

Introdução à Economia
Curso Técnico Integrado em
Administração
3F
Aula – 02
Funcionamento do Mercado

Curva de Possibilidades de Produção

- Mostra as várias combinações de produto que a economia pode produzir potencialmente, conforme os fatores de produção e a tecnologia disponíveis
- É a fronteira máxima que a economia pode produzir, dado os recursos produtivos limitados. Mostra as alternativas de produção da sociedade, supondo os recursos plenamente empregados

2

Curva de Possibilidades de Produção



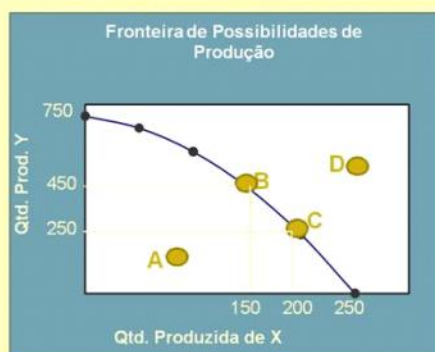
2 bens produzidos, utilizando em conjunto todos os fatores de produção

Tradeoff

3

Curva de Possibilidades de Produção

Tradeoff da sociedade → A obtenção de alguma coisa, porém, abrindo mão de outra



A - Capacidade Ociosa (Ineficiência)

B, C - Não há como produzir mais, sem reduzir a produção do outro
Combinações de produto (Nível de produto Eficiente/Pleno Emprego)

D - Nível impossível de produção. Posição inalcançável no período imediato

4

Custo de Oportunidade

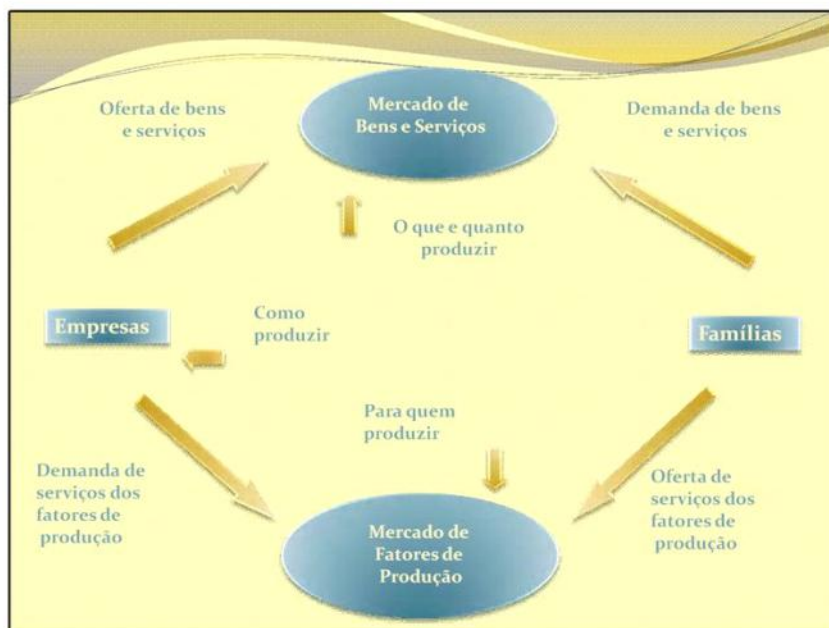
- sacrifício do que se deixou de produzir → transferir recursos de uma atividade para a outra
- É o grau de sacrifício que se faz ao optar pela produção de um bem, em termos da produção alternativa sacrificada
- O custo de alguma coisa é o que você desiste para obtê-la
 - Recursos limitados
 - Pleno emprego

5

O Mercado

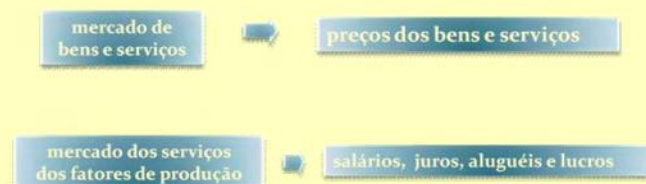
- Espaço de trocas entre compradores e vendedores
- Agrupa as firmas cujos produtos são substitutos próximos sob a ótica dos compradores

6



O Mercado

- Os preços se formam com base em dois mercados:



Remuneração

O Mercado

Demanda, Oferta e Equilíbrio

- o desejo dos indivíduos determinará a magnitude da demanda
- a produção das empresas determinará a magnitude da oferta
- o consumidor deseja maximizar utilidade
- o produtor deseja maximizar lucro
- o equilíbrio entre a demanda e a oferta será sempre atingido pela flutuação do preço

- As transações econômicas que ocorrem no mercado são comandadas pelo sistema de preços
- As decisões de produção e consumo são orientadas e conduzidas pelo comportamento dos preços
- os consumidores dirigem-se ao mercado com suas rendas e preferências, a fim de comprar bens
- os produtores ofertam os bens no mercado, considerando seus custos de produção

No mercado, formam-se os preços

Demanda

- os consumidores estabelecem os preços que estão dispostos a pagar por cada quantidade a ser demandada

Oferta

- os produtores estabelecem os preços que estão dispostos a receber por cada quantidade ofertada

- A curva de demanda de mercado delimita o preço máximo
- A curva de oferta representa o limite mínimo
- Preço e Quantidade de Equilíbrio



Preço de Equilíbrio
 quantidade ofertada
 =
 quantidade demandada
 Quantidade de Equilíbrio

Delimitação das fronteiras de mercado

- Produtos substitutos próximos (preço e atributos de qualidade)
- Escopo geográfico (local, regional, nacional ou global)
- Pode se alterar com o tempo: mudanças tecnológicas e mudanças de caráter institucional
- Um mercado é considerado eficiente quando os preços refletem a informação e as oportunidades de lucro são rapidamente dissipadas pela ação de empresários
- Em um ambiente competitivo, o lucro tende a igualar-se em todos os mercados e entre firmas
- Razões para que as taxas de retorno sejam diferentes inter e intra-indústrias: barreiras à entrada, barreiras à saída, economias de escala, economias de escopo, custos de transação, ativos específicos e especializados

Estruturas de Mercado

- Quantidade de agentes vendedores e compradores atuando no mercado;
- Grau de inter-relação existente entre os agentes envolvidos;
- Tipo de produto ou serviço produzido no mercado

Concorrência perfeita

commodities – cereais

Monopólio

prospecção de petróleo no Brasil – Petrobrás

Oligopólio

produtos químicos e fertilizantes; indústria nacional de automóveis e máquinas agrícolas

Concorrência monopolística

marcas de produtos de beleza, de produtos de limpeza

Características	Concorrência perfeita	Monopólio	Oligopólio	Concorrência Monopolística
Quanto ao n° de empresas	Muito grande	Só há uma empresa	Pequeno	Grande
Quanto ao produto	Homogêneo	Não há substitutos próximos	Pode ser homogêneo ou diferenciado	Diferenciado
Quanto ao controle das empresas sobre os preços	Não há possibilidade de manobras pelas empresas	As empresas têm grande poder para manter preços relativamente elevados, principalmente quando não há intervenções restritivas do governo (leis antitrustes)	Embora dificultado pela interdependência entre as empresas, essas tendem a formar cartéis controlando preços e quotas de produção	Pouca margem de manobra devido à existência de substitutos próximos
Quanto à concorrência extra-preço	Não é possível	As empresas geralmente recorrem a campanhas institucionais para salvaguardar a sua imagem	É intensa, sobretudo quando há diferenciação de produto	É intensa, exercendo-se pelas diferenças físicas, de embalagens e prestação de serviços complementares
Quanto às condições de ingresso na indústria	Não há barreiras	Há barreira ao acesso de novas empresas	Há barreira ao acesso de novas empresas	Não há barreiras