, por meio de suas reais ou potenciais interações, determina o preço de um produto ou de um conjunto de produtos.
- É centro das atividades econômicas.

Livre Mercado

- Cada mercado opera livremente, ou seja, que não há forças externas influenciando-o nem estabelecendo condições artificiais, às quais uma empresa deva se ajustar.

Estrutura de Mercado

- **Grau de concentração:**

Existe um número e tamanho de vendedores e compradores no mercado.

- **Grau de diferenciação do produto:**

Grau em que um produto vendido no mercado é considerado diferente pelos compradores. Pode ser obtida por meio de: serviços especiais (*delivery*), oferta de prêmios, embalagens especiais, etc.

- **Grau de dificuldade ou barreiras para entrada:**

Desvantagens em custo, baixo domínio tecnológico, gastos elevados com propagandas, etc.

Estrutura de Mercado

Classificação quanto à Competitividade:

- Competitivos (concorrência pura, monopolística e monopsônica);
- Pouco competitivos (oligopólio e oligopsônios); e,
- Sem competição (monopólios e monopsônicos).

Classificação dos Mercados

Nº de firmas	Tipo de Produto	Atividade da Firma	
		Venda	Compra
Muitas	Homogêneo	Competição Pura	Competição Pura
Muitas	Diferenciado	Competição Monopolística	Competição Monopsonística
Poucas	Homogêneo ou não	Oligopólio	Oligopsônio
Uma	Único	Monopólio	Monopsônio

Classificação dos Mercados

- **Oligopsônio:**
 - A firma sabe que mudanças no preço que ela paga por produto (matéria-prima ou insumo) resultarão em alterações nos preços desses produtos pagos por outras firmas.
 - Ex.: Nestlé, Cacique, Iguazú e Brasília → café solúvel
- **Monopsônio:**
 - Existência de um único comprador para o produto.
 - Ex.: existência de uma única empresa que adquire folha de fumo para a industrialização.

Estrutura de Mercado

Venda do Produto

Número de Firms	Tipos de Mercados			
	Competição Perfeita	Competição Monopolística	Oligopólio	Monopólio
Nº de empresas	Muito grande	Muitas	poucas	Uma
Tipo de produto	Padronizado	Diferenciado	Padronizado	Único
Controle sobre os preços	Nenhum	Pequeno	Considerável	Muito
Condições de entradas	Sem Barreiras	Sem barreiras	Com barreiras	Com barreiras
Exemplos	Produtos agrícolas	Restaurantes lojas de varejos	Automóveis	Energia elétrica, água

Concorrência Perfeita

- É uma situação limite em que nenhuma empresa e nenhum consumidor tem poder suficiente para influenciar o preço de mercado.

Concorrência Perfeita

Mercados perfeitamente competitivos

- Características
 1. **Existem inúmeros compradores e vendedores no mercado**
 2. **Produtos são homogêneos**
 3. **Livre entrada e saída de empresas no mercado.**
 4. **Preço dado pelo mercado**

Mercados Perfeitamente Competitivos

Receita Média e Receita Marginal

Receita Total = RT = Preço unitário de venda X quantidade vendida

$$RT = p \cdot q$$

$$\text{Receita Média} = RMe = \frac{RT}{q} = \frac{p \cdot q}{q} = p \quad RMe = p$$

$$\text{Receita Marginal} = \frac{\Delta pq}{\Delta q} = \frac{dpq}{dq} = p \quad RMg = p$$

$$RMg = RMe$$

Mercados perfeitamente competitivos

$$RMg = CMg$$

Receita Marginal (RMg):

acréscimo da Receita Total pela venda de uma unidade adicional do produto.

Custo Marginal (CMg):

acréscimo no Custo Total pela produção de uma unidade adicional do produto.

Como na concorrência perfeita, $RMg = p$,

$$RMg = CMg = p$$

Monopólio

- Apenas uma empresa produz e vende um determinado produto ou serviço que não tenha substituto próximo;
- Apresenta total controle sobre a oferta de bens e serviços;
- Possui o poder sobre os preços de mercado;
- Se baseia na demanda de mercado para determinar os níveis de produção e preço;
- Barreiras à entrada de concorrentes em potencial.

Decisão de Produção do Monopolista

- **Produzir abaixo do nível** → a redução na receita será maior do que a redução no custo ($RMg > CMg$).
- **Produzir acima do nível** → o aumento no custo será maior do que o aumento na receita ($RMg < CMg$).
- **Os lucros são máximos no nível de produção em que**
 $RMg = CMg$
 - **Receita = preço x quantidade vendida**
 - **Lucro = receita total – custo total**

Monopólio_Obstáculos aos Concorrentes

- **Economia de Escala:**

- Uma firma já existente e de **grandes dimensões** pode suprir o mercado a **custos mais baixos** do que qualquer outra firma que deseje entrar na indústria.

- **Controle sobre o fornecimento de matéria-prima:**

- Se uma firma monopolista **detém o controle sobre o fornecimento** das matérias-primas essenciais à produção de um determinado bem ou serviço, ela pode **bloquear o ingresso de novas firmas**.

- **Barreiras Legais:**

- **Inclui patentes, licenças e concessões governamentais.**

Oligopólio

Principais características:

- Pequeno número de empresas operando no mercado;
- Interdependência entre as empresas: quantidades ofertadas por uma firma afeta as outras;
- Consideráveis obstáculos à entrada de empresas;
- Produtos substitutos próximos;
- Concorrência extrapreço, mediante: diferenciação do produto, propaganda, serviços especiais.

Problemas no Oligopólio

- Limitação da oferta ao mercado;
- Força o aumento de preços;
- Formação de cartel pelo fixação de um preço.

Tipos de Oligopólio

- **Cartéis:** empresas rivais fazem um acordo objetivando dominar o mercado dos produtos que comercializam.
- **Truste:** empresas mais fracas submetendo-se às mais fortes através de fusões e incorporações abrindo, assim, mão de sua independência legal.
- **Holding:** uma empresa é escolhida para administrar as demais.

Efeito da Propaganda

- A empresa pode vender mais;
- Aumento do número de consumidores;
- Cria a necessidade de consumo para o produto;
- Pode tornar o consumidor mais fiel.

