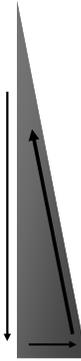


Microeconomia

Estruturas de mercado

PINDYCK, R. e RUBINFELD, D. Microeconomia. São Paulo: Prentice Hall. 2008.

Capítulo 8: Maximização de lucros e oferta competitiva
Capítulo 10: Poder de mercado - monopólio e monopsonio
Capítulo 12: Competição monopolística e oligopólio



Tópicos para Discussão

- Mercados Perfeitamente Competitivos
- Maximização de Lucros
- Receita Marginal, Custo Marginal e Maximização de Lucros
- Escolha do Nível de Produção a Curto Prazo



Slide 2

Tópicos para Discussão

- Curva de Oferta a Curto Prazo da Empresa Competitiva
- Estruturas de mercado alternativas
 - Monopólio
 - Concorrência monopolística
 - Oligopólio
 - Mercados de fatores de produção



Slide 3

Mercados Perfeitamente Competitivos

Características dos Mercados Perfeitamente Competitivos

- 1) Agentes tomadores de preço
- 2) Produtos homogêneos
- 3) Livre entrada e saída no mercado



Slide 4

Mercados Perfeitamente Competitivos

- Agentes tomadores de preço
 - Cada empresa, individualmente, vende uma pequena parte da produção total do mercado e, portanto, não tem influência no preço de mercado.
 - O consumidor, individualmente, compra uma porção muito pequena da produção industrial, não tendo qualquer impacto sobre o preço de mercado.



Slide 5

Mercados Perfeitamente Competitivos

- Produtos homogêneos
 - Os produtos de todas as empresas são substitutos perfeitos.
 - Exemplos
 - ◆ Produtos agrícolas, petróleo, cobre, ferro, madeira



Slide 6

Mercados Perfeitamente Competitivos

- Livre entrada e saída no mercado
 - Os compradores podem, facilmente, mudar de fornecedor.
 - Os fornecedores podem, facilmente, entrar ou sair de um mercado.



Slide 7

Mercados Perfeitamente Competitivos

- Questões para discussão
 - Que fatores poderiam funcionar como barreiras à entrada e à saída?
 - Todos os mercados são competitivos?
 - Quando um mercado é altamente competitivo?



Slide 8

Maximização de Lucros

- As empresas maximizam lucros?
 - Outros objetivos possíveis
 - ◆ Maximização da receita
 - ◆ Maximização de dividendos
 - ◆ Maximização de lucros a curto prazo



Slide 9

Maximização de Lucros

- As empresas maximizam lucros?
 - Implicações de objetivos que não sejam a maximização dos lucros
 - ◆ No longo prazo, os investidores deixariam de investir na empresa
 - ◆ Sem lucros, a sobrevivência seria improvável



Slide 10

Receita Marginal, Custo Marginal, e Maximização de Lucros

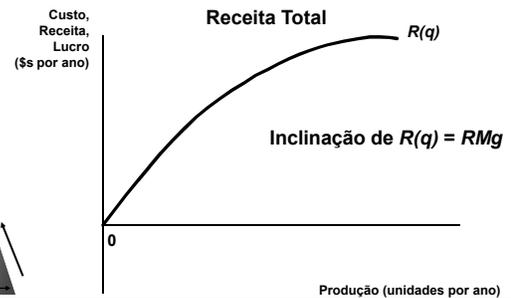
- Determinação do nível de produção que maximiza os lucros
 - Lucro (π) = Receita Total - Custo Total
 - Receita Total (R) = Pq
 - Custo Total (C) = Cq
 - Logo:



$$\pi(q) = R(q) - C(q)$$

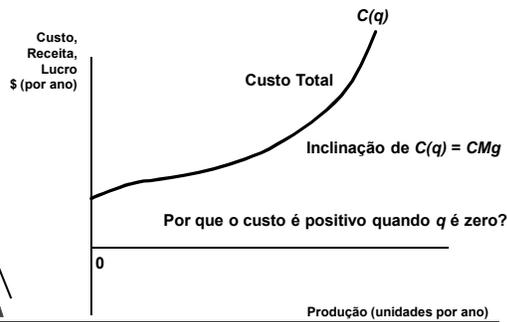
Slide 11

Maximização de Lucros a Curto Prazo



Slide 12

Maximização de Lucros a Curto Prazo



Slide 13

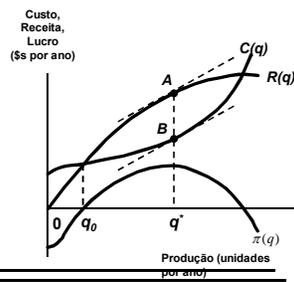
Receita Marginal, Custo Marginal, e Maximização de Lucros

- Receita Marginal é a receita adicional proveniente da produção de uma unidade a mais de produto.
- Custo Marginal é o custo adicional associado à produção de uma unidade a mais de produto.

Slide 14

Receita Marginal, Custo Marginal, e Maximização de Lucros

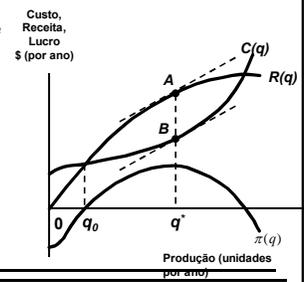
- Comparando $R(q)$ e $C(q)$
 - Nível de produção: $0 - q_0$
 - ◆ $C(q) > R(q)$
 - Lucro negativo
 - ◆ $CF + CV > R(q)$
 - ◆ $RMg > CMg$
 - Indica que o lucro deve aumentar com a expansão da produção



Slide 15

Receita Marginal, Custo Marginal, e Maximização de Lucros

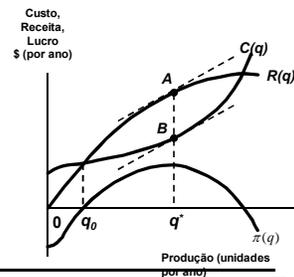
- Comparando $R(q)$ e $C(q)$
 - Pergunta: por que o lucro é negativo quando a produção é zero?



Slide 16

Receita Marginal, Custo Marginal, e Maximização de Lucros

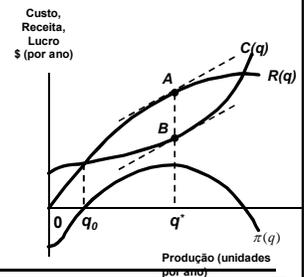
- Comparando $R(q)$ e $C(q)$
 - Nível de produção: $q_0 - q^*$
 - ◆ $R(q) > C(q)$
 - ◆ $RMg > CMg$
 - Indica que o lucro deve aumentar com a expansão da produção
 - Lucro é crescente



Slide 17

Receita Marginal, Custo Marginal, e Maximização de Lucros

- Comparando $R(q)$ e $C(q)$
 - Nível de produção: q^*
 - ◆ $R(q) = C(q)$
 - ◆ $RMg = CMg$
 - ◆ Nível máximo de lucro

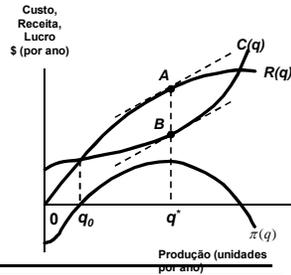


Slide 18

Receita Marginal, Custo Marginal, e Maximização de Lucros

■ Pergunta

- Por que o lucro diminui quando a produção se torna maior ou menor que q^* ?

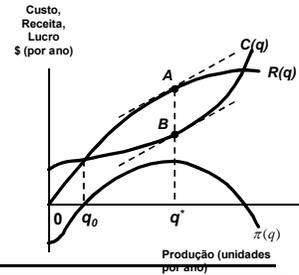


Slide 19

Receita Marginal, Custo Marginal, e Maximização de Lucros

■ Comparando $R(q)$ e $C(q)$

- Nível de produção maior que q^* :
 - ♦ $R(q) > C(q)$
 - ♦ $CMg > RMg$
 - ♦ Lucro é decrescente

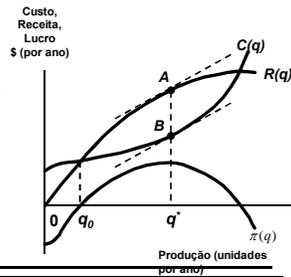


Slide 20

Receita Marginal, Custo Marginal, e Maximização de Lucros

■ Logo, podemos dizer que:

- Os lucros são maximizados quando $CMg = RMg$.



Slide 21

Receita Marginal, Custo Marginal, e Maximização de Lucros

$$\pi = R - C$$

$$RMg = \frac{\Delta R}{\Delta q}$$

$$CMg = \frac{\Delta C}{\Delta q}$$



Slide 22

Receita Marginal, Custo Marginal, e Maximização de Lucros

Os lucros são maximizados quando

$$\frac{\Delta \pi}{\Delta q} = \frac{\Delta R}{\Delta q} - \frac{\Delta C}{\Delta q} = 0 \text{ ou}$$

$$RMg - CMg = 0 \text{ ou}$$

$$RMg(q) = CMg(q)$$



Slide 23

Receita Marginal, Custo Marginal, e Maximização de Lucros

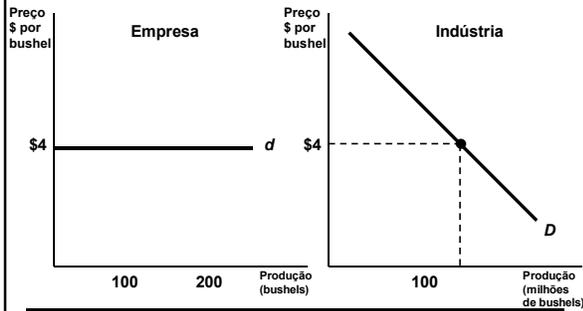
■ A Empresa Competitiva

- Tomadora de preço
- Produção de mercado (Q) e produção da empresa (q)
- Demanda de mercado (D) e demanda da empresa (d)
- $R(q)$ é uma linha reta



Slide 24

Demanda e Receita Marginal para Empresas Competitivas



Slide 25

Receita Marginal, Custo Marginal, e Maximização de Lucros

■ A Empresa Competitiva

- A demanda da empresa competitiva
 - ◆ O produtor individual vende todas as suas unidades de produto por \$4, independente do seu nível de produção.
 - ◆ Se o produtor cobrar um preço mais elevado, suas vendas cairão para zero.



Slide 26

Receita Marginal, Custo Marginal, e Maximização de Lucros

■ A Empresa Competitiva

- A demanda da empresa competitiva
 - ◆ Se o produtor cobrar um preço mais baixo, ele não conseguirá aumentar suas vendas
 - ◆ $P = D = RMg = Rme$
- Maximização de Lucros
 - ◆ $CMg(q) = RMg = P$



Slide 27

Escolha do Nível de Produção a Curto Prazo

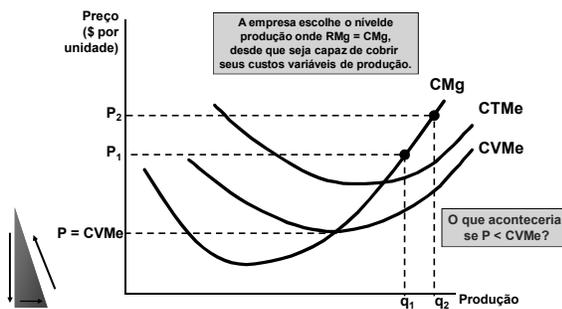
■ Resumo das Decisões de Produção

- O lucro é maximizado quando $CMg = RMg$
- Se $P > CTMe$ a empresa auferirá lucros.
- Se $CVMe < P < CTMe$ a empresa deve produzir com prejuízo.
- Se $P < CVMe < CTMe$ a empresa deve abandonar a indústria.



Slide 28

Curva de Oferta a Curto Prazo da Empresa Competitiva



Slide 29

Curva de Oferta a Curto Prazo da Empresa Competitiva

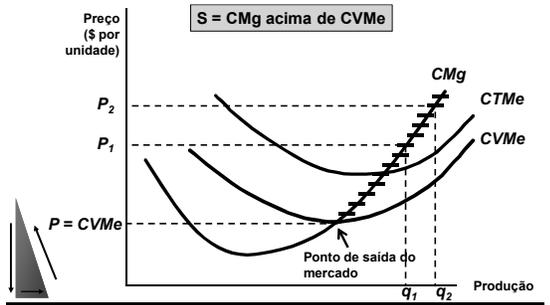
■ Observações:

- $P = RMg$
 - $RMg = CMg$
 - $P = CMg$
- A curva de oferta corresponde à quantidade de produto para cada possível nível de preço. Logo:
- Se $P = P_1$, então $q = q_1$
 - Se $P = P_2$, então $q = q_2$



Slide 30

Curva de Oferta a Curto Prazo da Empresa Competitiva



Slide 31

Curva de Oferta a Curto Prazo da Empresa Competitiva

■ Observações:

- A curva de oferta é positivamente inclinada devido à ocorrência de rendimentos decrescentes.
- Preços mais elevados compensam a empresa pelos custos mais altos associados ao aumento da produção e elevam o lucro total, pois se aplicam a todas as unidades produzidas.

Slide 32

Competição Perfeita

■ Revisão da Competição Perfeita

- $P = CMg = CMe$
- Lucros normais ou lucro econômico zero no longo prazo
- Grande número de compradores e vendedores
- Produto homogêneo
- Informação perfeita
- Empresa tomadora de preço

Slide 33

Estruturas de mercado alternativas

As várias formas, ou estruturas, de mercado possíveis dependem, fundamentalmente, de três características:

- número de empresas que compõem esse mercado;
- tipo do produto (se as firmas fabricam produtos idênticos ou diferenciados);
- se existem ou não barreiras ao acesso de novas empresas a esse mercado.

Slide 34

Estruturas de mercado alternativas

Concorrência Pura ou Perfeita

Características básicas

Mercado atomizado: mercado com infinitos vendedores e compradores (como "átomos"), de forma que um agente isolado não tem condições de afetar o preço de mercado. Assim, o preço de mercado é um dado fixado para empresas e consumidores (são *price-takers*, isto é, tomadores de preços pelo mercado)

Produtos Homogêneos: todas as firmas oferecem um produto semelhante, homogêneo. Não há diferenças de embalagem, qualidade nesse mercado.

Slide 35

Estruturas de mercado alternativas

Concorrência Pura ou Perfeita

Características básicas

Mobilidade de firmas: não há barreiras para o ingresso de empresas no mercado.

Racionalidade: os empresários sempre maximizam lucro e os consumidores maximizam satisfação ou utilidade derivada do consumo de um bem, ou seja, os agentes agem racionalmente.

Transparência do mercado: consumidores e vendedores têm acesso a toda informação relevante, sem custos, isto é, conhecem os preços, qualidade, os custos, as receitas e os lucros dos concorrentes;

Slide 36

Estruturas de mercado alternativas

Concorrência Pura ou Perfeita Características básicas

Obs.: Uma característica do mercado em concorrência perfeita é que, a *longo prazo*, *não existem lucros extras ou extraordinários* (onde as receitas superam os custos), mas apenas os chamados lucros normais, que representam a remuneração implícita do empresário (seu custo de oportunidade, ou o que ele ganharia se aplicasse seu capital em outra atividade).



Slide 37

Estruturas de mercado alternativas

Concorrência Pura ou Perfeita

- $P = CMgLP = CMeLP$
- Lucros normais ou lucro econômico zero no longo prazo
- Grande número de compradores e vendedores
- Produto homogêneo
- Informação perfeita
- Empresa tomadora de preço



Slide 38

Estruturas de mercado alternativas

Monopólio Características básicas

- Uma única empresa produtora do bem ou serviço;
- Não há produtos substitutos próximos;
- Existem barreiras à entrada de firmas concorrentes.



Slide 39

Estruturas de mercado alternativas

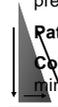
Monopólio Características básicas

As barreiras de acesso podem ocorrer de várias formas:

Monopólio puro ou natural: devido à alta escala de produção requerida, exigindo um elevado montante de investimento. A empresa monopolística já está estabelecida em grandes dimensões e tem condições de operar com baixos custos. Torna-se muito difícil alguma empresa conseguir oferecer a um preço equivalente ao da firma monopolista;

Patentes: direito único de produzir o bem.

Controle de matérias-primas chaves: Exemplo: o controle das minas de bauxita pelas empresas produtoras de alumínio.



Slide 40

Estruturas de mercado alternativas

Monopólio Características básicas

Monopólio estatal ou institucional, protegido pela legislação, normalmente em setores estratégicos ou de infra-estrutura.

Obs.: Diferentemente da concorrência perfeita, como existem barreiras à entrada de novas empresas, os lucros extraordinários devem persistir também no longo prazo em mercados monopolizados.



Slide 41

Estruturas de mercado alternativas

Monopólio Características básicas

- O monopolista representa o lado da oferta do mercado e tem controle total sobre as quantidades ofertadas.
- Os lucros serão máximos no nível de produção onde a receita marginal é igual ao custo marginal.



Slide 42

Estruturas de mercado alternativas

Monopólio

- Comparação da determinação de preços sob monopólio e sob competição perfeita:

- Monopólio
 $P > CMg$
- Competição Perfeita
 $P = CMg$



Slide 43

Estruturas de mercado alternativas

Monopólio

- Comparação da determinação de preços sob monopólio e sob competição perfeita:

- Quanto mais elástica for a demanda, mais próximo o preço deverá estar do custo marginal.
- Se E_d for um número negativo grande, o preço deverá estar muito próximo ao custo marginal.



Slide 44

Estruturas de mercado alternativas

Monopólio

Custos sociais do poder de monopólio

- Obtenção de Renda Econômica
 - As empresas podem estar dispostas a pagar pela obtenção de poder de monopólio
 - ◆ Lobbies
 - ◆ Propaganda
 - ◆ Investimento em capacidade produtiva excedente



Slide 45

Estruturas de mercado alternativas

Monopólio

Custos sociais do poder de monopólio

- Podem haver incentivos a adotar práticas monopolistas dependendo do lucro a ser auferido.
- Quanto maior for a transferência dos consumidores para a empresa, maior será o custo social do monopólio.



Slide 46

Estruturas de mercado alternativas

Monopsônio

- Um monopsônio é um mercado no qual há um único comprador.
- Um oligopsônio é um mercado com poucos compradores.
- Poder de monopsônio é a capacidade de um comprador afetar o preço do bem, fazendo com que este seja inferior ao preço que prevaleceria em um mercado competitivo.



Slide 47

Estruturas de mercado alternativas

Monopsônio

Poder de monopsônio

- No caso de poucos compradores no mercado, estes são capazes de influenciar o preço que pagam (p.ex. na indústria automobilística).
- O poder de monopsônio lhes possibilita pagar um preço inferior ao valor marginal do produto.



Slide 48

Estruturas de mercado alternativas

Monopsônio

Poder de monopsônio

O grau do poder de monopsônio depende 3 fatores.

1) Elasticidade da oferta de mercado

- ◆ Quanto menos elástica for a oferta de mercado, maior será o poder de monopsônio.

2) Número de compradores

- ◆ Quanto menor for o número de compradores, menos elástica será a oferta e maior será o poder de monopsônio.

Slide 49

Estruturas de mercado alternativas

Monopsônio

Poder de monopsônio

O grau do poder de monopsônio depende 3 fatores.

3) Interação entre os compradores

- ◆ Quanto menos intensa for a competição entre os compradores, maior será o poder de monopsônio.

Slide 50

Estruturas de mercado alternativas

Concorrência monopolística

Características básicas

- Muitas empresas produzindo um dado bem ou serviço com livre entrada e saída do mercado;
- Cada empresa produz um produto diferenciado, mas com substitutos próximos;
- Cada empresa tem um certo poder sobre os preços, dado que os produtos são diferenciados, e o consumidor tem opções de escolha, de acordo com sua preferência.

Slide 51

Estruturas de mercado alternativas

Concorrência monopolística

Características básicas

Obs.: Como não existem barreiras à entrada de firmas, no longo prazo há *tendência apenas para lucros normais* ($RT=CT$), como em concorrência perfeita, ou seja, os lucros extraordinários de curto prazo atraem novas firmas para o mercado, aumentando a oferta do produto, até chegar-se a um ponto em que persistirão lucros normais, quando, então, cessa a entrada de concorrentes.

Slide 52

Estruturas de mercado alternativas

Concorrência monopolística

- O tamanho do poder de monopólio depende do grau de diferenciação do produto.
- Exemplos dessa estrutura de mercado, que é bastante comum, são:
 - Cremes dentais
 - Sabonetes
 - Antigripais

Slide 53

Estruturas de mercado alternativas

Concorrência monopolística

- Cremes dentais
 - Crest e poder de monopólio
 - ◆ A Procter & Gamble é a única produtora de Crest
 - ◆ Os consumidores podem preferir a marca Crest por várias razões – gosto, reputação, eficácia na prevenção de cáries
 - ◆ Quanto maior a preferência (diferenciação), maior o preço.

Slide 54

Estruturas de mercado alternativas

Concorrência monopolística

■ Concorrência Monopolística e Eficiência Econômica

- A existência de poder de monopólio (diferenciação) implica um preço mais elevado do que na competição perfeita.
- Apesar de não haver lucro econômico no longo prazo, a empresa não produz no ponto de CMe mínimo, e há excesso de capacidade.



Slide 55

Estruturas de mercado alternativas

Oligopólio

Definindo de duas formas

- Pequeno número de empresas no setor. Ex.: indústria automobilística.

Ou

- Um pequeno número de empresas domina um setor com muitas empresas. Ex.: Ambev.



Slide 56

Estruturas de mercado alternativas

Oligopólio

Características básicas

- Devido à existência de **empresas dominantes**, elas têm o poder de **fixar os preços** de venda em seus termos, defrontando-se normalmente com demandas relativamente **inelásticas**, em que os consumidores têm baixo poder de reação a alterações de preços.



- No oligopólio, assim como no monopólio, há **barreiras** a entrada de novas empresas no setor.

Slide 57

Estruturas de mercado alternativas

Oligopólio

Características básicas

- As **barreiras** à entrada de novas empresas no setor podem derivar de:

• Barreiras Naturais

- Economias de escala
- Patentes
- Acesso à tecnologia
- Reputação da marca

• Ação estratégica

- Ameaça de inundação do mercado com produtos para que o preço caia
- Controle de insumos essenciais



Slide 58

Estruturas de mercado alternativas

Oligopólio

Características básicas

Tipos de oligopólio:

- com produto **homogêneo** (alumínio, cimento);
- com produto **diferenciado** (automóveis).



Obs.: no longo prazo os lucros extraordinários permanecem, pois as barreiras à entrada de novas firmas persistirão.

Slide 59

Estruturas de mercado alternativas

Oligopólio

■ Desafios à administração das empresas

- Ações estratégicas
- Comportamento das empresas rivais



Slide 60

Estruturas de mercado alternativas

Oligopólio

■ Equilíbrio no Mercado Oligopolístico

- Na competição perfeita, no monopólio e na competição monopolística, os produtores não levavam em consideração a reação das empresas rivais ao tomarem suas decisões de produção e preços.
- No oligopólio, os produtores devem levar em consideração a reação dos concorrentes na determinação de sua produção e preços.



Slide 61

Estruturas de mercado alternativas

Oligopólio

■ Equilíbrio no Mercado Oligopolístico

- Definição de Equilíbrio
 - ◆ As empresas estão fazendo o melhor que podem e não têm incentivo para mudar suas decisões de produção e preços.
 - ◆ Todas as empresas supõem que as concorrentes estejam levando em consideração as decisões das rivais ao tomarem suas próprias decisões.



Slide 62

Estruturas de mercado alternativas

Oligopólio

Características básicas

Formas de atuação das empresas:

- concorrem entre si, via *guerra de preços* ou de promoções;
- formam *cartéis* (conluíus, trustes). **Cartel** é uma organização (formal ou informal) de produtores dentro de um setor, que determina a política para todas as empresas do cartel. O cartel fixa preços e a repartição (cota) do mercado entre as empresas.



Slide 63

Estruturas de mercado alternativas

Oligopólio

Formação de cartéis

■ Características

- 1) Acordos explícitos de determinação de níveis de produção e preços
- 2) Não incluem necessariamente todas as empresas da indústria



Slide 64

Estruturas de mercado alternativas

Oligopólio

Formação de cartéis

■ Características

- 3) Frequentemente operam em escala internacional

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Exemplos de cartéis bem-sucedidos<ul style="list-style-type: none">◆ OPEP◆ International Bauxite Association◆ Mercurio Europeo | <ul style="list-style-type: none">• Exemplos de cartéis que não tiveram sucesso<ul style="list-style-type: none">◆ Cobre◆ Estanho◆ Café◆ Chá◆ Cacau |
|--|---|



Slide 65

Estruturas de mercado alternativas

Oligopólio

Formação de cartéis

■ Características

- 4) Condições para o sucesso

- ◆ A diferença entre os lucros das empresas sob cartel e sob a alternativa não-cooperativa é suficientemente grande para evitar as "traíções"
- ◆ O cartel detém elevado grau de poder de monopólio – demanda inelástica



Slide 66

Estruturas de mercado alternativas

Oligopólio

Formação de cartéis

■ Observações

- Para que o cartel seja bem-sucedido:
 - ◆ A demanda total não deve ser muito elástica ao preço
 - ◆ O cartel deve ser capaz de controlar a maior parte da produção mundial, ou então a oferta dos produtores não cartelizados deve ser inelástica ao preço



Slide 67

Resumo das principais características

Estruturas	nº de empresas	Produto	Controle de Preços	Ingresso
Concorrência Perfeita	Muito grande	Homogêneo	Rigidez	Sem barreiras
Monopólio	Só há uma empresa	Não há substitutos próximos	Empresa com poder	Há barreiras para as novas
Oligopólio	Pequeno	Pode ser homogêneo ou diferenciado	Poder c/ interdependência	Há barreiras para as novas
Concorrência Monopolística	Grande	Diferenciado	Pouca margem de manobra	Sem barreiras

Slide 68

Resumo das principais características

Estruturas	Exemplos
Concorrência Perfeita	Commodities – Ex.: Trigo
Monopólio	Petróleo, energia.
Oligopólio	Algumas rotas aéreas. Concessionárias de veículos.
Concorrência Monopolística	Softwares (Editores de texto, planilhas, etc.)

Slide 69

Resumo das principais características

Mercados de fatores de produção

Concorrência Perfeita: existe uma oferta abundante do fator de produção (ex.: mão-de-obra não especializada), o que torna o preço desse fator constante.

Monopsônio: Há somente um comprador para muitos vendedores dos serviços dos insumos.

Oligopsônio: Existem poucos compradores que dominam o mercado para muitos vendedores. Ex.: Indústria de laticínios.

Monopólio bilateral: Ocorre quando um monopsonista, na compra do fator de produção, defronta-se com um monopolista na venda desse fator.

Slide 70

Resumo

- Os administradores de empresas podem atuar de acordo com um conjunto complexo de objetivos e sob diversas restrições.
- Uma empresa competitiva toma suas decisões de produção sob a hipótese de que a demanda pela sua produção é horizontal.
- No curto prazo, uma empresa competitiva maximiza seu lucro escolhendo o nível de produção para o qual o preço seja igual ao custo marginal (de curto prazo).



Slide 71

Resumo

- O poder de mercado é a capacidade que vendedores ou compradores têm de influenciar o preço de uma mercadoria.
- Há duas modalidades de poder de mercado: poder de monopólio e poder de monopsônio.
- O poder de monopólio é determinado, em parte, pelo número de empresas competindo no mercado.
- O poder de monopsônio é determinado, em parte, pelo número de compradores que atuam no mercado.



Slide 72

Resumo

- O poder de mercado pode impor custos à sociedade.
- Há casos em que economias de escala tornam o monopólio puro desejável.
- Dependemos da legislação antitruste para evitar que as empresas acumulem poder de mercado excessivo.
- Em um mercado monopolisticamente competitivo, as empresas concorrem por meio da venda de produtos diferenciados, que são altamente substituíveis uns pelos outros.

Slide 73

Resumo

- Em um mercado oligopolístico, apenas algumas poucas empresas são responsáveis pela maior parte ou pela totalidade da produção.
- As empresas poderiam auferir lucros maiores mediante conluíus visando à elevação de preços; contudo, a legislação antitruste, geralmente, proíbe essa prática.
- Em um cartel, os produtores praticam conluio explícito, determinando preços e níveis de produção.

Slide 74