



PRO3821 - Fundamentos de Economia

2º Semestre 2023; Quintas 13h10

Prof. Dr. Erik Rego



EXCEDENTES





- *Excedente do consumidor* mede o bem estar econômico pelo ponto de vista do comprador
- *Excedente do produtor* mede o bem estar econômico do ponto de vista do vendedor



- *Disposição para pagar* é a quantia máxima que um comprador pagará por um bem.
 - Mede o quanto o comprador avalia o bem ou serviço.
- *Excedente do consumidor* é a quantia que o comprador está disposto a pagar pelo bem menos a quantia que ele realmente paga. Mede o benefício que os compradores obtêm por sua participação no mercado.
 - Mede o benefício que os compradores obtêm de um bem tal como percebido pelos próprios compradores → medida de bem-estar econômico.



EXEMPLO: LEILÃO DE ÁLBUM RARO DO ELVIS



- A *disposição para pagar* de quatro possíveis compradores é dada pela tabela abaixo:

Buyer	Willingness to Pay
John	\$100
Paul	80
George	70
Ringo	50

- Se John oferecer 1centavo a mais do que a disposição de Paul, ele compra o álbum por \$20 a menos do que estaria disposto a pagar. John recebe um *excedente do consumidor* de \$20.



EXEMPLO: LEILÃO DE ÁLBUM RARO DO ELVIS



- Se dois álbuns são vendidos, e, ao mesmo preço, o leilão se encerraria quando Paul oferecesse um centavo a mais do que a *disposição para pagar* de George.

Buyer	Willingness to Pay
John	\$100
Paul	80
George	70
Ringo	50

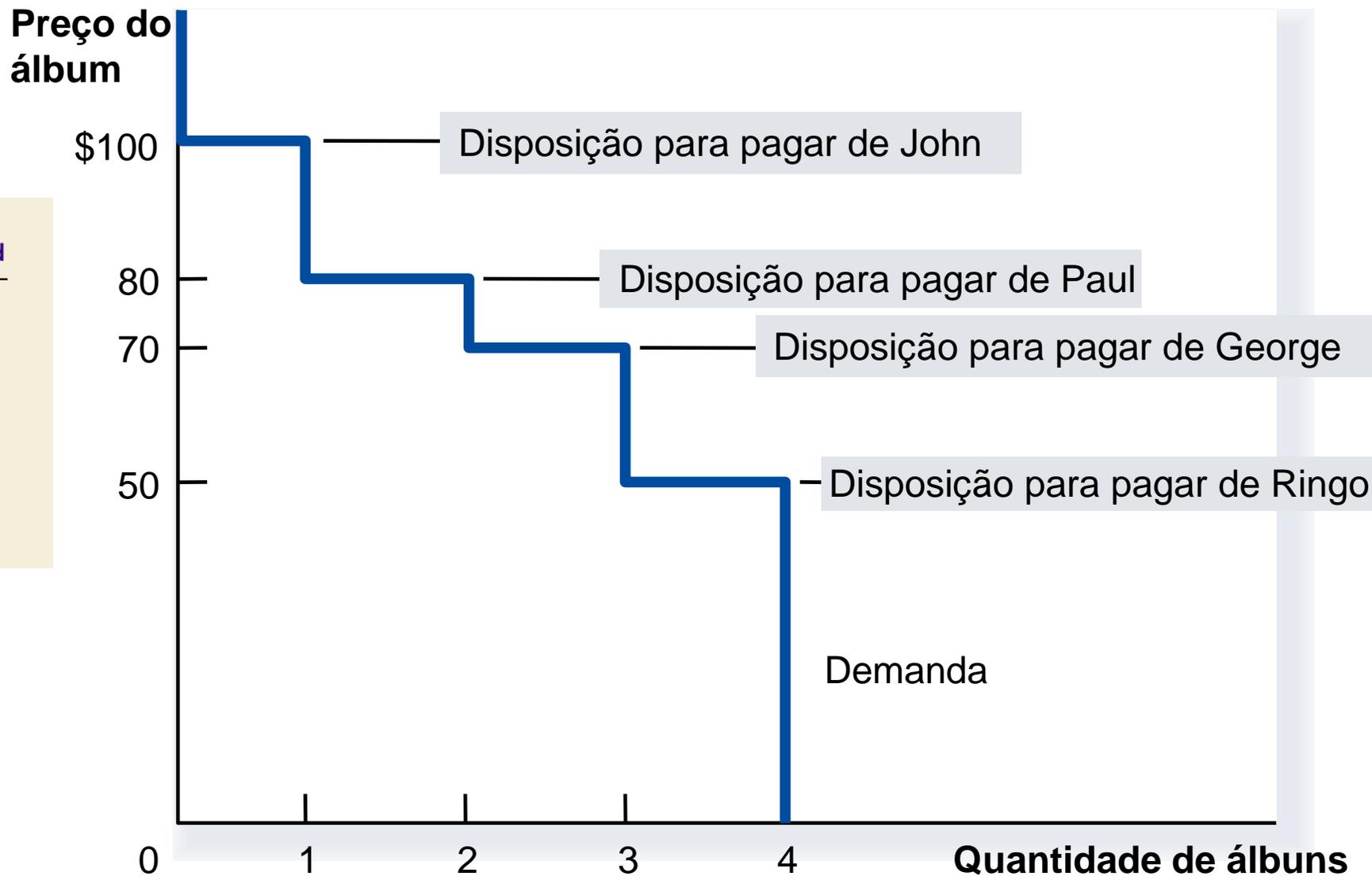
- John recebe um *excedente do consumidor* de \$30.
- Paul recebe um *excedente do consumidor* de \$10.



CURVA DE DEMANDA



Price	Buyers	Quantity Demanded
More than \$100	None	0
\$80 to \$100	John	1
\$70 to \$80	John, Paul	2
\$50 to \$70	John, Paul, George	3
\$50 or less	John, Paul, George, Ringo	4



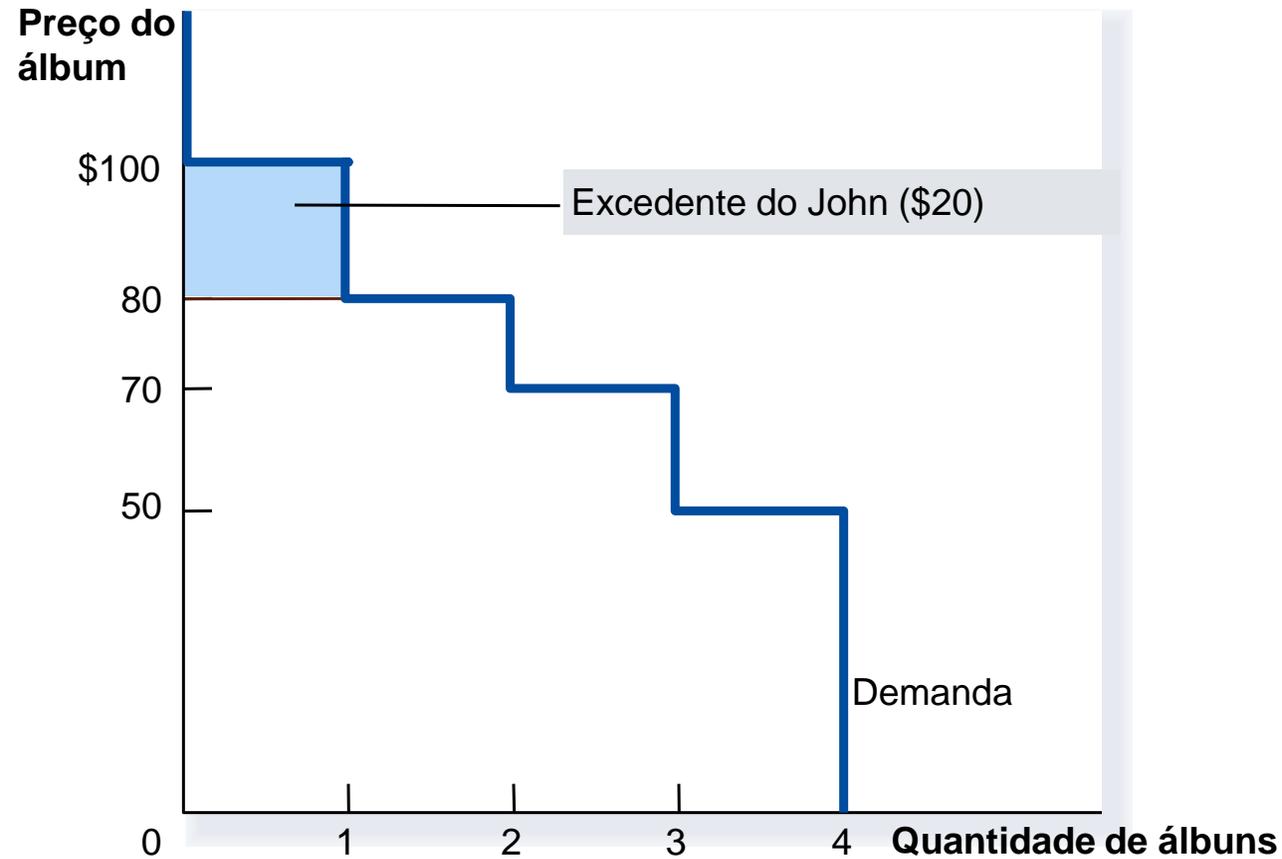


MEDINDO O EXCEDENTE DO CONSUMIDOR



Quando apenas um álbum é vendido

(a) Preço = \$80

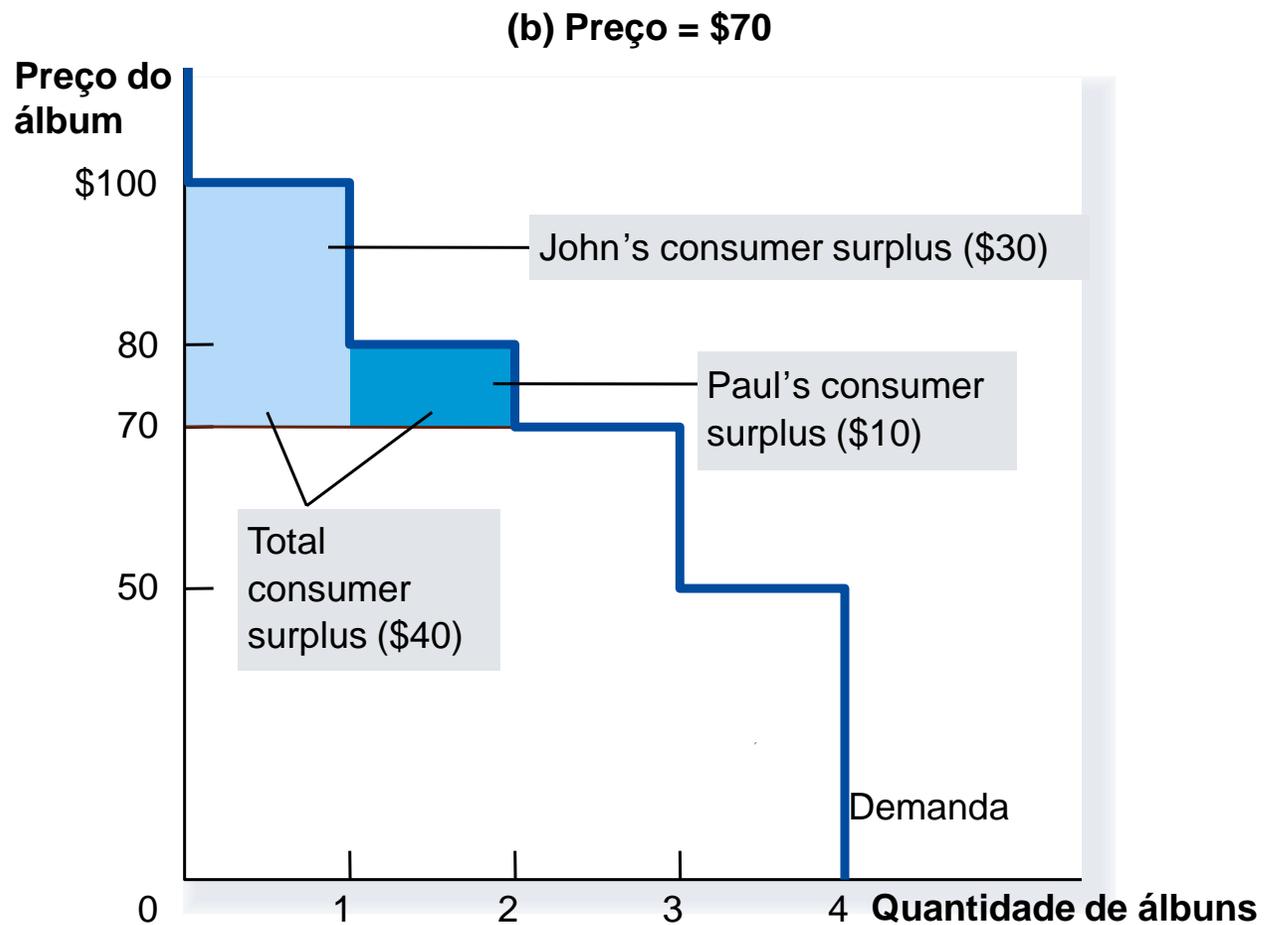




MEDINDO O EXCEDENTE DO CONSUMIDOR



Quando dois álbuns são vendidos

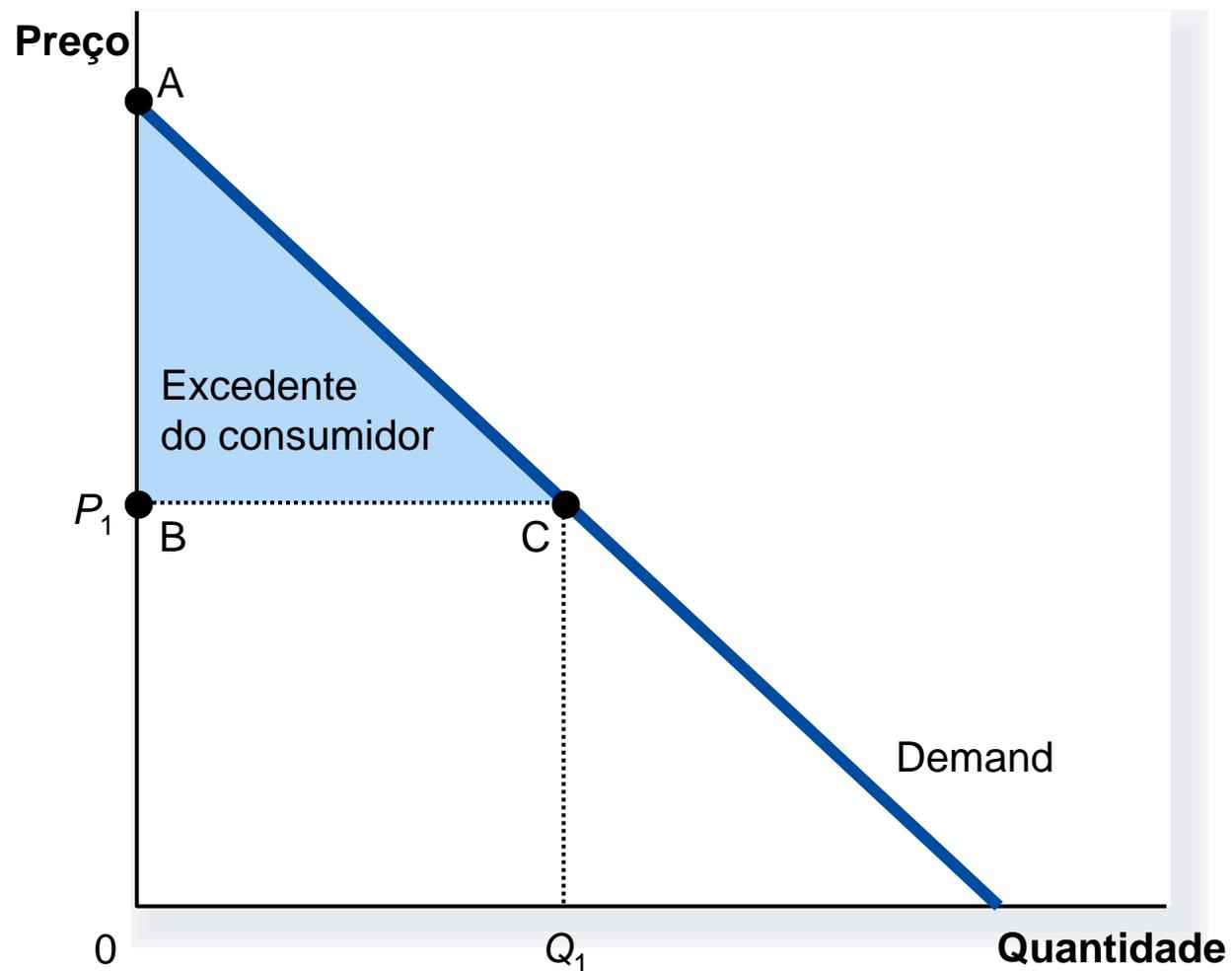




A ÁREA ABAIXO DA CURVA DE DEMANDA E ACIMA DO PREÇO MEDE O EXCEDENTE DO CONSUMIDOR EM UM MERCADO



(a) Excedente do consumidor ao preço P_1

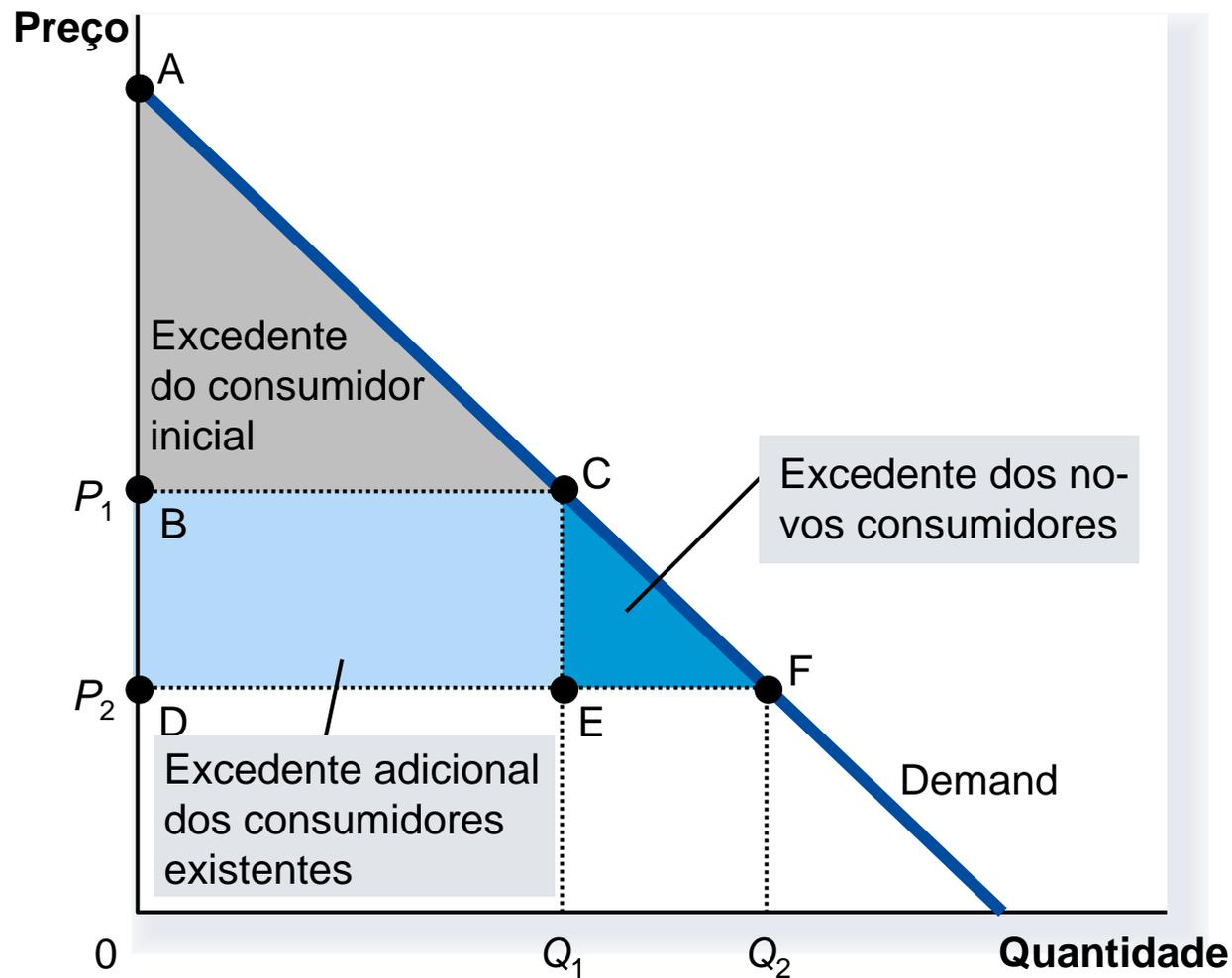




QUEDA DO PREÇO: → AUMENTA EXCEDENTE DE CONSUMIDORES JÁ EXISTENTES → E GERA EXCEDENTE PARA NOVOS CONSUMIDORES



(b) Excedente do consumidor ao preço P_2





EXCEDENTE DO PRODUTOR



- *Excedente do produtor* é a quantia que um vendedor recebe por um bem menos seu custo de oportunidade.

Mede o benefício que os vendedores extraem de sua participação num mercado.



EXEMPLO: COTAÇÃO PARA PINTURA DA SUA CASA



- O *custo de oportunidade / disposição para vender seus serviços* de quatro possíveis pintoras é dada pela tabela abaixo:

Seller	Cost
Mary	\$900
Frida	800
Georgia	600
Grandma	500

- Se Grandma oferecer 1centavo a menos do que Georgia, ela pega o serviço, e tem um *excedente do produtor* de \$100.



EXEMPLO: COTAÇÃO PARA PINTURA DA SUA CASA



- Se duas casas serão pintadas, Georgia e Grandma podem oferecer seus serviços por um centavo a menos do que a *disposição para trabalhar* de Frida.

Seller	Cost
Mary	\$900
Frida	800
Georgia	600
Grandma	500

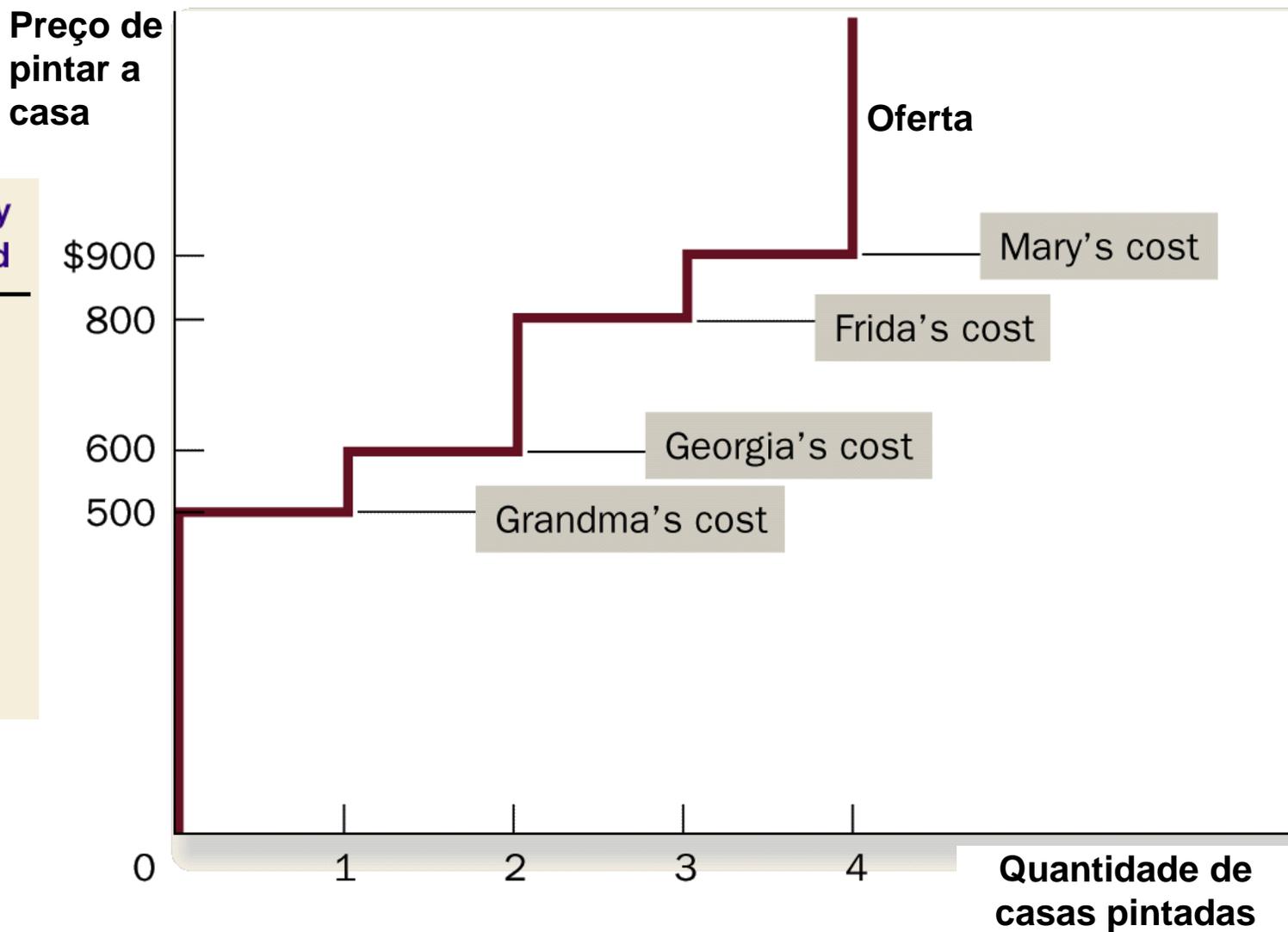
- Grandma recebe um *excedente do produtor* de \$300.
- Georgia recebe um *excedente do produtor* de \$200.
- O *excedente do produtor* do mercado é \$500.



CURVA DE OFERTA



Price	Sellers	Quantity Supplied
\$900 or more	Mary, Frida, Georgia, Grandma	4
\$800 to \$900	Frida, Georgia, Grandma	3
\$600 to \$800	Georgia, Grandma	2
\$500 to \$600	Grandma	1
Less than \$500	None	0



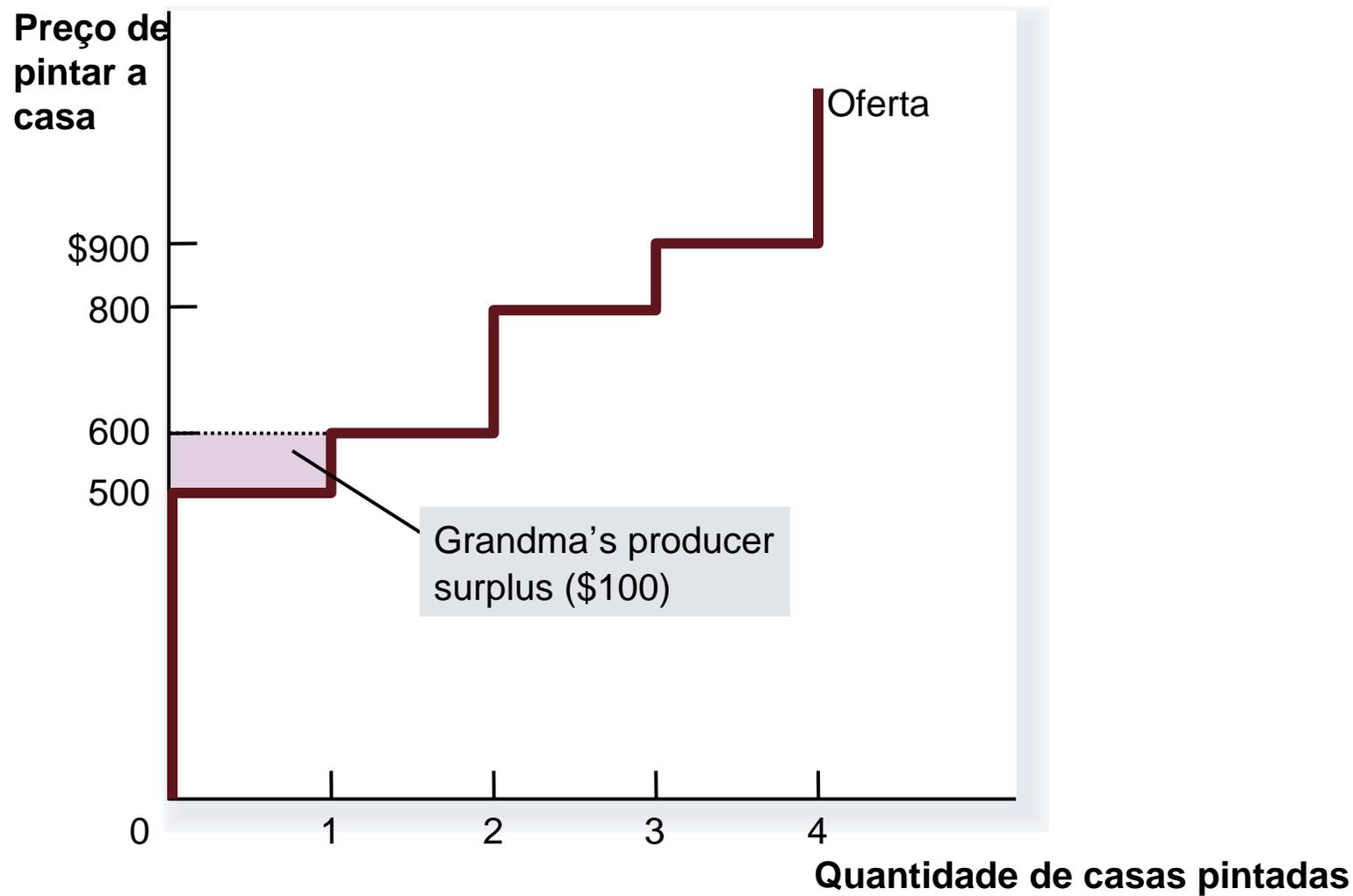


MEDINDO O EXCEDENTE DO PRODUTOR

- QUANDO SÓ UMA CASA É CONTRATADA -



(a) Preço = \$600



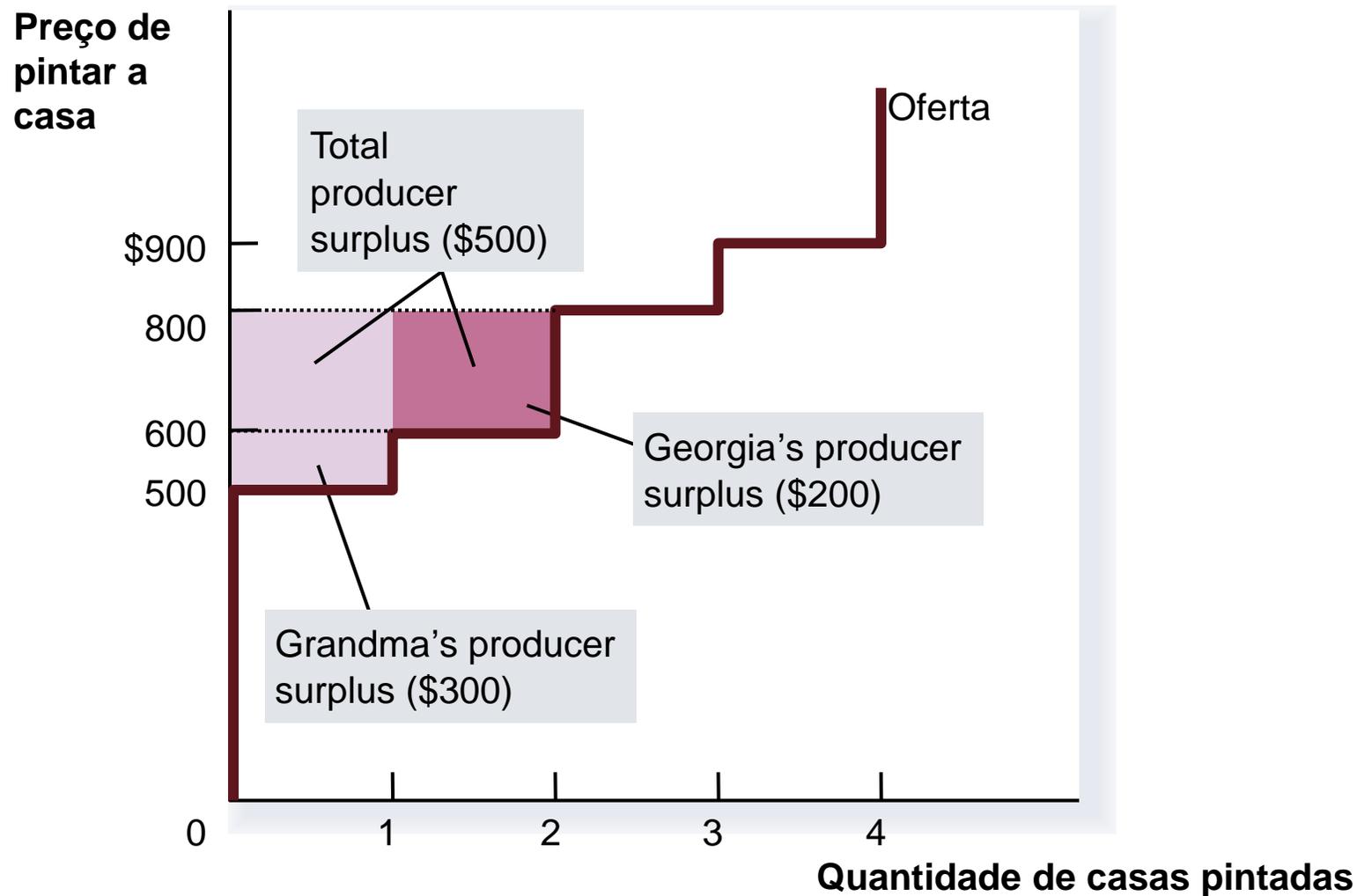


MEDINDO O EXCEDENTE DO PRODUTOR

- QUANDO DUAS CASAS SÃO CONTRATADAS -



(b) Preço = \$800

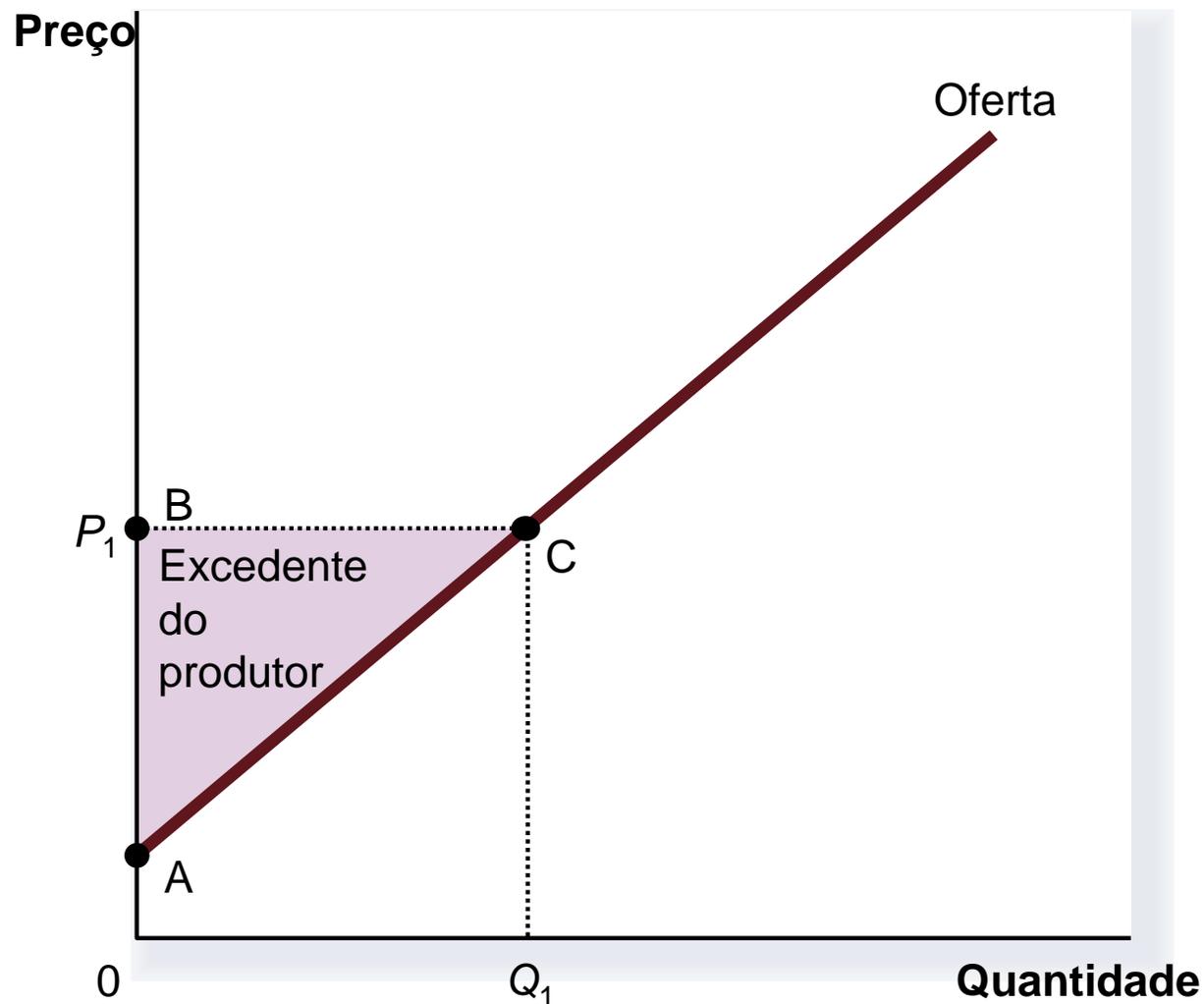




A ÁREA ABAIXO DO PREÇO E ACIMA DA CURVA DE OFERTA REPRESENTA O EXCEDENTE DO PRODUTOR EM UM MERCADO



(a) Excedente do produtor ao preço P_1

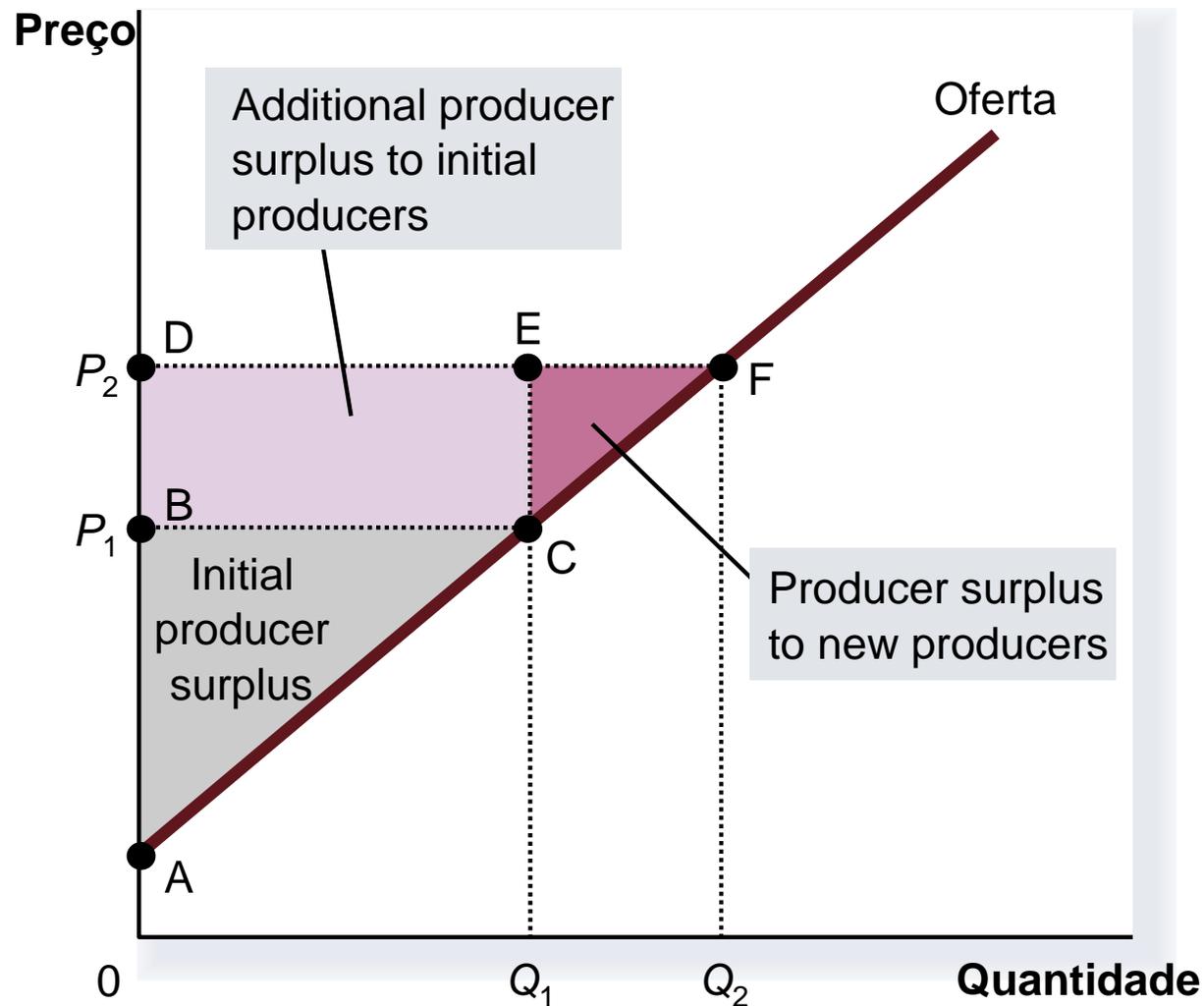




AUMENTO DO PREÇO AUMENTA EXCEDENTE DE PRODUTORES JÁ EXISTENTES, E GERA PARA NOVOS ENTRANTES

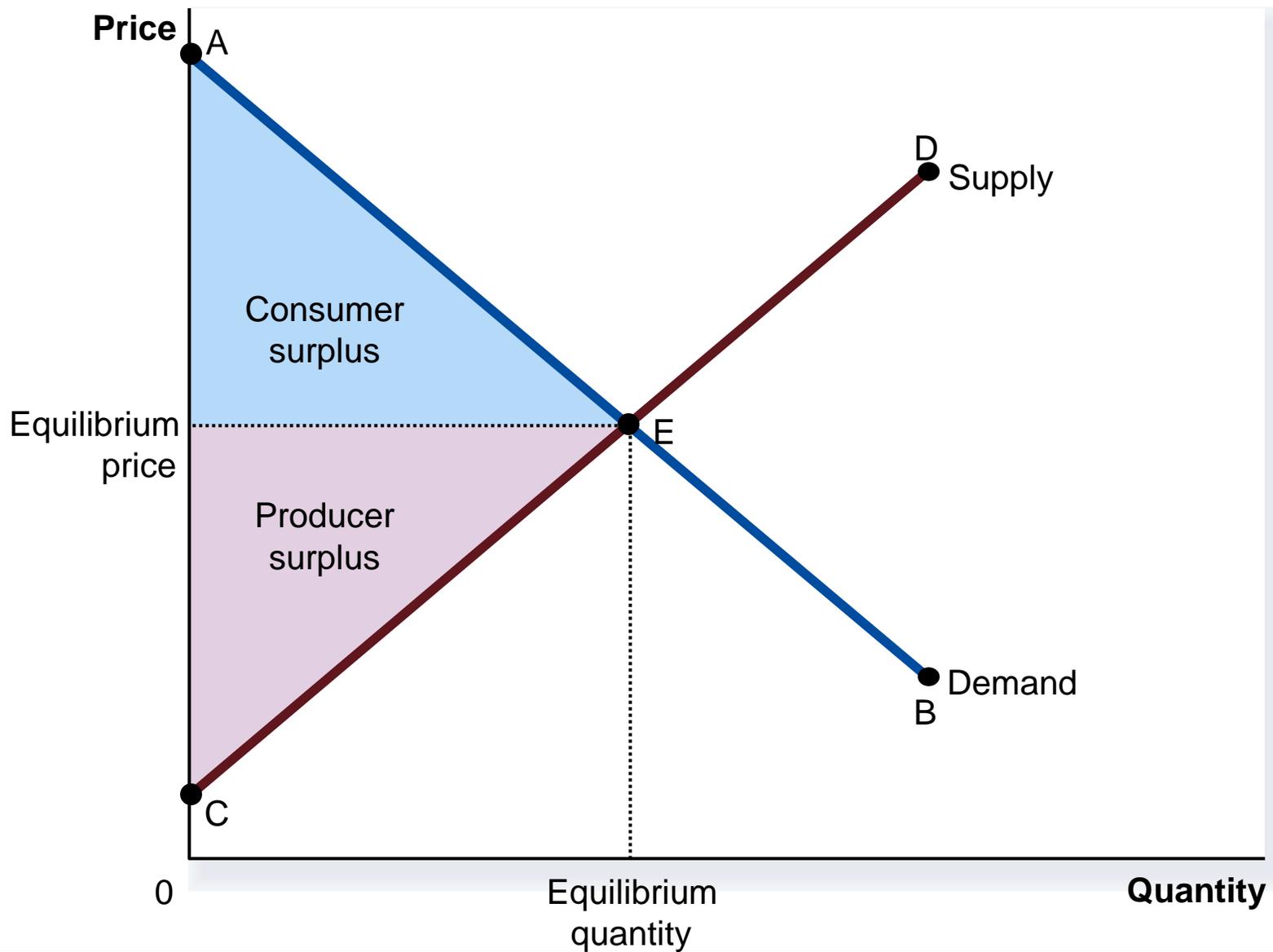


(b) Excedente do produtor ao preço P_2





EXCEDENTE DO MERCADO = EXCEDENTE DO CONSUMIDOR + DO PRODUTOR





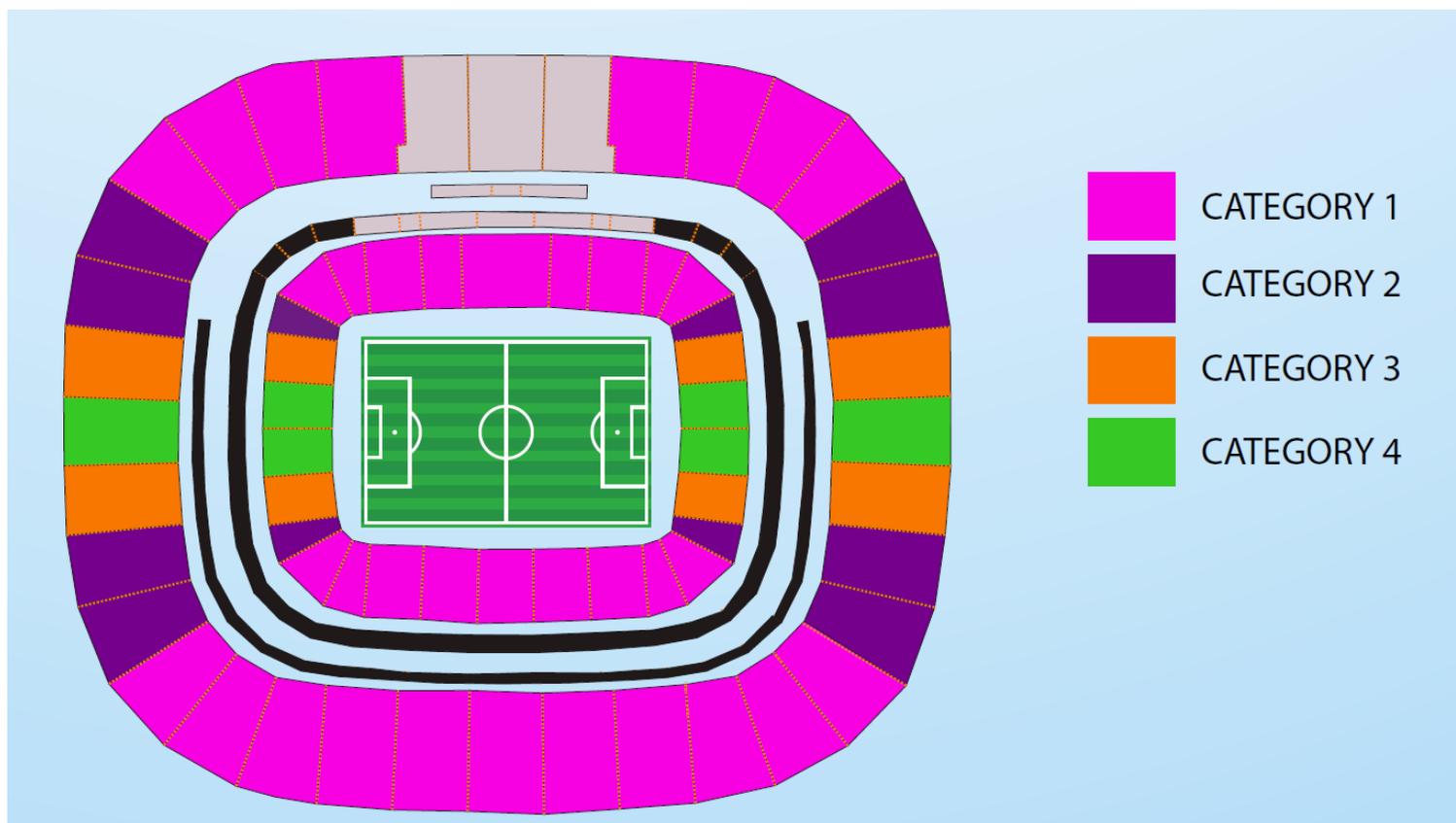
- A *discriminação de preços* é a prática de negócio de vender o mesmo bem, a preços diferentes para clientes diferentes, embora os custos para a produção sejam iguais
- A discriminação de preços não é possível quando um bem é vendido em um mercado competitivo, pois existem muitas empresas, todas vendendo ao preço de mercado. A fim de discriminar preço, a empresa deve ter algum poder de mercado.
- Discriminação de preços perfeita: situação em que o monopolista sabe exatamente a disposição a pagar de cada cliente e pode cobrar de cada cliente um preço diferente.
- Dois efeitos importantes de discriminação de preços:
 - Pode aumentar os lucros do monopolista.
 - Pode reduzir a perda do peso morto.



COMO OS VENDEDORES CONSEGUEM CAPTURAR O EXCEDENTE DO CONSUMIDOR?



- *Discriminação de preços*: exemplo – ingressos para Copa do Mundo de Futebol da FIFA



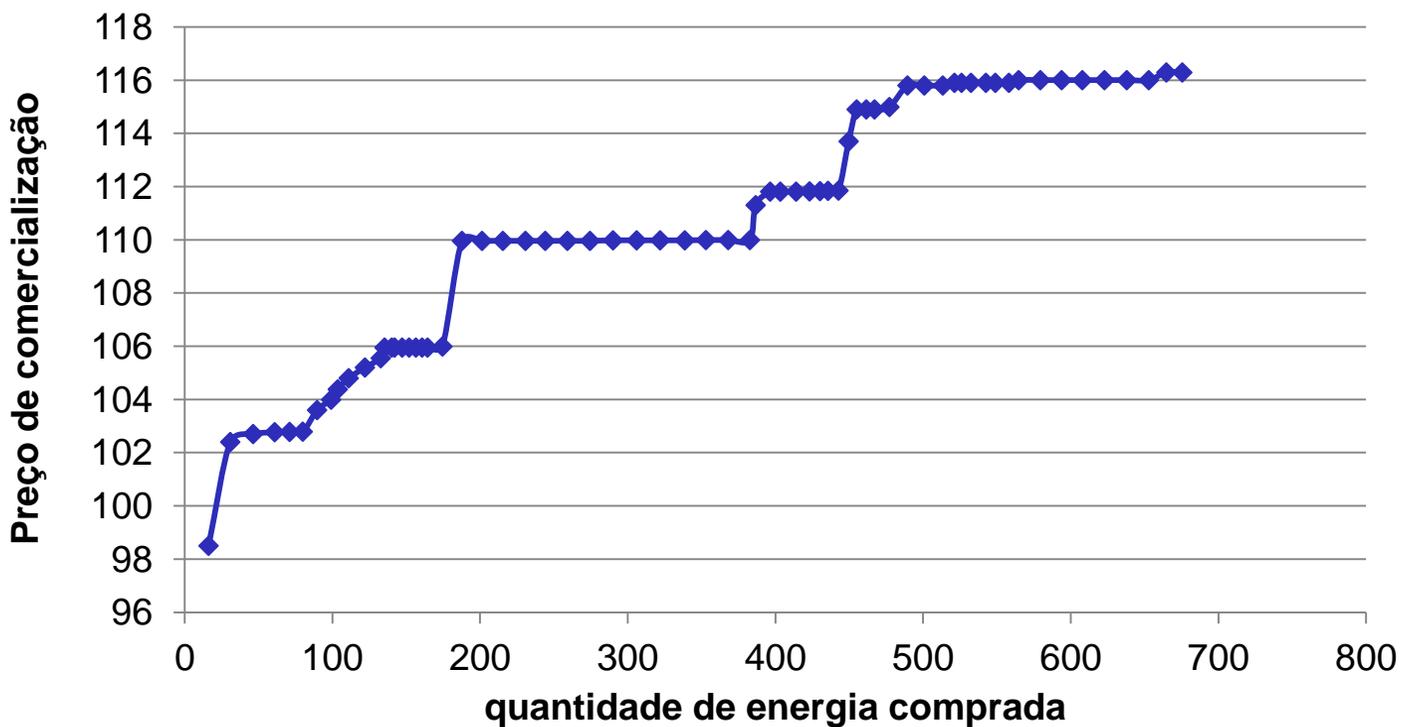


COMO SE CAPTURAR O EXCEDENTE DO PRODUTOR?



- *Preços discriminatórios*: exemplo – Leilão de compra de energia elétrica pelas empresas distribuidoras de energia (Eletropaulo, Light, etc.). Resultado do leilão de 23/agosto/2013:

Leilão de compra de energia elétrica





Obrigado

