

Competição Monopolista

- Tipos de mercados em competição imperfeita:
-
- *Competição Monopolista*
 - Muitas empresas que vendem produtos semelhantes mas não idênticos.
 - Mercados que têm alguns aspectos de competição e outros de características de monopólio.
- *Oligopolio*
 - Apenas algumas empresas que vendem um produto semelhante ou idêntico.

Competição Monopolista

- Características da competição monopolista:
 - Muitos vendedores (empresas)
 - Diferenciação da produção
(o que significa que as empresas mais do que price taker enfrentam uma curva de procura descendente)
 - Liberdade de entrada e saída do mercado.

Empresa em competição monopolista no curto prazo

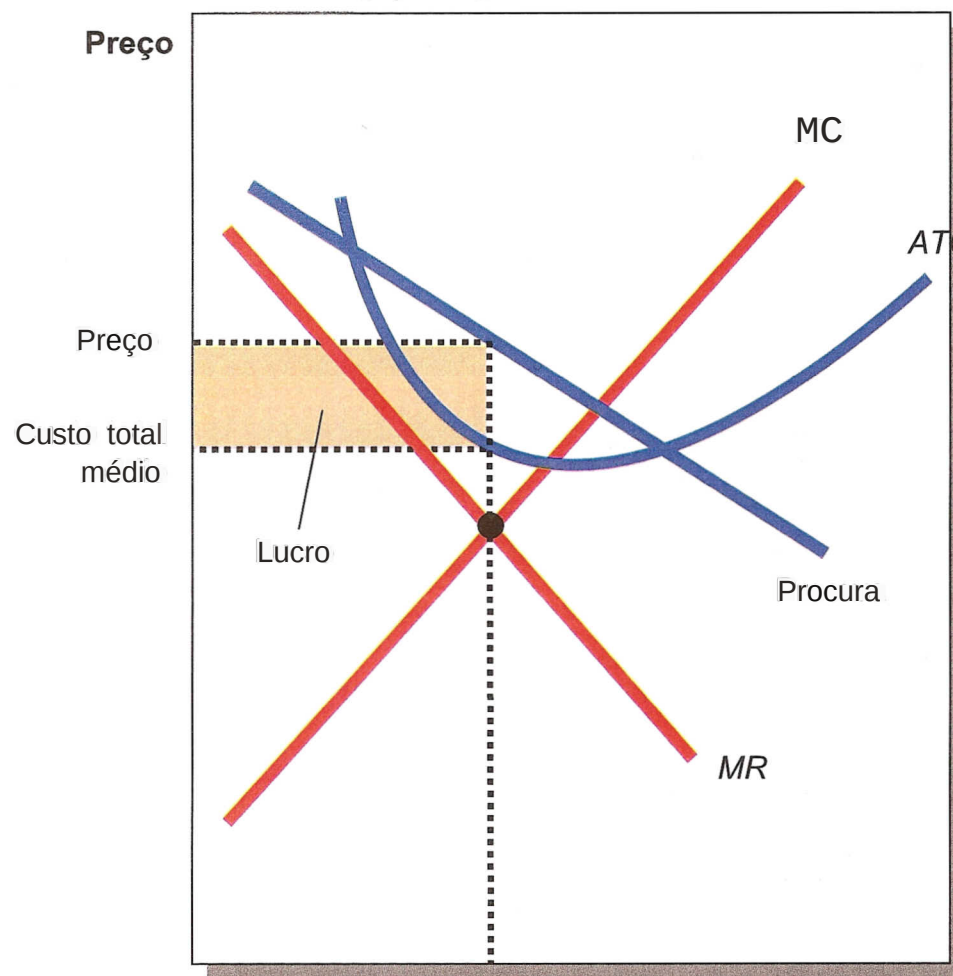
- No curto prazo, a obtenção de lucro encorajará novas empresas a entrar no mercado.

Então:

- Aumentará a oferta de produtos.
 - Reduzirá a procura dos produtos das empresas já instaladas no mercado.
-
- As curvas da procura dos produtos das empresas instaladas desloca-se para a esquerda e os lucros destas empresas diminuirão.

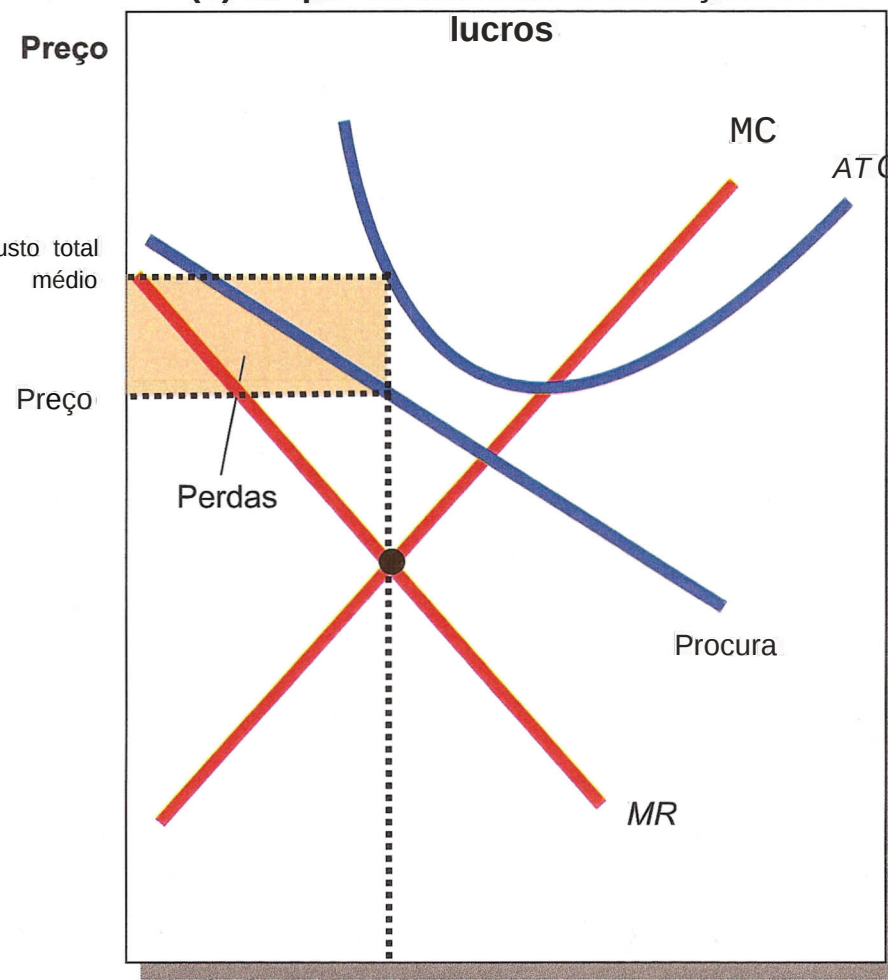
Empresa em competição monopolista no curto prazo

(a) Empresa com lucros



Profit-maximizing quantity

(b) Empresa enfrenta diminuição de lucros



Loss-minimizing quantity

01-03-2006

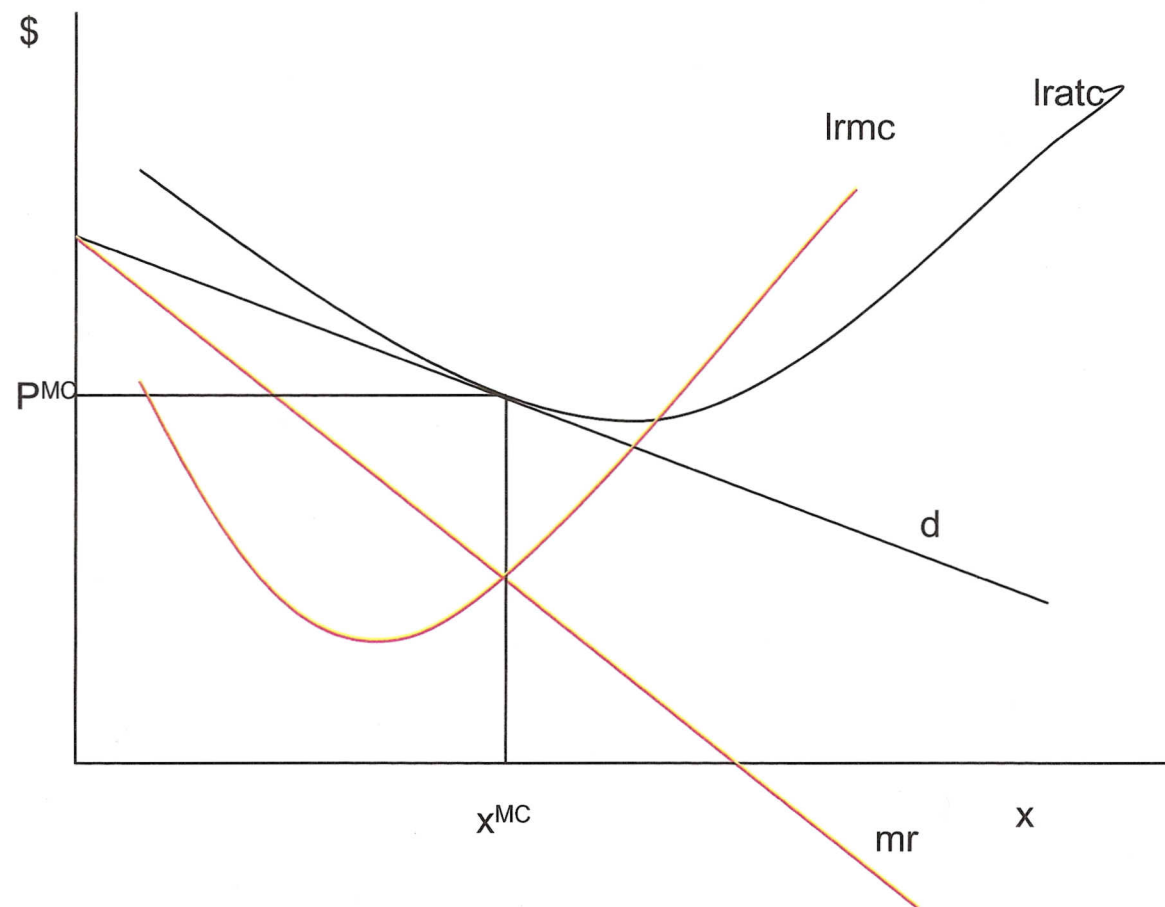
Carlos Arriaga Economia Industrial 2º ano Economia UM-

t=t=

19

Empresa em competição monopolista no longo prazo

- Livre entrada levará a zero os lucros de longo prazo da empresa
- Assim: 1) max lucro;
2) lucro zero;
3) Curva de procura do produto da empresa descendente, com a correspondente receita marginal.
- A procura do produto da empresa no longo prazo será tangente à curva à curva de custos médios totais delongo prazo.



Empresa em competição monopolista e o welfare

- Existência de externalidades com a diversificação de produtos:

Como os consumidores obtêm algum surplus com a introdução de um novo produto, haverá uma externalidade positiva sobre os consumidores.

- Externalidade com perda para empresas:

Como outras empresas perderão clientes com a entrada de uma nova empresa, a entrada impõe uma externalidade negativa às empresas existentes.

A publicidade e a competição monopolista

- Quando as empresas diferenciam os seus produtos e praticam preços acima do custo marginal, a empresa vai ter um incentivo a publicitar, de modo a que aumente a sua carteira de clientes.
- As empresas que diferenciam, geralmente têm custos de 10 a 20 por cento em publicidade.
- Todavia, será a publicidade para informar os clientes ou para os manipular à compra?
- Será que os produtos serão realmente diferentes como são apresentados?