

**Fagundes Consultoria Econômica    [jfag@unisys.com.br](mailto:jfag@unisys.com.br)**

**Escola Superior da Advocacia - ESA**

**CURSO DE DIREITO DA  
CONCORRÊNCIA E  
REGULAÇÃO**

**Noções de Microeconomia**

# Índice

- Fundamentos de Microeconomia: princípios básicos da teoria da demanda e da oferta; elasticidade preço e renda da demanda; elasticidade preço da oferta; maximização de lucros
- Excedente do consumidor e do produtor
- Estruturas de Mercado: estruturas de mercado; mercados perfeitamente competitivos, monopólios; concorrência monopolista e oligopólios
- Barreiras à entrada; poder de mercado e comportamento da firma
- Modelo de estrutura-conduta-desempenho

# Microeconomia – Definição e Problema

- Estudo do **comportamento** dos agentes individuais, consumidores ou firmas, em suas interações no mercado
- **Mercado**: resultado da interação entre compradores e vendedores
  - a) Compradores: indivíduos e firmas
  - b) Vendedores: empresas, trabalhadores e proprietários de Recursos
- Sociedade tem recursos escassos e necessidades ilimitadas  
→ como alocar os recursos na produção de bens da melhor forma possível?

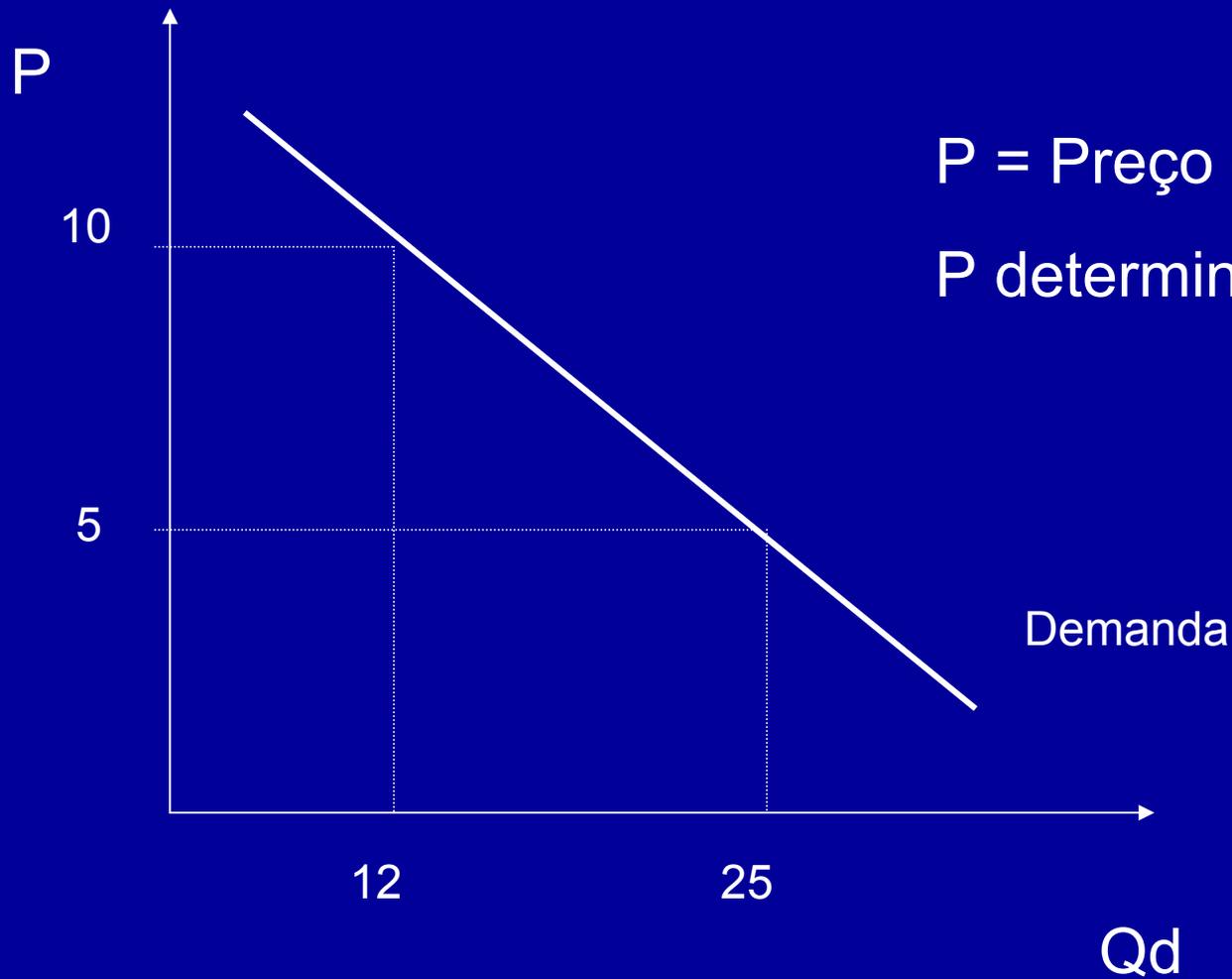
# Microeconomia - Princípios Importantes:

- A) **Consumidores otimizam seu consumo**, isto é, compram a melhor cesta de bens que seus orçamentos permitem, de acordo com suas preferências
  
- B) **Firmas maximizam lucros**, ou seja, as empresas tem o objetivo de obter o maior lucro possível, dada as condições do ambiente competitivo e os custos de aquisição de insumos →  $R_{mg} = C_{mg}$
  
- C) **Equilíbrio**: preço de mercado reflete o ajustamento entre a oferta e a demanda

# Oferta e Demanda

- A) Todo vendedor gostaria de saber o preço de reserva dos consumidores**
  
- B) Preço de Reserva:** é o maior preço que um indivíduo aceita para comprar um determinado bem ou serviço
  
- C) Curva de Demanda** → mostra a quantidade que os consumidores querem adquirir para cada preço unitário que tenham que pagar

# Curva de Demanda

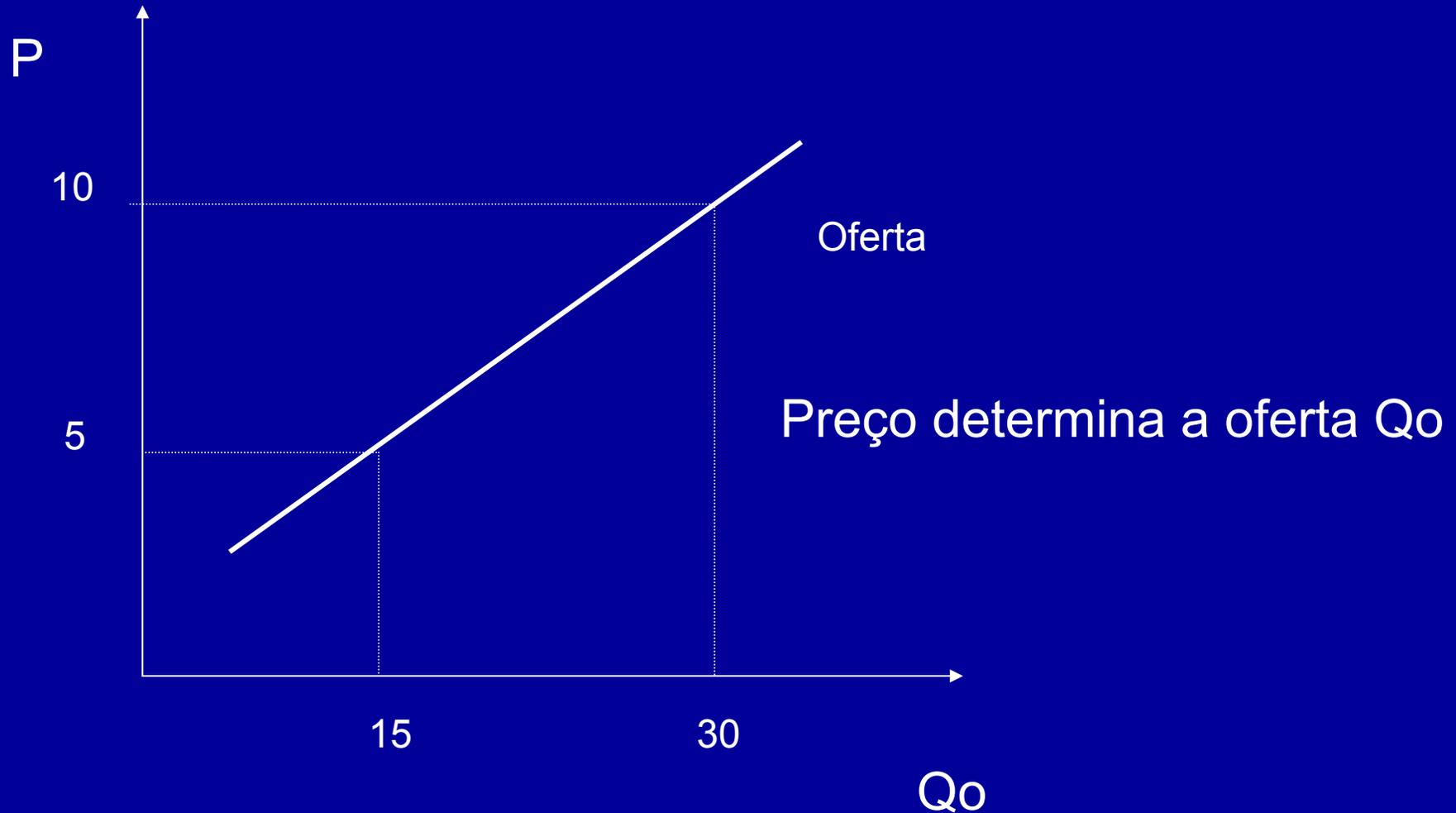


P = Preço de Reserva

P determina a quantidade

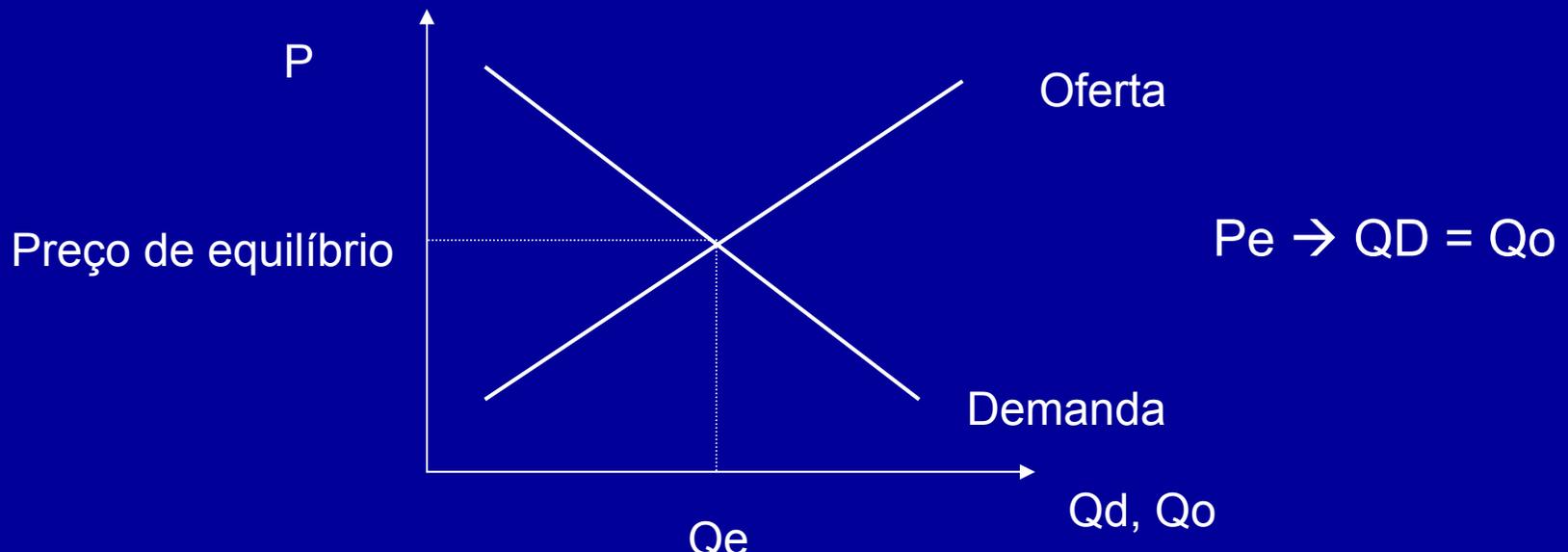
Demanda

**Curva de Oferta** → Informa a quantidade que os vendedores *desejam* ofertar a cada preço possível de mercado (competitivo)

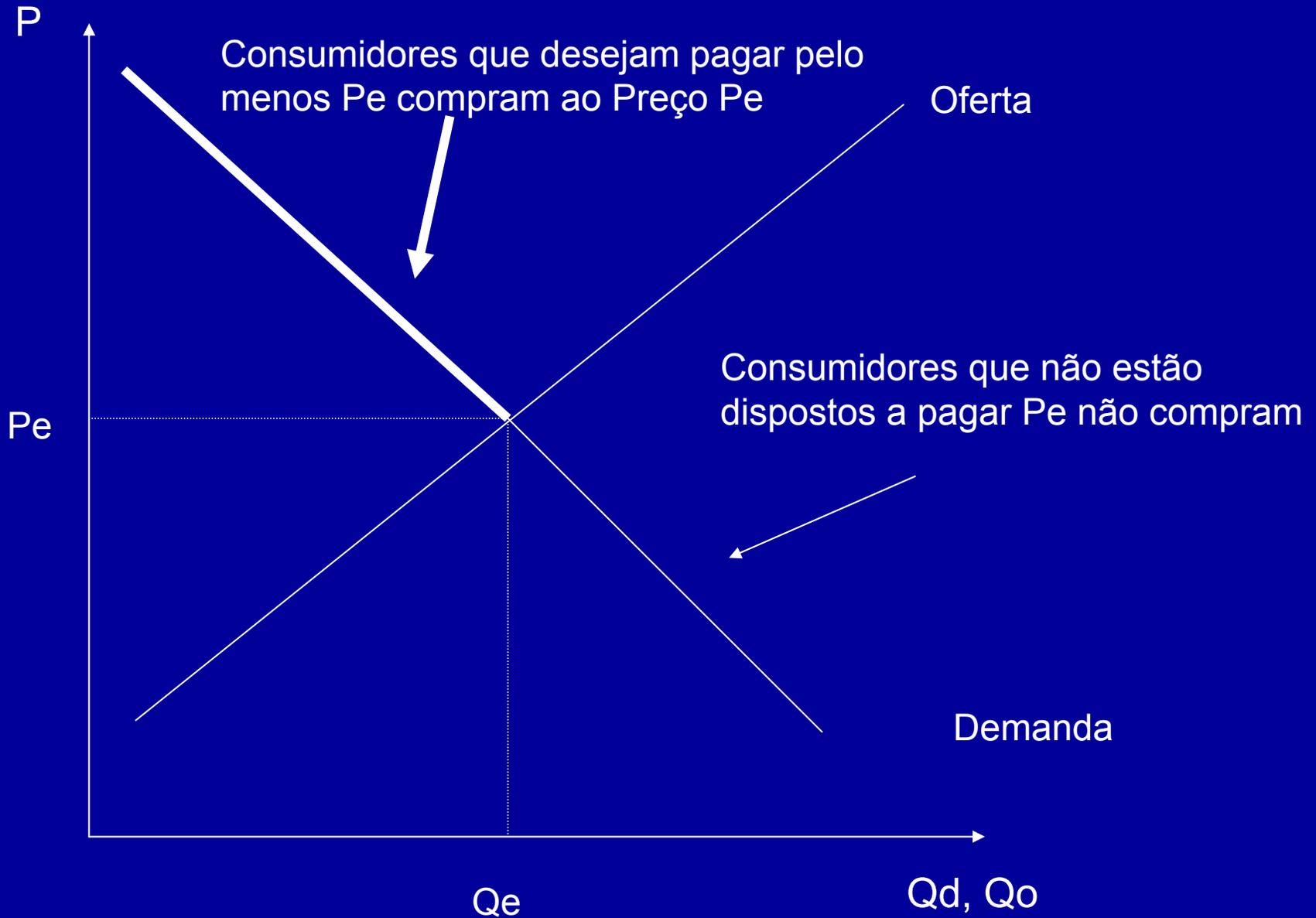


# Equilíbrio de Mercado

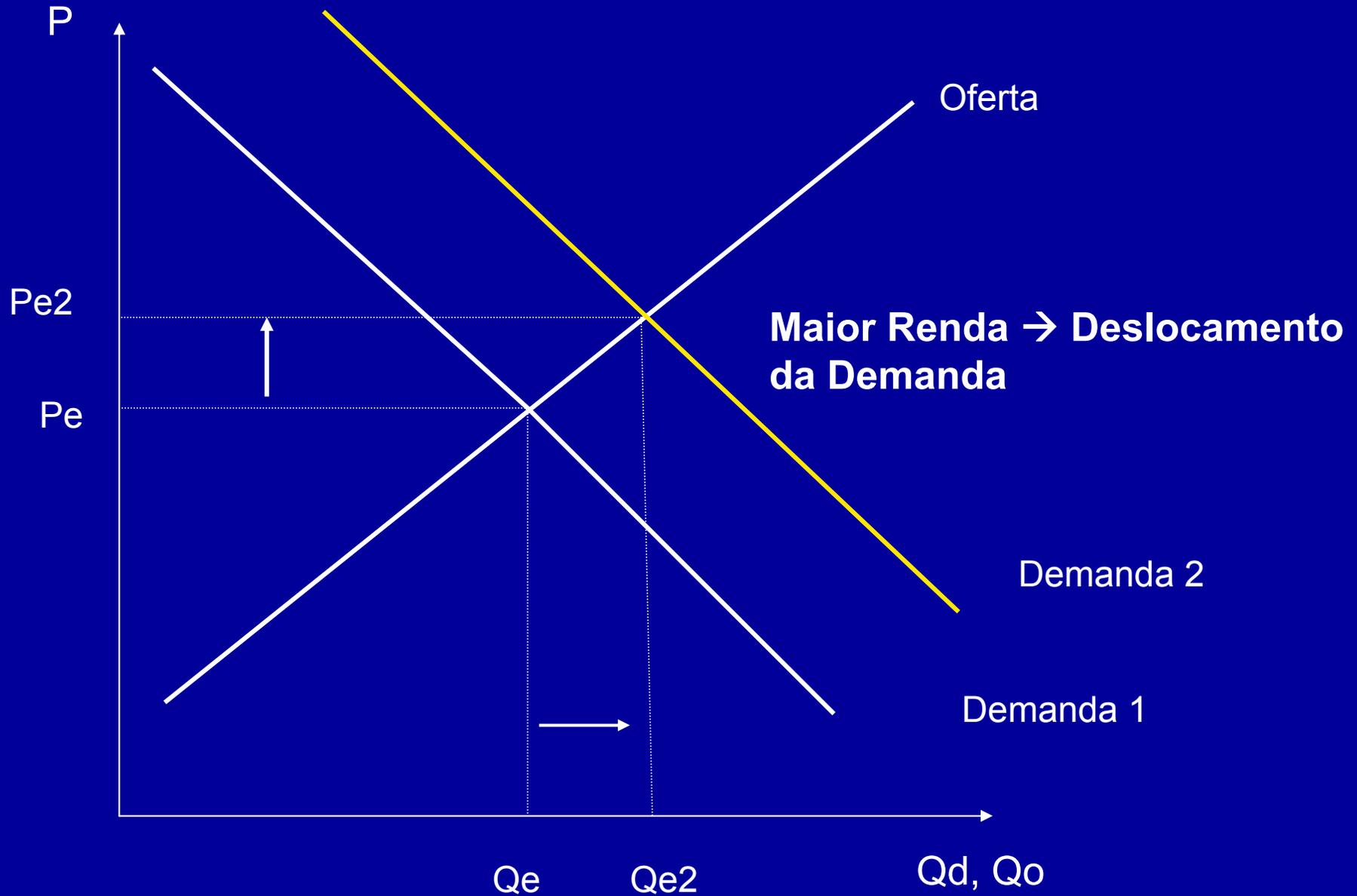
- O preço e a quantidade de equilíbrio, ou seja, o preço e a quantidade que efetivamente serão observados, são dados pelo encontro das curvas de oferta e demanda
- O equilíbrio é obtido pelo mecanismo de mercado e uma vez alcançado não há tendência à mudança



# Equilíbrio no Mercado Competitivo



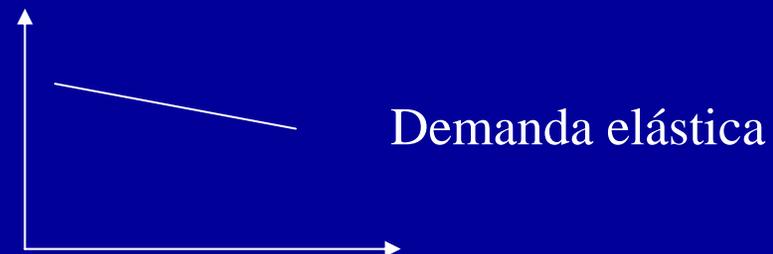
# Deslocamento da Demanda



- **Cuidado:** Deslocamento da curva de demanda (oferta) é diferente de deslocamentos ao longo da mesma curva de demanda (oferta)
  
- Fatores que provocam o deslocamento da demanda:
  - A) Mudanças na Renda
  - B) Mudanças nos Preços de Bens Substitutos (Concorrentes) ou Complementares (que “ajudam” na venda do bem)
  - C) Mudanças nos Gostos dos Consumidores
  
- Fatores que provocam o deslocamento da oferta
  - A) Mudanças nos preços dos insumos
  - B) Mudanças na Tecnologia

# Elasticidades

- A elasticidade é uma medida da sensibilidade de uma variável a mudanças em outra variável
- **Elasticidade preço da demanda ( $\eta$ ):** quando o preço de um bem sobe, sabemos que a quantidade demandada caiu. Mas quanto? Elasticidade preço do bem X mede a sensibilidade da quantidade demandada pelos consumidores diante de variações no preço de mercado do bem X
- Exemplo: se elasticidade preço do bem X é  $-2$ , aumentos de preço de 10% geram redução na quantidade demandada de 20%



## Elasticidade Preço da demanda:

- A) **Inelástica** = elasticidade entre 0 e  $-1$  → quando o preço sobe, a quantidade cai menos do que proporcionalmente
  - B) **Elástica** = elasticidade menor do que  $-1$  → quando o preço sobe, a quantidade cai mais do que proporcionalmente
  - C) **Unitária** = igual a 1 → quando o preço sobe, a quantidade cai na mesma proporção
- 
- **Cuidado:** elasticidade preço da demanda do mercado é diferente da elasticidade preço da demanda da firma

## Outras Elasticidades:

- **Elasticidade preço cruzada:** mede o quanto a demanda do bem X muda quando o preço do bem Y se altera:
  - a) **Bens substitutos:** elasticidade preço cruzada é positiva → o preço do bem X aumenta e a quantidade demandada de Y aumenta (margarina e manteiga)
  - b) **Bens Complementares** → o preço do bem X aumenta e a quantidade demandada de Y diminui (gasolina e óleo de motor)

## Outras Elasticidades:

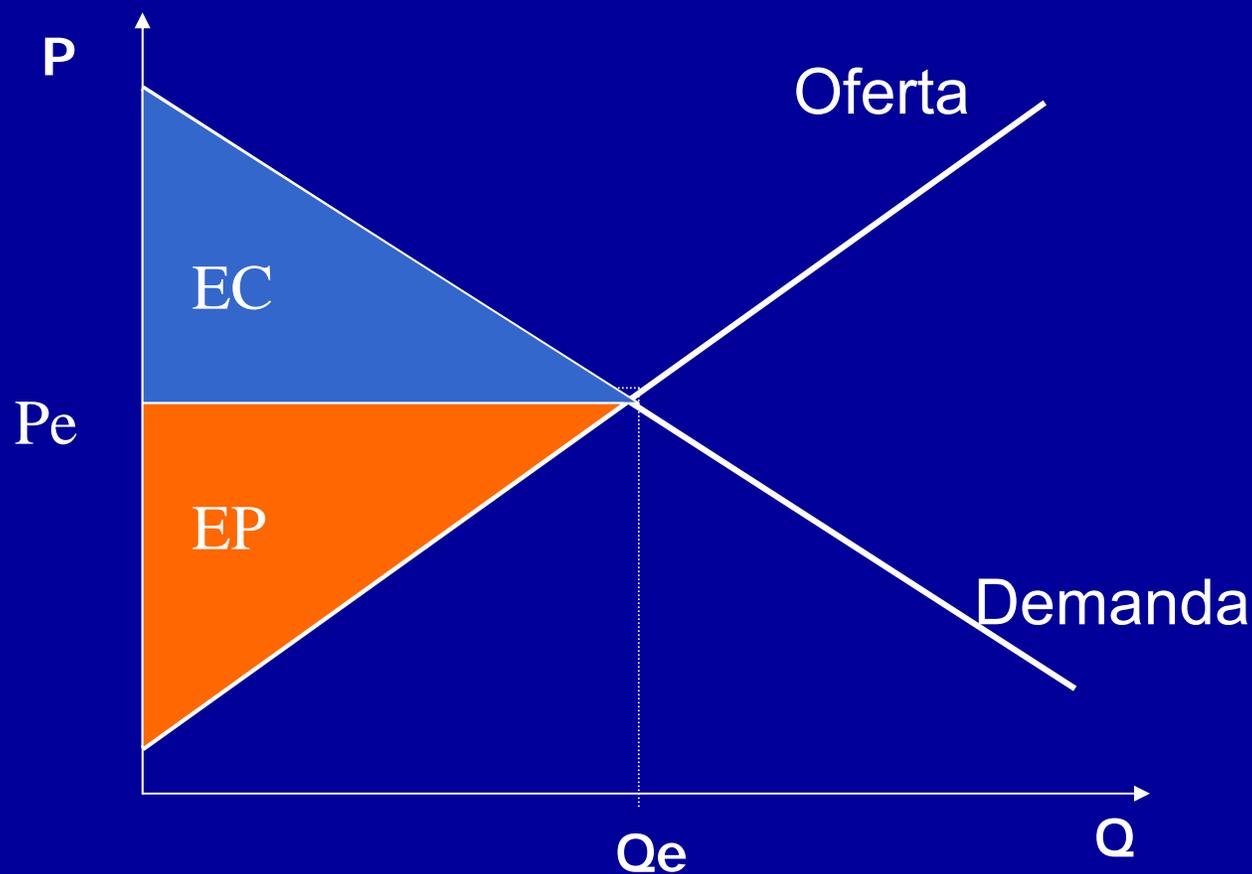
- **Elasticidade renda:** sensibilidade da demanda por um bem diante de alterações na renda
  - A) Bens Normais: Elasticidade positiva  $\rightarrow$  maior renda, maior demanda
  - B) Bens Inferiores: Elasticidade negativa  $\rightarrow$  maior renda, menor demanda
  - C) Bens de Luxo: elasticidade positiva e maior do que 1  $\rightarrow$  demanda aumenta mais do que proporcionalmente quando renda cresce
- **Elasticidade preço da oferta:** mede o quanto a oferta do bem X muda quando o preço do bem X se altera
- Observação geral: Elasticidade  $\varepsilon_{x,y} = \frac{\% \Delta X}{\% \Delta Y}$

# Excedente do Consumidor e do Produtor

- **Excedente do Consumidor (EC)** → diferença entre o preço de reserva (desejo) e o preço de equilíbrio de mercado (realidade), ou seja, entre o benefício obtido na compra de um bem e o seu custo de aquisição
- **Excedente do Produtor (EP)** → diferença entre o preço de equilíbrio de mercado (realidade) e o preço ao qual o produtor estaria disposto a oferta o bem (seu custo *marginal*).
- **Custo Marginal** = aumento do custo total como resultado da venda de uma unidade a mais

# Excedente do Consumidor e do Produtor

$$\text{Excedente Total (ET)} = \text{EC} + \text{EP}$$



# Poder de Mercado

- **Poder de Mercado = capacidade de uma firma de cobrar preços acima do custo marginal = Falha de Mercado → intervenção antitruste**
- Poder de Mercado =  $\frac{P - C_{mg}}{P} = -\frac{1}{\eta_f}$
- Fontes de Poder de Mercado:
  - A) Elasticidade da demanda do mercado
  - B) Número de competidores *importantes* e nível das barreiras à entrada
  - C) Tipo de interação entre os competidores: muita rivalidade ou conluio?

# Estruturas de Mercado

- A **estrutura** de um mercado é definida por certas características básicas da oferta:
  - A) Número de vendedores
  - B) Tipo de produto vendido: bens homogêneos (laranja) ou diferenciados (cerveja)
  - C) Nível das Barreiras à Entrada
- **Barreira à Entrada:** qualquer fator que dificulte a entrada num determinado mercado, tal como: tecnologia, capital, marcas ou vantagens de custos por parte dos incumbentes (p. ex., por controlarem os insumos)

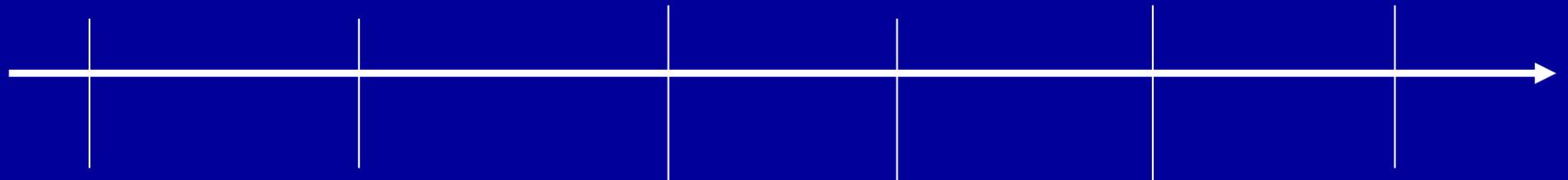
# Barreiras à Entrada e Dinâmica Competitiva

- Se o nível das barreiras à entrada é baixo, o surgimento de lucros anormais atrai a entrada de novas firmas. Com essa entrada, a oferta de produtos se eleva e o preço cai, de modo que, no longo prazo, o lucro anormal (supracompetitivo) desaparece
- Importância de se evitar a existência de barreiras à entrada regulatórias ou legais, bem como de se coibir atitudes das firmas voltadas para elevar o nível das BE em seus mercados

# Estruturas de Mercado

	<b>Competitivo</b>	<b>Concorrência Monopolística</b>	<b>Oligopólio</b>	<b>Monopólio</b>
<b>Nºfirmas</b>	<b>Muitas</b>	<b>Muitas</b>	<b>Poucas</b>	<b>Uma</b>
<b>Produto</b>	<b>Homogêneo</b>	<b>Diferenciado</b>	<b>H ou D</b>	<b>H ou D</b>
<b>BE</b>	<b>Baixas</b>	<b>Baixas</b>	<b>Altas</b>	<b>Altas</b>

# Estruturas de Mercado



Competitivo

Concorrência  
Monopolística

Firma  
dominante

Oligopólio

Monopólio

Monopólio  
Natural

- Diversas estruturas, formando um *continuum*

# Concorrência Perfeita e Bem Estar Social

- **Informação perfeita, livre entrada e homogeneidade do produto; muitas firmas e muitos compradores**
- **Todos os agentes são tomadores de preços → cada firma pode vender o quanto quiser ao preço de mercado  $P_e$**
- **Preço = Receita Marginal = Custo Marginal → não há poder de mercado**
- **ET máximo → melhor para a sociedade**

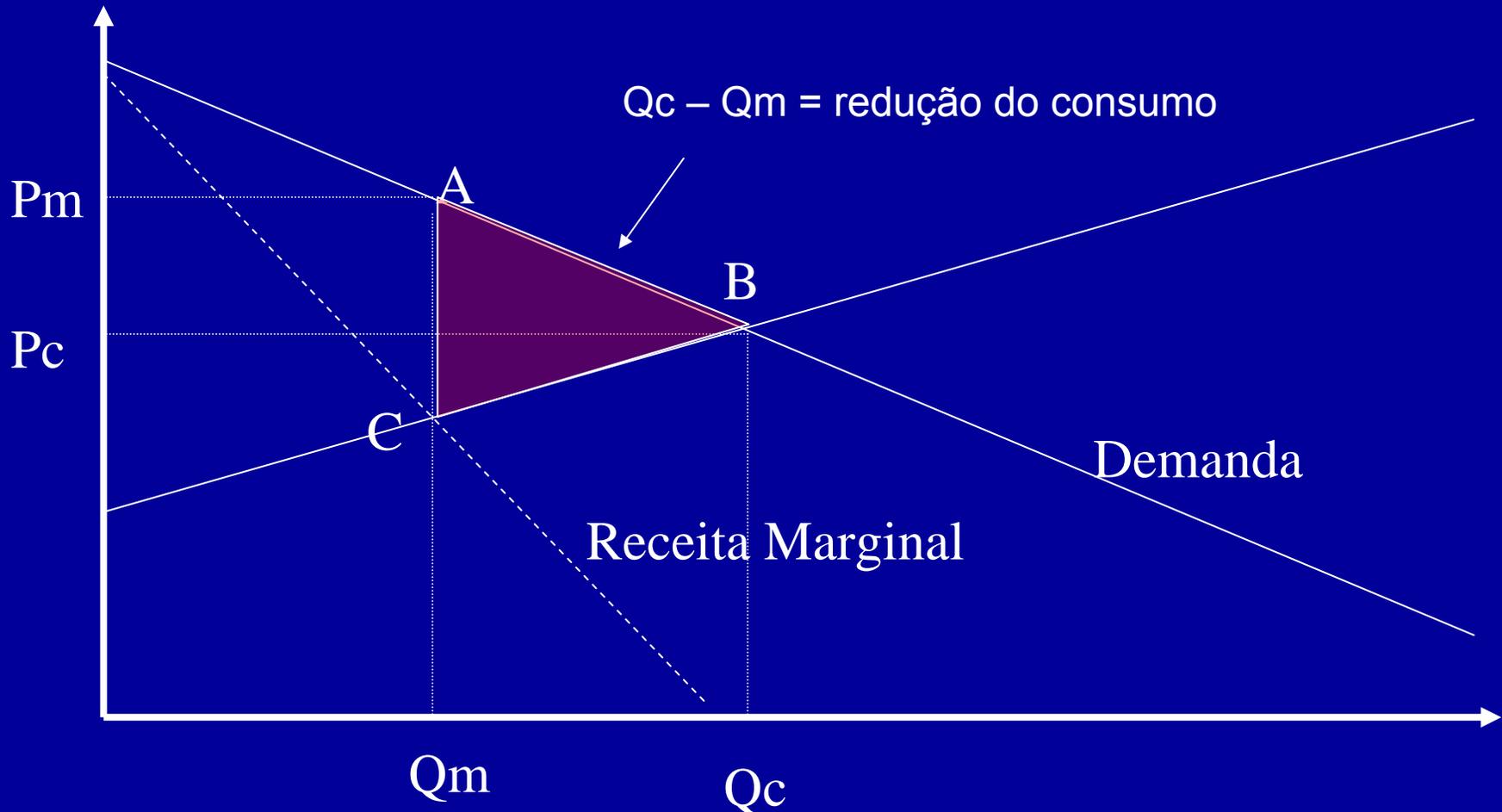
# Monopólio

- Um vendedor e altas barreiras à entrada
- A curva de demanda do mercado é a curva da firma
- Logo, o monopolista altera a oferta total mudando a sua oferta (produção) → quanto maior a oferta, menor o preço de mercado
- Monopolista cobrará um preço maior do que o preço competitivo, maximizando lucros ao igualar  $R_{mg}$  ao  $C_{mg}$  →  $P_m > C_{mg}$  = Poder de Mercado.

# Monopólio e Custo Social

- maior preço; menor quantidade; ineficiência  $X$  e *rent seeking*

$ABC = \text{Perda de peso morto} \rightarrow ET_m < ET_c$



# Concorrência Monopolística

- Várias empresas ofertando produtos diferenciados (automóveis)
- Mas cada firma oferta uma marca, de modo que a substituição com produtos dos rivais não é perfeita, como no mercado competitivo. Logo, há algum poder de mercado
- Mas como as barreiras são baixas, no longo prazo a entrada de novos *players* dilui parte desse poder.

# Oligopólio

- Duas firmas = duopólio
- Poucas firmas = oligopólio. Pode ser diferenciado ou homogêneo
- Altas BE
- Como são poucas, a interação estratégica entre elas é fundamental para os resultados em termos de preços e quantidades ofertadas → decisão de uma firma afeta as demais
- Em geral, supõe-se que a constante interação gera condições para a redução da competição, com  $P > C_{mg}$

# Oligopólio e Interação Estratégica

Dilema dos prisioneiros:

Eq. de Nash

Firma A	Preço baixo	Preço alto
Preço Baixo	(2,2)	(7,-1)
Preço alto	(-1,7)	(5,5)

Equilíbrio de *Nash*: nenhuma firma tem incentivo para mudar sua estratégia, dada a estratégia da outra

- Para se chegar ao equilíbrio cooperativo (7,7) – tácito ou explícito (cartel) -, são necessárias algumas condições:

(i) Poucas firmas

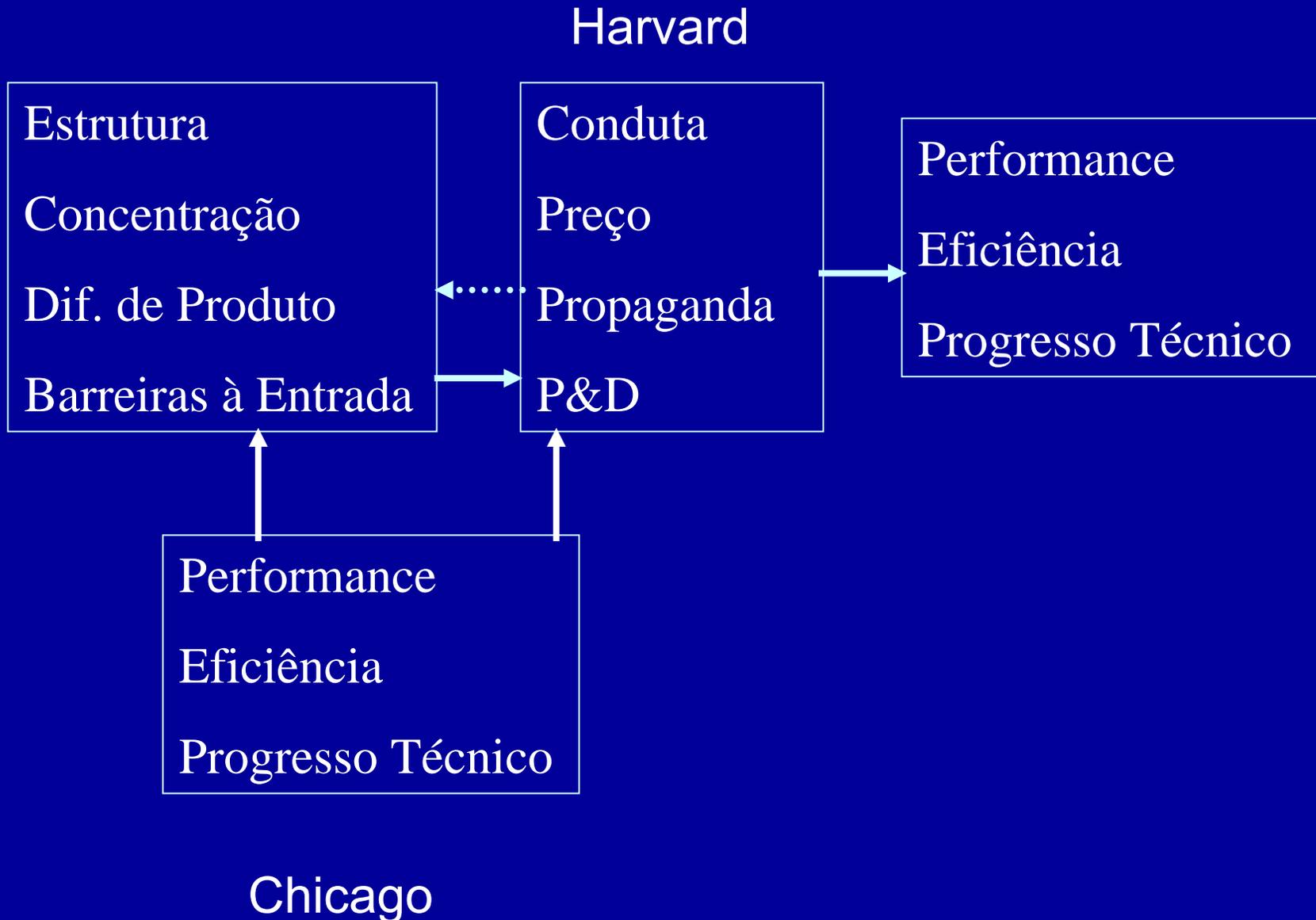
(ii) Produtos e custos homogêneos

(iii) Informações sobre preços disponíveis

(iv) Interações contínuas no tempo

(v) Capacidade de retaliação

# Modelo Estrutura-Conduta-Desempenho



# Conclusão: Concorrência e Estruturas de Mercado

- ✓ Concorrência gera menores preços, maiores quantidades, mais inovação e redução de custos → eficiência e bem estar para consumidores
- ✓ Poder de mercado (monopólio, oligopólios, firma dominante) em geral geram maiores preços, menores quantidades, menos inovação e ineficiência X (maiores custos)
- ✓ Necessidade de defesa da concorrência em economias de mercado

## Bibliografia Recomendada

- CARLTON, D., PERLOFF, J. (1994). *Modern Industrial Organization*. N. York: Harper Collins.
- FAGUNDES, J. Fundamentos Econômicos das Políticas de Defesa da Concorrência. Ed. Singular, 2003.
- FAGUNDES, J. Os Objetivos das Políticas de Defesa da Concorrência: a Escola de Harvard e a Escola de Chicago. Revista do IBRAC, v. 10 n.3, 2003
- FAGUNDES, J Eficiência Econômica e Distribuição de Renda em Análises Antitruste: O Modelo do Price Standard. Revista do IBRAC, v. 10 n.5, 2003
- HOVENKAMP, H. (1994). *Federal Antitrust Policy: The Law of Competition and its Practice*. S. Paul: West Publishing.
- HORIZONTAL MERGER GUIDELINES* (1992), Department of Justice/Federal Trade Commission, E.U.A.
- SCHERER, F. & ROSS, D. (1990). *Industrial Market Structure and Economic Performance*. Boston: Houghton Mifflin (3ª ed.).
- VISCUSI, W.; VERNON, J. & HARRINGTON, J. (1995). *Economics of Regulation and Antitrust*. Cambridge, Mass: MIT Press.

# FIM

Jorge Fagundes    E-mail: [jfag@unisys.com.br](mailto:jfag@unisys.com.br)

[www.fagundesconsultoria.com.br](http://www.fagundesconsultoria.com.br)