

ASPECTOS GERAIS

- = é um **mercado competitivo** em que atuam empresas competitivas.
- tanto os **consumidores** como as **firms** são **tomadores de preço**.
- ↳ nenhum consumidor e nenhuma firma individual é capaz de influenciar, isoladamente, o nível de preços do mercado

CARACTERÍSTICAS PRINCIPAIS

MERCADO ATOMIZADO

- = existe um **número muito expressivo** de consumidores e produtores e cada um deles é muito pequeno em relação ao mercado.
- ↳ se um produtor tentar vender acima do preço de mercado, não conseguiria consumidores.

HOMOGENEIDADE DOS PRODUTOS

- = não há **diferencial entre os produtos**: o consumidor não tem nenhuma preferência de marca, localização da loja, etc.
- ↳ a firma não consegue um **preço maior** argumentando melhor qualidade do produto.

INFORMAÇÃO COMPLETA

- = os **consumidores e produtores conhecem o preço** do mercado. Consumidores conhecem suas rendas e utilidades e produtores seus custos de produção.
- ↳ todos tomam as melhores decisões possíveis.

LIBERDADE DE ENTRADA E SAÍDA

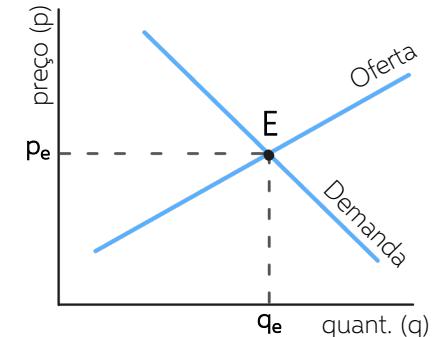
- = não há **barreiras para a entrada (ou saída) no mercado**.

CONCORRÊNCIA PERFEITA

CURVAS

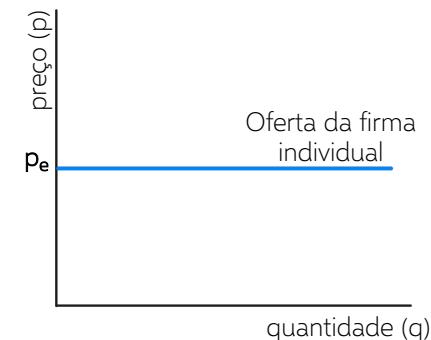
OFERTA E DEMANDA DE MERCADO

- o equilíbrio (E) é o ponto em que a **oferta encontra a demanda**.
- ↳ preço de equilíbrio: p_e
quantidade de equilíbrio: q_e



DEMANDA DA FIRMA INDIVIDUAL

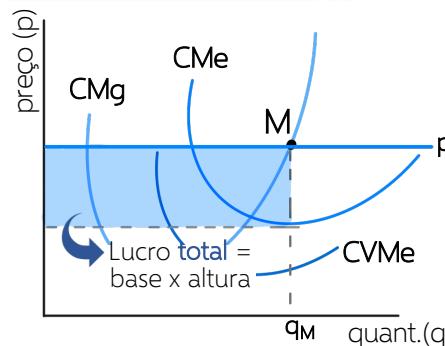
- a firma é mera **tomadora (aceitadora) de preços** → não importa a quantidade ofertada, **seu preço será o mesmo** (igual ao preço de equilíbrio do mercado)



CONCORRÊNCIA PERFEITA = CURTO PRAZO =



LUCRATIVIDADE



o Lucro Total é a área do retângulo destacado.
base = q_M
altura = $RMe - CMe$
 $= p - CMe$

EQUILÍBRIO

- para uma empresa competitiva, temos:

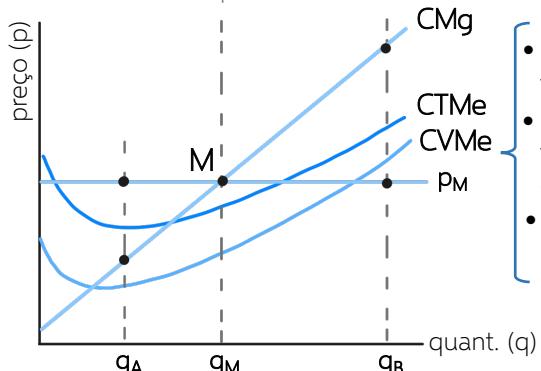
$$RMg = RMe = p$$

- para maximizar os lucros, temos: $RMg = CMg$

- então, temos:

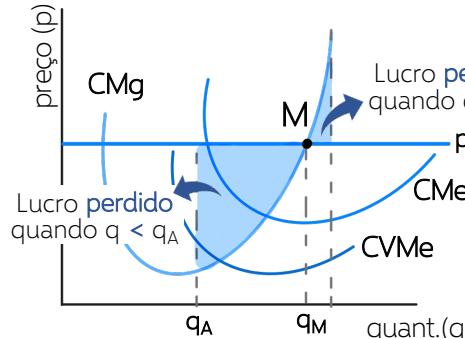
$$RMg = CMg = p$$

sempre! concorrência perfeita

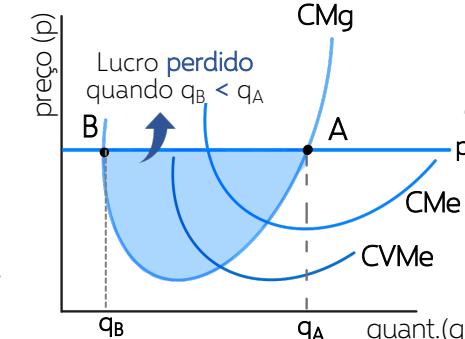


- q_A : produzindo q_A , $RMg > CMg$ vale a pena produzir mais!
- q_B : produzindo q_B , $RMg < CMg$ vale a pena reduzir a quantidade!
- a firma maximiza seu lucro no ponto M (em que $CMg = RMg$) e CMg é crescente.

LUCROS PERDIDOS



nas áreas sombreadas, a firma não está produzindo no ponto de lucro máximo a diferença entre RMg (= p) e CMg é o lucro perdido.



PEGADINHA!

em B, $CMg = RMg$, mas o lucro não é maximizado, pois a firma deixa de aproveitar a produção das unidades entre q_B e q_A que aumentariam o lucro.
 CMg ainda é decrescente.

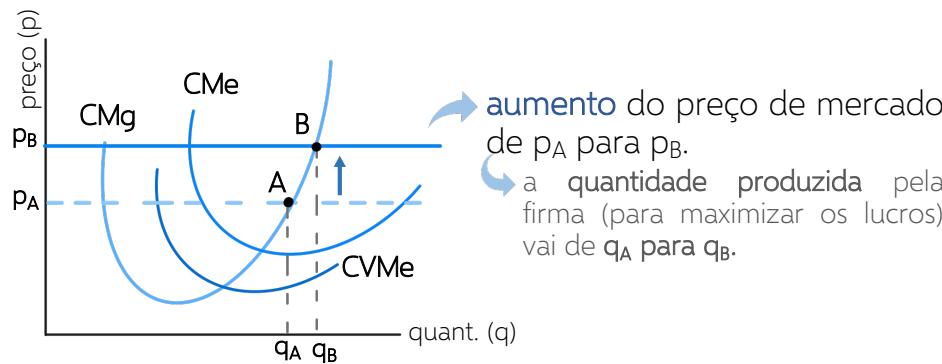
a firma competitiva deve encerrar suas atividades sempre que seus custos variáveis médios forem superiores ao preço de mercado de seu produto.

CONCORRÊNCIA perfeita

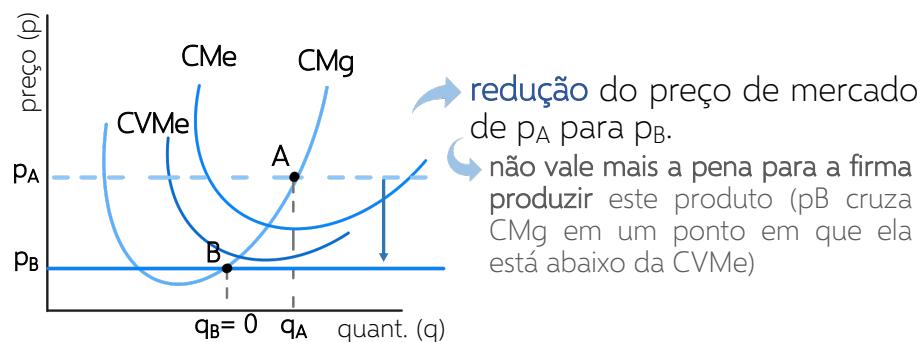
= CURTO PRAZO =

CURVA DE OFERTA DA FIRMA

RELACIONES IMPORTANTES



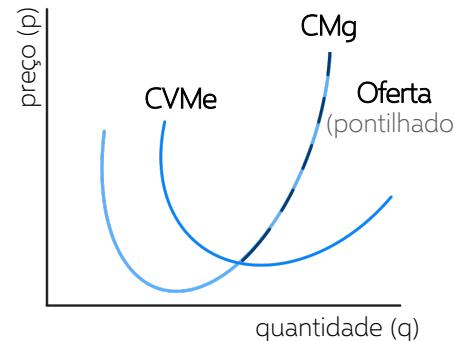
aumento do preço de mercado de p_A para p_B .
a quantidade produzida pela firma (para maximizar os lucros) vai de q_A para q_B .



redução do preço de mercado de p_A para p_B .
não vale mais a pena para a firma produzir este produto (p_B cruza CMg em um ponto em que ela está abaixo da $CVMe$)

A CURVA DE OFERTA DA FIRMA

- será justamente o trecho da curva de custo marginal (CMg) localizada acima da curva de custo variável médio ($CVMe$).
- identifica os pontos em que vale a pena, para a firma, ofertar o produto em questão.



a curva de oferta de mercado será a soma horizontal das curvas de oferta das firmas individuais (somam-se as quantidades produzidas por cada uma)

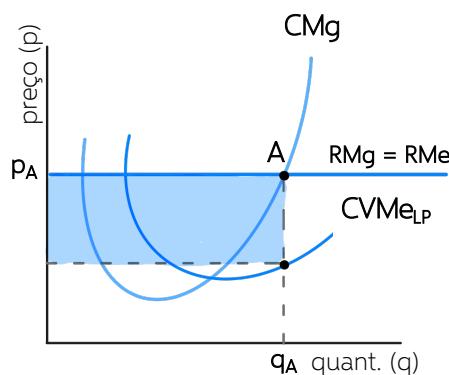
EQUILÍBRIO DA FIRMA

CARACTERÍSTICAS DO LONGO PRAZO

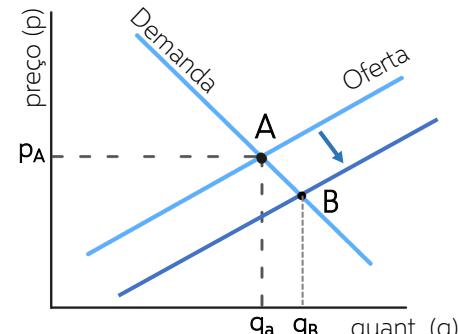
- todos os custos são **variáveis** → $C = CV$ e $CMe = CVMe$
- as empresas podem **entrar e sair livremente** do mercado
farão isso conforme observam lucros extraordinários ou prejuízos (respectivamente)

RELAÇÕES IMPORTANTES

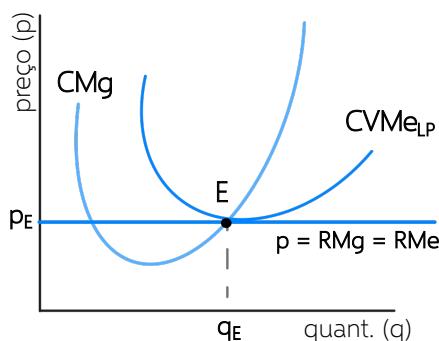
- **inicialmente**, uma empresa opera no ponto A:



- vendo os lucros, **outras empresas começam a vender o produto:** (a curva de oferta é deslocada para a direita)



- enquanto houver lucros extraordinários, **novas empresas continuarão entrando** no mercado e o preço de equilíbrio continuará diminuindo → até que o preço por unidade se iguale ao custo por unidade (P_E).



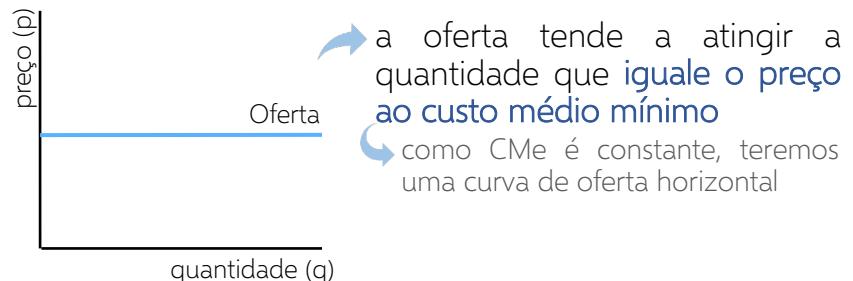
IMPORTANTE!
no longo prazo, a **empresa opera no ponto em que o lucro econômico é zero** ($RT = CT \rightarrow$ lucro normal)
lembrando que ele já inclui todos os custos e a remuneração do capital

CONCORRÊNCIA PERFEITA

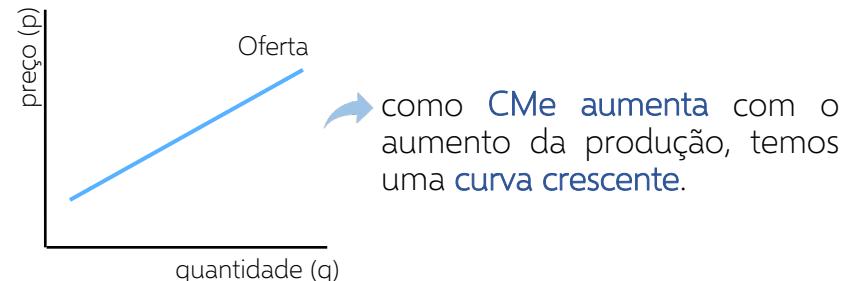
perfeita
= LONGO PRAZO =

CURVA DE OFERTA DE MERCADO

SETOR DE CUSTOS CONSTANTES



SETOR DE CUSTOS CRESCENTES



SETOR DE CUSTOS DECRESCENTES

