

UNIVERSIDADE DE LISBOA
INSTITUTO SUPERIOR DE ECONOMIA E GESTÃO
LICENCIATURA EM ECONOMIA
ECONOMIA INDUSTRIAL E DA EMPRESA

Ano Letivo de 2018/2019 – 2º semestre

Prova Escrita Individual (Avaliação ao longo do semestre-ALS) – 12/04/2019 (1h 30m)

Nota: A prova deverá ser respondida em **3 conjuntos separados de folhas de prova**: um para o Grupo A, outro para a Questão B1 e outro para a Questão B2.

Grupo A

A1 – Considere um mercado de concorrência monopolística que se encontra em equilíbrio de longo prazo.

(2,5) **a)** Discuta os efeitos de uma diminuição do salário médio dos trabalhadores desse mercado.

(2,5) **b)** Discuta os efeitos de um aumento da procura nesse mercado.

(2,0) **c)** Compare as duas situações, quanto aos efeitos finais.

RESOLUÇÃO

a) Equilíbrio inicial: P (preço) = AC (custos médios) \Rightarrow lucros nulos.

Δ^- salário médio $\Rightarrow \Delta^- AC \Rightarrow P > AC \Rightarrow$ lucros \Rightarrow entram novas empresas no mercado $\Rightarrow \Delta^+$ oferta $\Rightarrow \Delta^- P \Rightarrow \Delta^-$ lucros, mas ainda há lucros \Rightarrow entram novas empresas no mercado $\Rightarrow \Delta^+$ oferta $\Rightarrow \Delta^- P \dots$ até que deixem de existir lucros, o que acontece quando $P = AC \Rightarrow$ lucros nulos.

Em conclusão, o preço tem uma diminuição igual à diminuição dos custos médios.

b) Equilíbrio inicial: P (preço) = AC (custos médios) \Rightarrow lucros nulos.

Δ^+ procura $\Rightarrow \Delta^+ P \Rightarrow P > AC \Rightarrow$ lucros \Rightarrow entram novas empresas no mercado $\Rightarrow \Delta^+$ oferta $\Rightarrow \Delta^- P \Rightarrow \Delta^-$ lucros, mas ainda há lucros \Rightarrow entram novas empresas no mercado $\Rightarrow \Delta^+$ oferta $\Rightarrow \Delta^- P \dots$ até que deixem de existir lucros, o que acontece quando $P = AC \Rightarrow$ lucros nulos.

Em conclusão, o preço, após a subida inicial, diminui, regressando ao seu valor original.

c) As duas situações são distintas, porque, no caso da diminuição do salário médio, o preço acaba por ficar mais baixo, enquanto no caso do aumento da procura, o preço apenas tem uma variação temporária, acabando por ficar igual ao valor original. No entanto, existe um aspeto em que as duas situações apresentam semelhanças: em ambos os casos entraram novas empresas no mercado, tendo sido este o fator de ajustamento na obtenção do novo equilíbrio.

(3,0) **A2** – Refira as principais características dos mercados contestáveis. Apresente um exemplo.

RESOLUÇÃO

Ver slides 125 a 126 do PowerPoint “EIE-Parte A-2018-2019”.

Grupo B

B1. Suponha que a procura de mercado dirigida a um serviço financeiro é dada por $Q^d = 14 - P$, onde, Q^d é a quantidade procurada do serviço, medida em dezenas de milhares de serviços, e P é o preço, medido em euros. Nessa indústria estão instaladas uma empresa dominante e uma franja competitiva que vende 6 dezenas de milhares de serviços, qualquer que seja o preço de mercado. Não há custos variáveis.

(2,0) **a)** Determine o preço que a empresa dominante deve fixar.

(2,0) **b)** Suponha que a empresa dominante faz um *takeover* significativo sobre várias outras empresas da indústria financeira, de modo que a franja competitiva vende agora apenas um terço (1/3) da quantidade acima referida. O que é que acontece ao preço de mercado?

(2,0) **c)** Apresente a justificação económica específica para esta alteração.

RESOLUÇÃO

a)

$$Q^d=14-P; QF=6; CVU=0$$

Definição do preço da empresa dominante

Curva de procura residual (DR) = DM (D de mercado) - CP_{FC} (Capacidade produtiva da franja competitiva)

$$DR=Q^d_D=14-P-6 \Leftrightarrow Q^d_D=8-P$$

$$\text{Lucro } (\pi) = RT=P \cdot Q^d_D = P(8-P) = 8P-P^2$$

Escolha do preço: Max. $\Pi = 8P-P^2$

$$\frac{d\Pi}{dP} = 0 \Leftrightarrow 8-2P=0; \underline{P=4\text{€}}$$

b)

Após take-over \Rightarrow \downarrow QF de 6 para 2 (1/3 de 6). A nova procura residual da empresa dominante vem:

$$Q^{d'}_D=14-P-2 = 12-P$$

$$\text{Lucro } (\pi) = RT=P \cdot Q^{d'}_D = P(12-P) = 12P-P^2$$

$$\frac{d\Pi}{dP} = 0 \Leftrightarrow 12-2P=0; \underline{P=6\text{€}} (>4\text{€})$$

c) A ED vende agora mais qualquer que seja o preço. Quando sobe o preço, os ganhos nas unidades adicionais que vai vender (a preços superiores) mais os ganhos nas unidade que já vendia (agora a preços superiores) são maiores do que as perdas nas unidades que deixa de vender aos preços iniciais (preços inferiores). A ED tem incentivos para aumentar o preço.

(4,0) **B2.** Explique o significado económico do resultado de Dorfman–Steiner. Use-o para explicar o nível elevado de despesas publicitárias nos sectores dos designados “produtos de *glamour*”.

RESOLUÇÃO

No sector da “produtos de *glamour*”, a elevada elasticidade da procura em relação à publicidade e baixa elasticidade da procura em relação ao preço (rigidez da procura) melhoram o rácio Despesas Publicitárias/Vendas. Ver slides 165 a 170 e slide 175 do PowerPoint “EIE-Parte B-2018-2019”.