

Microeconomia

Prof. Dr. Francisco Carlos B dos Santos
fcarlos@usp.br

- Existem diversas estruturas de mercado na economia:
 1. Mercados Competitivos
 2. Monopólio
 3. Oligopólio
 4. Competição Monopolística

- Definição:
 - ✓ Mercado com muitos compradores e vendedores, produto idêntico, onde os compradores e vendedores tomam o preço do produto como dado.
 - ✓ Ou seja, como o produto é o mesmo e o mercado é atomizado, os agentes não possuem qualquer poder de mercado (tomam o preço como dado).
 - ✓ Além disso, existe livre entrada e saída do mercado.

- Empresas que operam em um mercado competitivo buscam maximizar seus lucros, como qualquer empresa.
- A receita de uma empresa é igual ao preço vezes a quantidade ($p \times q$).
- Como empresas em mercados competitivos tomam os preços como dados, a receita marginal de uma venda é igual ao preço do produto.
- O mesmo ocorre com a receita média visto que esta é igual a receita total dividida pela quantidade, logo igual ao preço.
- Com isso, em mercados competitivos, a receita marginal é igual a receita média que é igual ao preço do produto.

- A receita marginal e média em um mercado competitivo é igual ao preço.
- Para que a firma maximize o seu lucro, a mesma deve escolher a quantidade produzida que maximize o seu lucro.
- Para tanto, é necessário analisar a relação entre as receitas e os custos.

- Nesse sentido, a curva de custo marginal é fundamental para a firma escolher a quantidade produzida que maximiza o seu lucro.
- Para cada unidade adicional produzida, a empresa recebe uma receita marginal (igual ao preço do bem).
- Logo a firma ampliará o seu lucro sempre que o preço for maior do que o custo adicional de produzir esta unidade (o custo marginal).

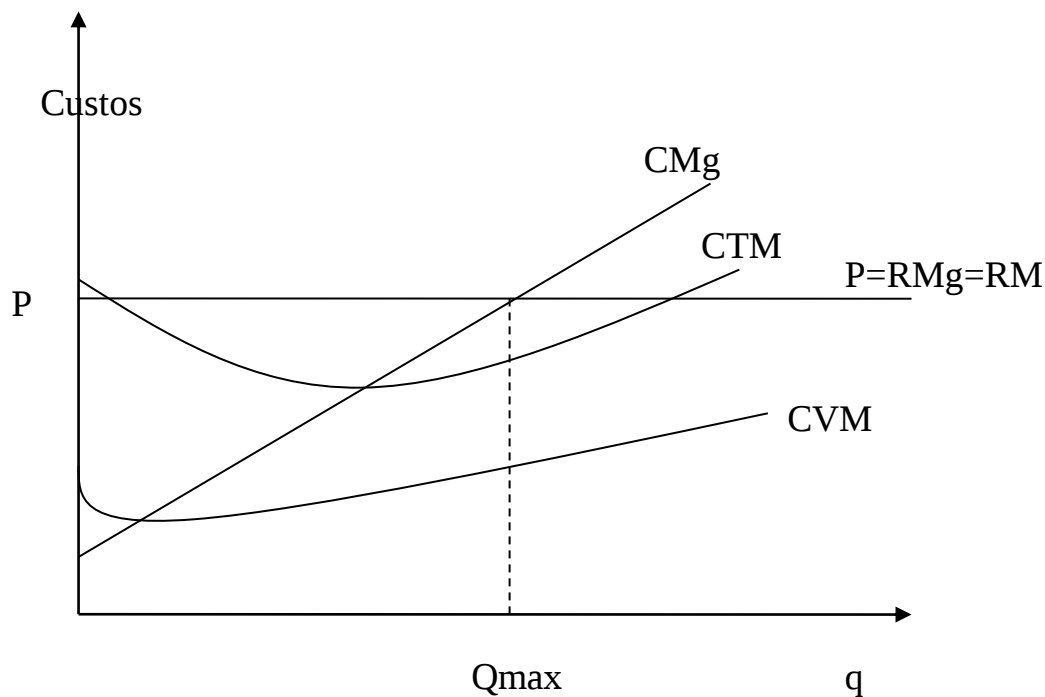


Figura 5: Maximização de Lucros de uma Empresa Competitiva

- Para maximizar o lucro, a firma deve ampliar a sua oferta enquanto o preço for maior ou igual ao custo marginal.
- Com isso, a curva de custo marginal determina a quantidade de produto que as empresas estão dispostas a ofertar para cada nível de preços, tomado como dado.
- Logo, o trecho da curva de custo marginal das firmas que operam em mercados competitivos é igual a curva de oferta das empresas competitivas.

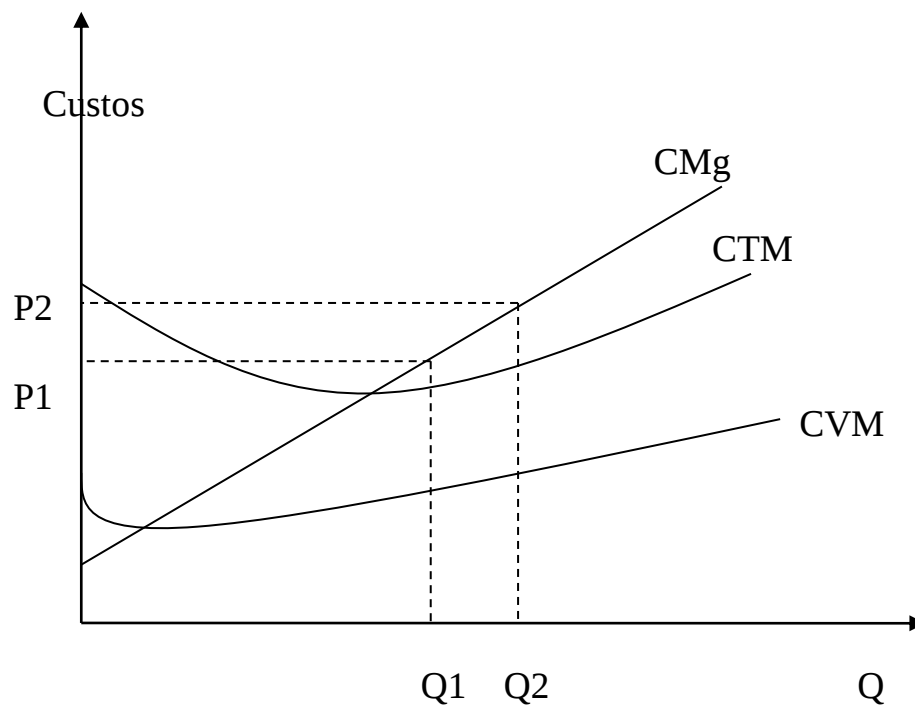


Figura 6: Custo Marginal com a curva de oferta de uma empresa competitiva

- Nos slides anteriores, avaliamos a quantidade que a empresa deve produzir para maximizar o seu lucro.
- Entretanto, existem casos em que as firmas têm lucro negativo. Quando o lucro é negativo, até que ponto a firma deve operar?
- Aqui é necessário distinguir uma paralisação temporária de uma paralisação permanente das atividades.

- Uma paralisação temporária é aquela em que a firma interrompe suas atividades hoje, para voltar a operar no futuro.
- Uma paralisação permanente é quando a firma sai do mercado.
- A diferença é que uma firma que paralisa as suas atividades de forma temporária arca com seus custos fixos enquanto que uma firma que paralisa suas atividades de forma permanente não arca com os custos fixos.

- Os custos fixos são aqueles que a empresa deve arcar mesmo se não produzir.
- Quando uma empresa opta por paralisar a sua produção, seus custos variáveis são iguais a zero, mas esta ainda tem que arcar com os seus custos fixos.
- Logo, uma firma continua operando enquanto a receita total for superior ao custo variável.
- Isso ocorre porque, nesse caso, a operação da firma cobre os custos variáveis e parte do custo fixo.

- Logo, a firma opera enquanto:

$$RT \geq CV$$

$$\frac{RT}{Q} \geq \frac{CV}{Q}$$

$$P \geq CVM$$

Assim, uma firma continua operando enquanto o custo variável médio for inferior ao preço.

- Por que a firma continua operando com $P \geq CVM$ e não com $P \geq CTM$?
- Isso ocorre porque enquanto o preço for superior ao custo variável médio, a firma está cobrindo seus custos variáveis e parte do custo fixo.
- Apesar de ter prejuízo, este é inferior ao que a firma teria caso a produção fosse zero.
- Logo, no curto prazo a firma segue “minimizando seu prejuízo”.

- Uma firma maximiza seu lucro produzindo uma quantidade em que o preço seja igual ao custo marginal.
- A firma continua operando caso o seu custo variável médio seja inferior ao preço.
- Logo, a curva de oferta de curto prazo das empresas competitivas é a parte da curva de custo marginal que se encontra acima da curva de custo variável médio.

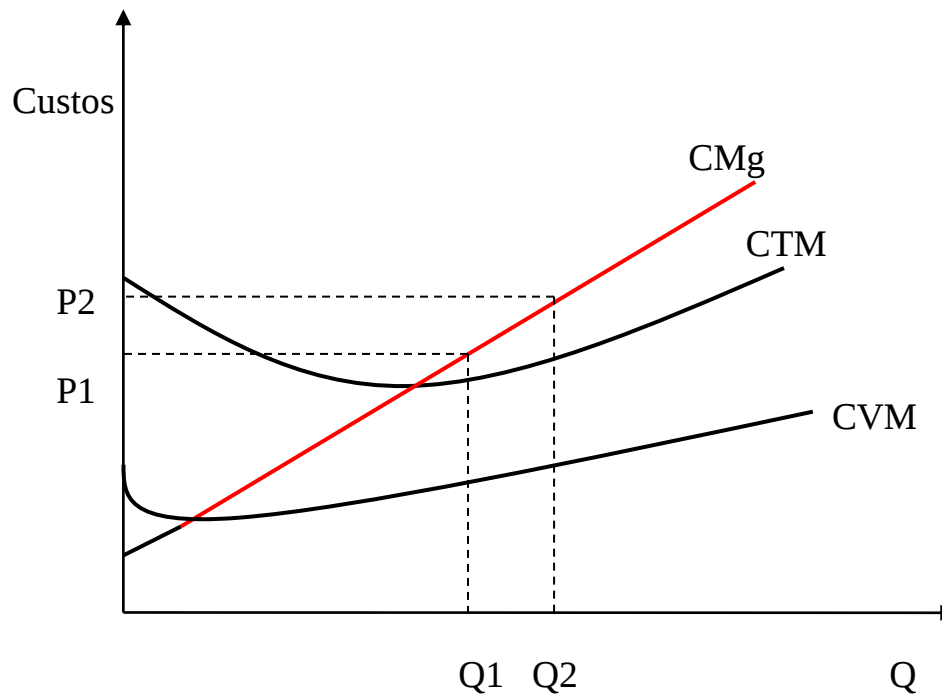


Figura 7: Curva de oferta de curto prazo das empresas competitivas

- Entrar ou sair do mercado?

- ✓ Quando a firma sai do mercado, os custos variáveis e custos fixos ficam iguais a zero. Nesse caso, a firma continua operando enquanto:

$$RT \geq CT$$

$$\frac{RT}{Q} \geq \frac{CT}{Q}$$

$$P \geq CTM$$

- ✓ A firma entra no mercado quando seu custo total médio é inferior ao preço.
- ✓ Da mesma forma, a firma sai do mercado quando seu custo total médio é inferior ao preço.

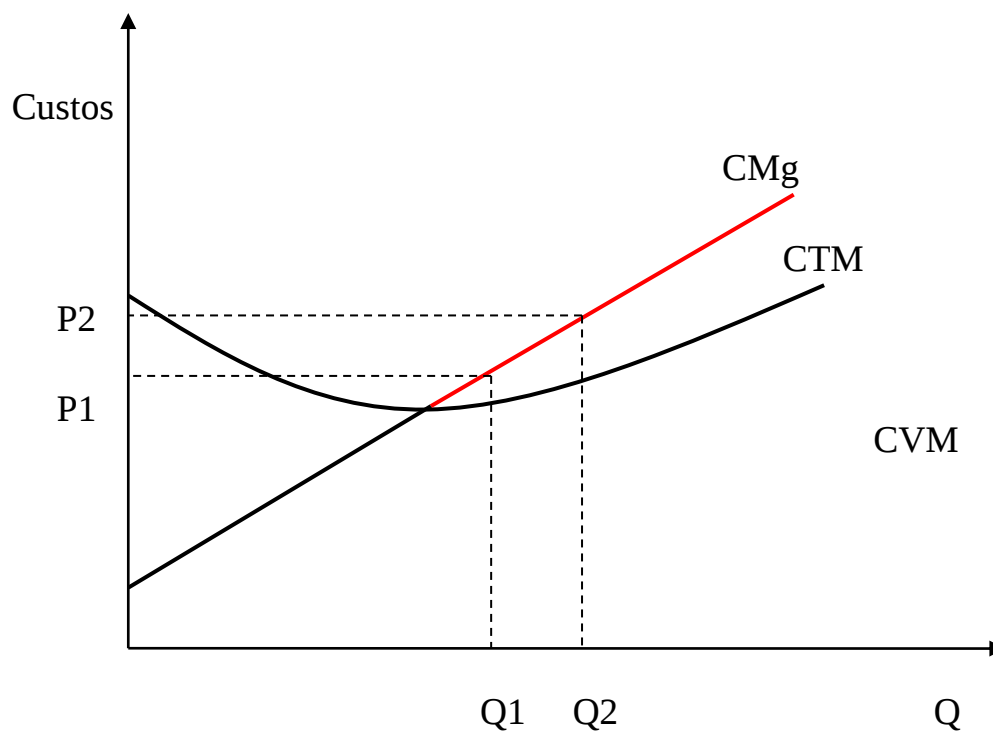


Figura 8: Curva de oferta de longo prazo das empresas competitivas

- O lucro (L) da firma é igual a: $L = RT - CT$
- O lucro pode ser reescrito da seguinte forma:

$$L = (RT/Q - CT/Q) \times Q$$

$$L = (P - CTM) \times Q$$

- ✓ Logo, com base na fórmula acima, é possível observar graficamente o lucro ou prejuízo da firma.

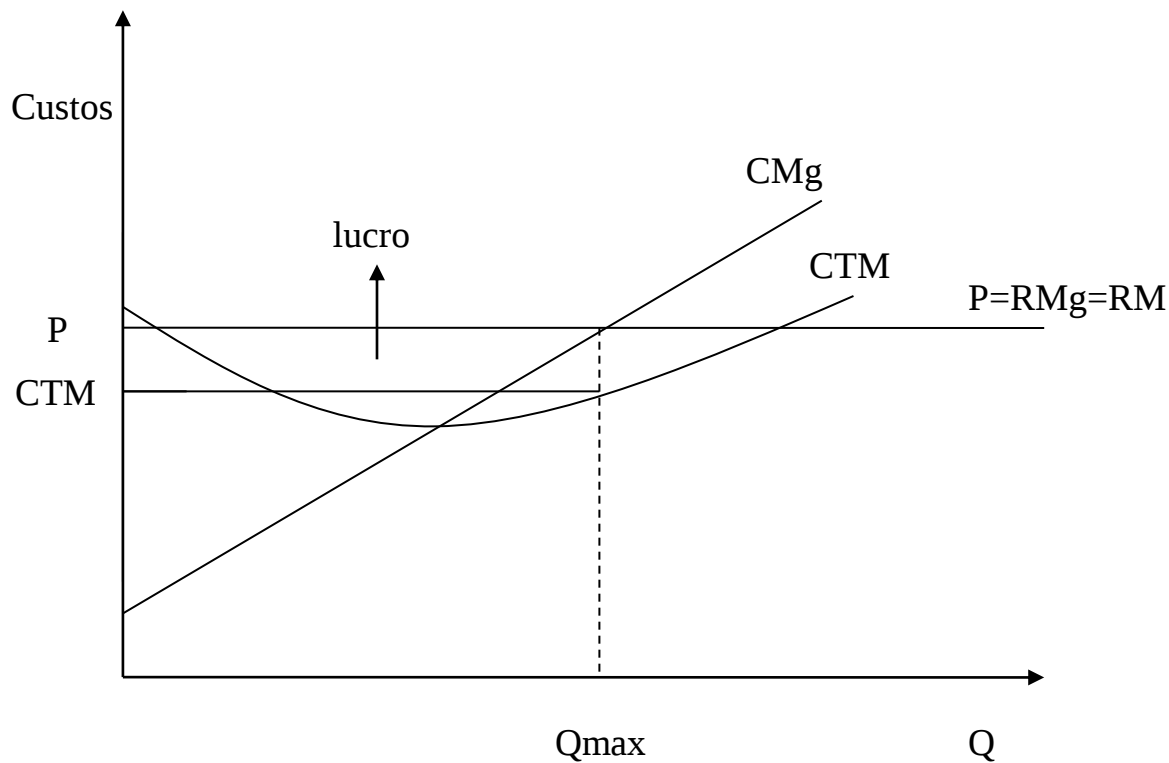


Figura 9: Empresa Competitiva com lucro

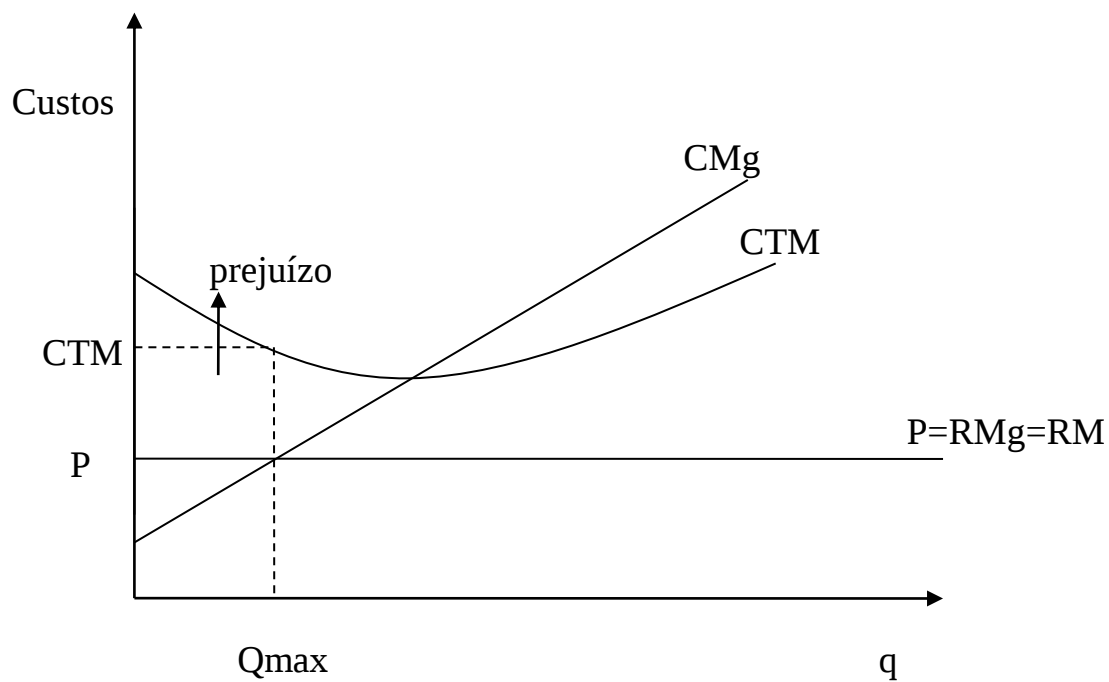


Figura 10: Empresa Competitiva com prejuízo

- A Curva de oferta de curto prazo do mercado competitivo é a soma das curvas de custo marginal das diversas firmas que atuam no mercado.

- A entrada e a saída de firmas que ocorre em um mercado competitivo fazem com que as empresas tenham lucro econômico igual a zero no longo prazo.

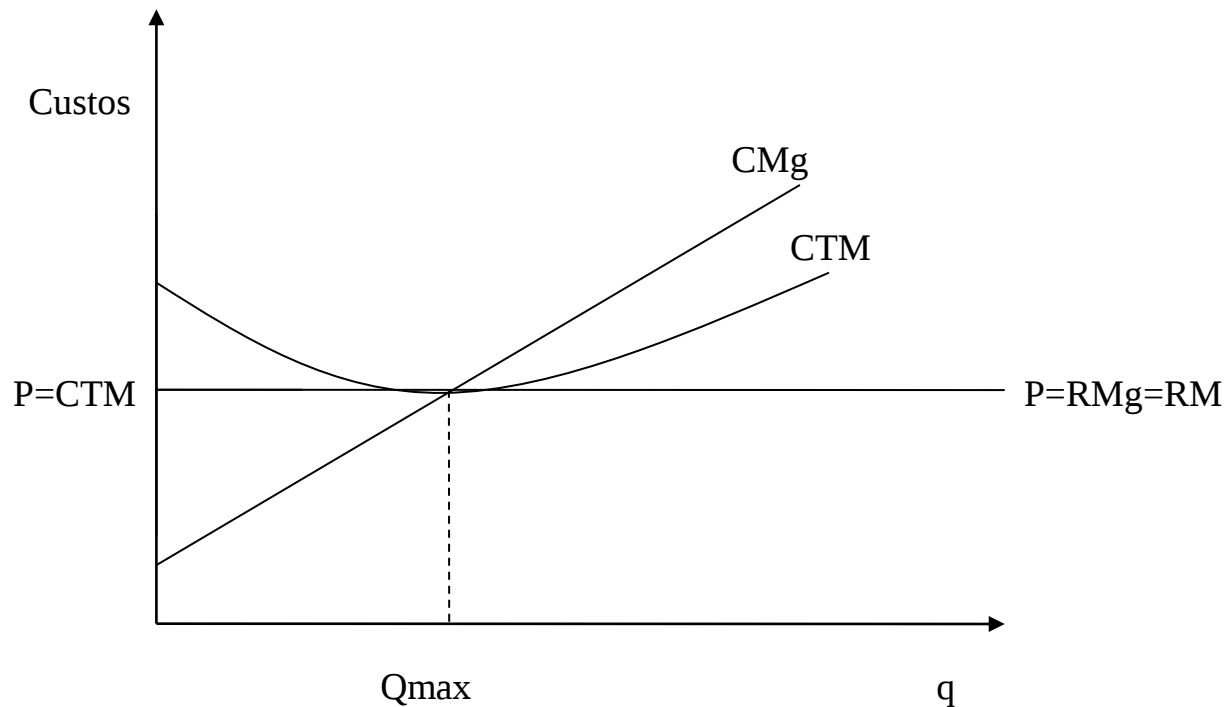


Figura 11: Condição de lucro zero para Empresas Competitivas

- Vejamos o motivo:

1. Caso o mercado seja lucrativo, haverá incentivo para a entrada de novas firmas. Com isso, haverá entrada de firmas, aumentando a oferta do bem, o que reduz o preço do mesmo, reduzindo o lucro das empresas.

Esse processo ocorre enquanto o lucro for positivo. Quando o preço cair a tal ponto que o lucro seja zero, acaba a entrada de firmas.

2. Caso o mercado seja deficitário, haverá incentivo para a saída de firmas do mercado. Com isso, haverá saída de firmas, reduzindo a oferta do bem, o que eleva o preço do mesmo, aumentando o lucro das empresas.

Esse processo ocorre enquanto o lucro for negativo. Quando o preço subir a tal ponto que o lucro seja zero, acaba a saída de firmas.

- Se o lucro econômico das firmas em um mercado competitivo é zero, por que as firmas continuam operando?
- Isso ocorre porque o custo total engloba os custos de oportunidade.
- Logo, no equilíbrio de lucro zero, a receita da empresa precisa compensar o custo de oportunidade dos recursos e tempos investidos pelos proprietários das firmas.

- Deslocamentos da Demanda sobre o mercado...
 - ✓ Deslocamento das curvas de demanda afeta o funcionamento dos mercados competitivos.
- Isso ocorre porque um deslocamento da demanda pelo bem afeta o preço de equilíbrio do mercado, o que impacta no lucro das firmas.

- Impactos de um aumento da demanda
 1. Uma elevação na demanda pelo bem eleva o preço de mercado do bem.

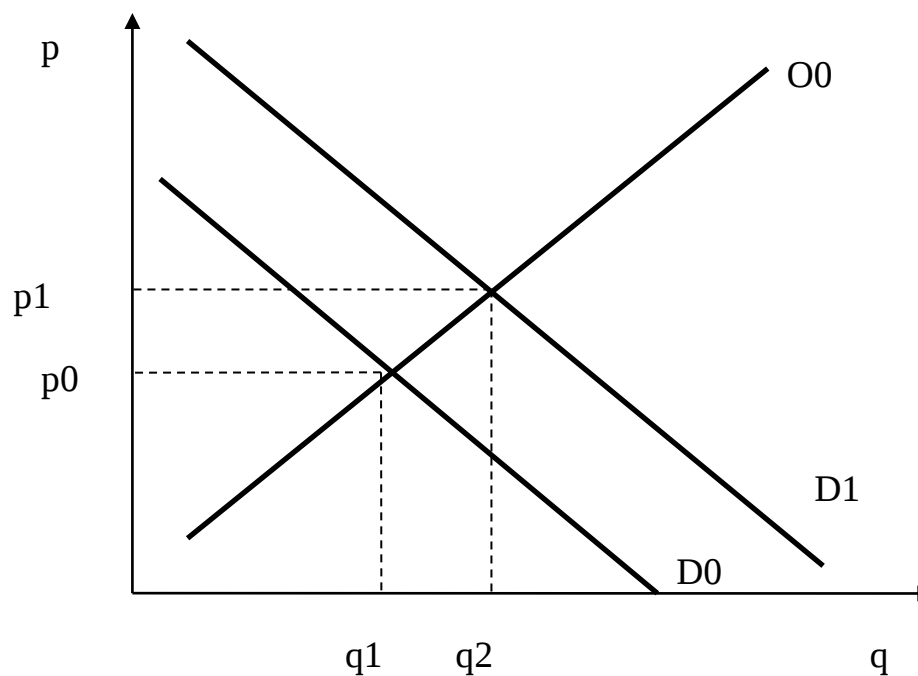


Figura 12: Elevação da demanda pelo bem

2. O aumento do preço do bem eleva o lucro das firmas nesse mercado.

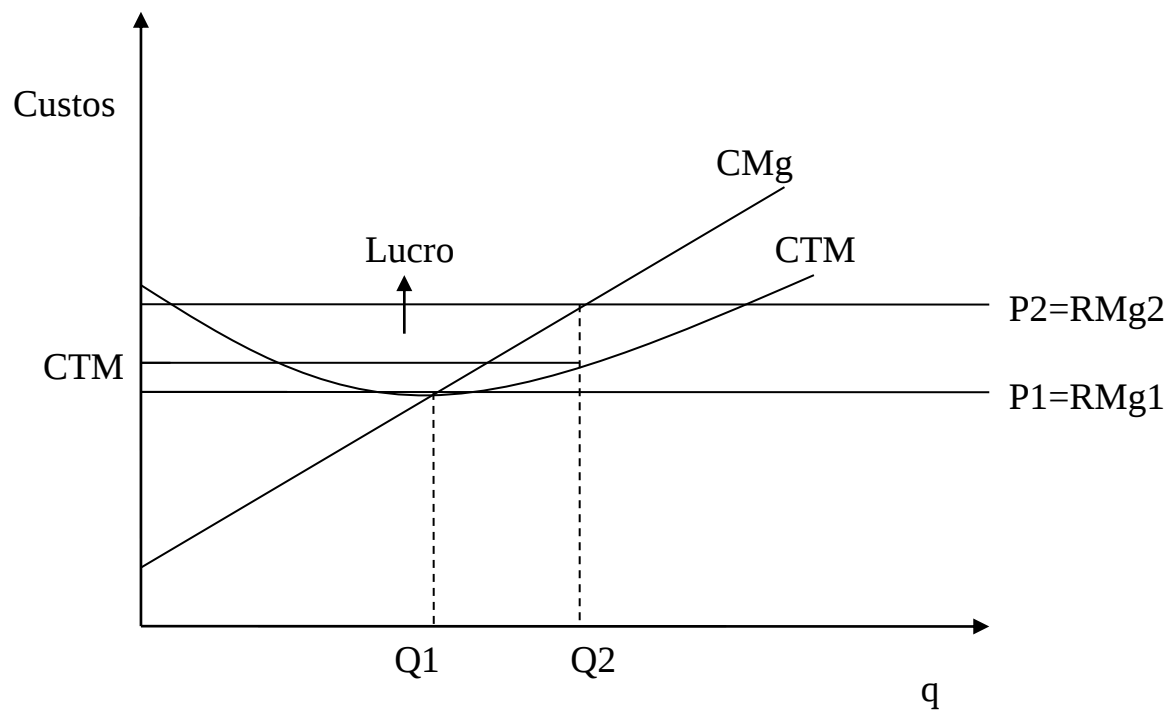


Figura 13: Efeito de um aumento da demanda pelo bem

3. O lucro positivo incentiva a entrada de firmas no mercado ampliando a oferta.

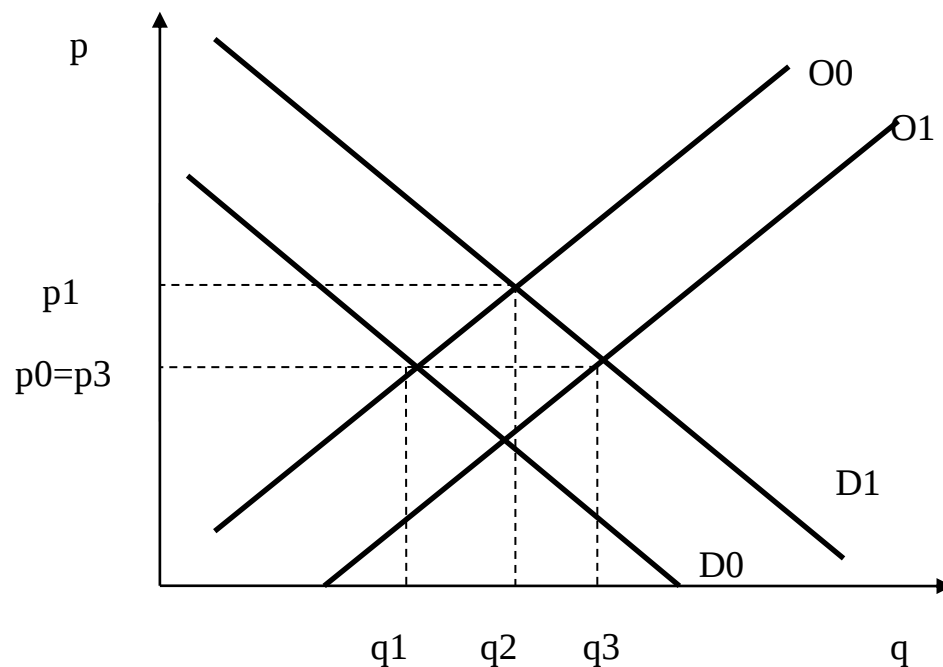


Figura 14: Elevação da demanda, eleva os lucros e estimula a entrada de novas firmas.

- A reta horizontal $q=p_0=p_3$ é a curva de oferta de longo prazo.
- Essa curva é horizontal porque não existem deseconomias externas ao mercado. Ou seja, a elevação da oferta do bem não acarreta elevação dos custos das firmas que atuam nesse mercado.
- Em mercados não competitivos, a elevação da oferta da firma pressiona a demanda pelo insumo, elevando o preço dos mesmos e os custos.
- Logo, torna a curva de oferta positivamente inclinada.

4. A ampliação da oferta reduz o preço do bem. As firmas continuam entrando no mercado até o preço voltar ao nível inicial e o lucro econômico voltar a ser zero.

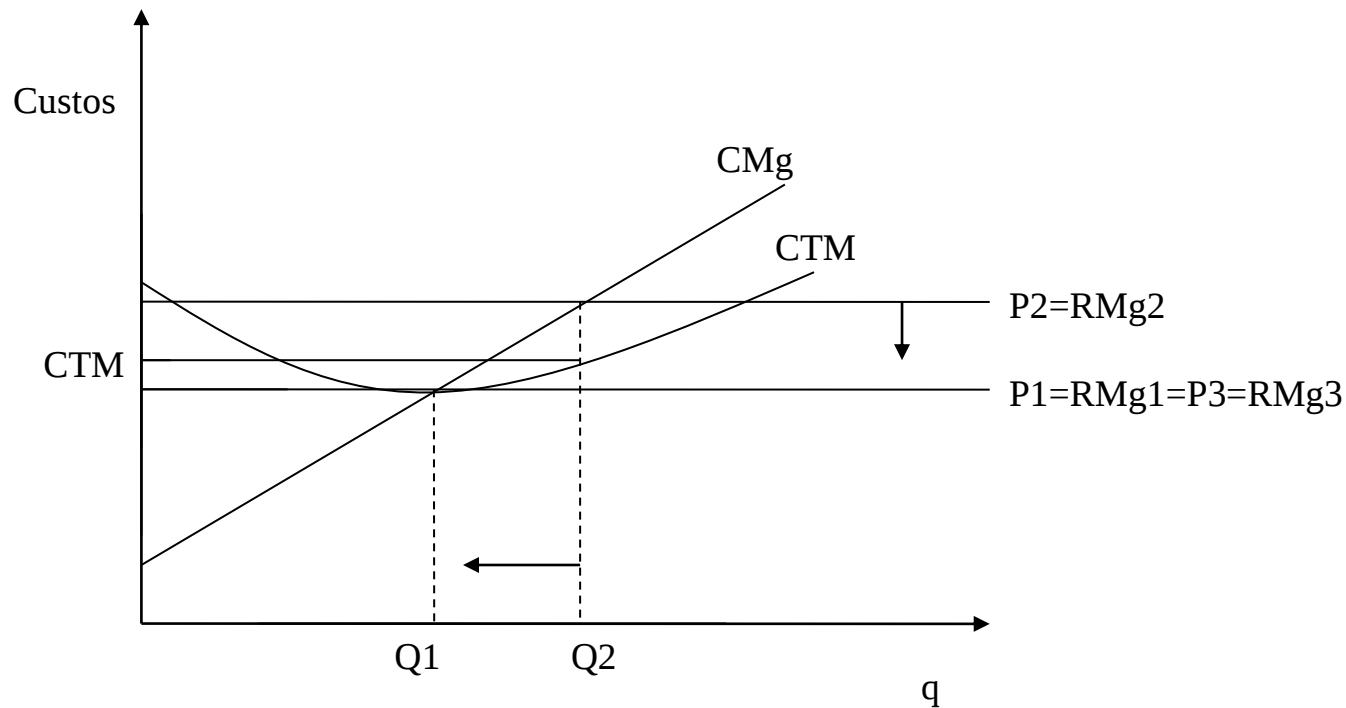


Figura 15: Entrada de novas firmas reduz os preços e as firmas voltam a ter lucro zero

■ Básica:

—Mankiw, G. M. *Princípios de Microeconomia*. São Paulo: Thomson, 2005. Cap. 13 ao 17.

—Hall, R.; M. Lieberman. *Microeconomia: princípios e aplicações*. São Paulo: Thomson, 2003.