

2ª Parte) Comércio intra-setorial

1. Situação antes do comércio (E0)

- Dois países, EUA e UE, com exatamente as mesmas características:
- 10 empresas de autos com o mesmo CVP  $\rightarrow$  1M de consumidores
- Cada empresa está em E0  $\rightarrow P_0$   
 $\downarrow$   
 $q_0 = 100$  unidades  $\Rightarrow \pi_0 = 340.000 \text{€ de lucros anuais}$

2. Se os dois países eliminarem as tarifas sobre M de autos (10% e 20% na UE e nos US), como estará o comércio antes de Trump) então será criado um mercado unificado com 20 empresas e 2M consumidores.

$\Rightarrow$  dois efeitos:

1ª) Duplicação das possibilidades de escolha de cada consumidor  $\Rightarrow$   
 - Alguns consumidores US mudam p/ comprar UE  $\xrightarrow{\text{Fonds}}$  UE  
 - " " " " " " " " " "  $\xleftarrow{\text{VW}}$  US

(Comércio intra-industrial explicado pelo gosto dos consumidores por variedade)

2ª) O mercado potencial de cada empresa duplica de 1M  $\rightarrow$  2M consumidores  $\Rightarrow$

$\Rightarrow$  se uma empresa  $\downarrow$  abaixa os seus concorrentes, chave,  
 as suas vendas  $\uparrow$  menos do que antes ( $q_0 \rightarrow q_1$  em vez de  $q_1$ )  $\Rightarrow$   
 100  $\rightarrow$  120 110

$\Rightarrow$  os ganhos da expansão de vendas ( $G+G' = 20 \times 3\text{€} = 60\text{€}$ ) agora, e as perdas do comércio, menos do que compensam as perdas por as 100 unidades serem vendidas com uma margem menor ( $P = 40\text{€}$ )  $\Rightarrow$

$\Rightarrow$  cada uma das 20 empresas  $\downarrow$  P para ir de E0  $\rightarrow$  E0.

Por quando todas as empresas fazem isso, a quota de mercado de cada uma não  $\uparrow$ ; mantém-se constante  $\Rightarrow$

$\Rightarrow$  (Se aumentarmos q a procura mundial de autos está fixa em 2M apesar de  $\downarrow$  P) as vendas de cada empresa mantêm-se constantes, apesar da  $\downarrow$  P (de 5,4€  $\rightarrow$  5€)  $\Rightarrow$