



UNIDADE
DEODORO DE
MENDONÇA



SECRETARIA DE
CIÊNCIA, TECNOLOGIA E
EDUCAÇÃO SUPERIOR,
PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA

GOVERNO DO
PARÁ

GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E EDUCAÇÃO SUPERIOR PROFISSIONAL E
TECNOLÓGICA – SECTET
DIRETORIA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR, PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA- DETEC
EETEP DEODORO DE MENDONÇA

REVISÃO 0 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA E MERCADO

1: Introdução à Economia

1.1 Conceito de Economia

A palavra Economia vem do grego *oikonomia*, que significa "administração da casa" ou "governo da família". Em um sentido mais amplo, a Economia é uma ciência social que estuda como as sociedades utilizam seus recursos escassos para produzir bens e serviços e distribuí-los entre os indivíduos.

O cerne do estudo econômico está na escassez. Os desejos e as necessidades humanas são ilimitados, mas os recursos (como terra, trabalho e capital) são limitados. Por causa dessa escassez, as pessoas e a sociedade precisam fazer escolhas. A Economia, portanto, estuda a alocação de recursos escassos para satisfazer as necessidades ilimitadas.

1.2 Objeto de Estudo da Economia

O objeto de estudo da Economia é a produção, distribuição e consumo de bens e serviços. Em outras palavras, a Economia busca responder a três perguntas fundamentais:

- O que e quanto produzir? Refere-se à decisão de quais bens e serviços a sociedade deve produzir e em que quantidade. Por exemplo, devemos produzir mais alimentos ou mais carros?
- Como produzir? Diz respeito à escolha da tecnologia e dos métodos de produção. Usar mais mão de obra ou mais máquinas?
- Para quem produzir? Trata da forma como os bens e serviços produzidos serão distribuídos entre os membros da sociedade. Quem terá acesso aos produtos?

1.3 Os Bens Econômicos e os Serviços

Na economia, distinguimos dois tipos principais de bens:

- Bens Livres: São aqueles disponíveis em abundância na natureza, como o ar ou a luz do sol. Eles não têm preço, pois não há escassez.
- Bens Econômicos: São bens escassos, produzidos com recursos limitados. Eles têm valor e, portanto, um preço. Os bens econômicos podem ser classificados em:
 - Bens de Consumo: Usados diretamente pelas pessoas para satisfazer uma necessidade (ex: alimentos, roupas). Podem ser duráveis (geladeira) ou não duráveis (pão).
 - Bens de Capital: Usados na produção de outros bens, mas não são consumidos no processo (ex: máquinas, equipamentos).



UNIDADE
DEODORO DE
MENDONÇA



SECRETARIA DE
CIÊNCIA, TECNOLOGIA E
EDUCAÇÃO SUPERIOR,
PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA

GOVERNO DO
PARÁ

GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E EDUCAÇÃO SUPERIOR PROFISSIONAL E
TECNOLÓGICA – SECTET
DIRETORIA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR, PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA- DETEC
EETEP DEODORO DE MENDONÇA

- Bens Intermediários: São transformados ou incorporados na produção de outros bens (ex: farinha para fazer pão, aço para um carro).

Os Serviços, por sua vez, são atividades intangíveis que satisfazem as necessidades humanas, como um corte de cabelo, uma consulta médica ou uma aula. Eles também são escassos e, por isso, têm um preço.

1.4 Problemas Econômicos

O problema econômico fundamental é a escassez de recursos frente às necessidades ilimitadas. Esse problema leva a uma série de dilemas e a necessidade de escolhas. As decisões sobre o que, como e para quem produzir são as respostas a esse problema.

1.5 Curva de Possibilidades de Produção e Custo de Oportunidade

A Curva de Possibilidades de Produção (CPP), também conhecida como Fronteira de Possibilidades de Produção (FPP), é um modelo gráfico que mostra as combinações máximas de dois bens que uma economia pode produzir, dados seus recursos e tecnologia.

- Pontos sobre a curva: Representam combinações eficientes de produção, onde todos os recursos estão sendo plenamente utilizados.
- Pontos dentro da curva: Indicam que a economia está operando de forma ineficiente, com recursos ociosos.
- Pontos fora da curva: São combinações inatingíveis com a tecnologia e os recursos atuais. A curva pode se expandir (deslocar para a direita) com o progresso tecnológico ou aumento dos recursos.

O conceito de Custo de Oportunidade é central para a CPP. É o valor da melhor alternativa sacrificada ao se fazer uma escolha. Ao decidir produzir mais de um bem, a sociedade precisa abrir mão da produção de uma certa quantidade de outro bem. Esse "sacrifício" é o custo de oportunidade. Por exemplo, se uma empresa decide produzir mais carros, o custo de oportunidade é o valor dos caminhões que ela deixou de produzir.

2: Estruturas de Mercado

As estruturas de mercado referem-se às características de um mercado, como o número de compradores e vendedores, o tipo de produto (homogêneo ou diferenciado) e a facilidade de entrada e saída de novas empresas. Elas influenciam diretamente a formação de preços e a competitividade.



UNIDADE
DEODORO DE
MENDONÇA



SECRETARIA DE
CIÊNCIA, TECNOLOGIA E
EDUCAÇÃO SUPERIOR,
PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA

GOVERNO DO
PARÁ

GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E EDUCAÇÃO SUPERIOR PROFISSIONAL E
TECNOLÓGICA – SECTET
DIRETORIA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR, PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA- DETEC
EETEP DEODORO DE MENDONÇA

2.1 Concorrência Perfeita

É uma estrutura de mercado ideal e teórica, com as seguintes características:

- Grande número de vendedores e compradores: Nenhum agente individual tem poder para influenciar o preço.
- Produto homogêneo: Os produtos são idênticos, não havendo diferenciação entre eles (ex: milho, trigo).
- Livre entrada e saída de empresas: Não há barreiras legais ou econômicas para novos competidores entrarem ou saírem do mercado.
- Transparência de mercado: Todos os agentes têm acesso completo às informações sobre preços e condições.

Nesse modelo, as empresas são tomadoras de preço (*price takers*). Elas aceitam o preço de mercado, determinado pela oferta e demanda. O lucro econômico a longo prazo tende a ser zero, pois a entrada de novas empresas aumenta a oferta e reduz o preço, eliminando os lucros extras.

2.2 Monopólio

É o oposto da concorrência perfeita. Características principais:

- Uma única empresa vendedora: O monopolista é o único produtor do bem ou serviço.
- Produto único: Não há substitutos próximos para o produto.
- Barreiras de entrada: Existem barreiras significativas que impedem a entrada de novos concorrentes (ex: controle de um recurso essencial, patentes, economias de escala).

O monopolista é um formador de preço (*price maker*), ou seja, ele tem poder de mercado para fixar o preço, geralmente mais alto do que em um mercado competitivo, e produzir uma quantidade menor. O objetivo do monopolista é maximizar seu lucro.

2.3 Oligopólio

Um mercado oligopolista é dominado por um pequeno número de grandes empresas.

- Poucos vendedores: Poucas empresas controlam a maior parte da oferta de um produto.
- Produto homogêneo ou diferenciado: Pode ser um produto similar (cimento) ou com diferenciação de marca (automóveis, refrigerantes).
- Barreiras de entrada: A entrada de novos concorrentes é difícil devido a altos custos de investimento ou outras barreiras.



UNIDADE
DEODORO DE
MENDONÇA



SECRETARIA DE
CIÊNCIA, TECNOLOGIA E
EDUCAÇÃO SUPERIOR,
PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA

GOVERNO DO
PARÁ

GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E EDUCAÇÃO SUPERIOR PROFISSIONAL E
TECNOLÓGICA – SECTET
DIRETORIA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR, PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA- DETEC
EETEP DEODORO DE MENDONÇA

A principal característica do oligopólio é a interdependência estratégica entre as empresas. A decisão de preço ou produção de uma empresa afeta diretamente as outras. Isso pode levar a conluíus (acordos para fixar preços e dividir o mercado) ou a uma intensa guerra de preços.

2.4 Concorrência Monopolista

Combina elementos de monopólio e concorrência perfeita:

- Muitos vendedores: Um grande número de empresas competindo.
- Produto diferenciado: Os produtos são similares, mas com alguma diferenciação percebida pelos consumidores (marca, qualidade, design, localização).
- Livre entrada e saída: Não há barreiras significativas.

Nessa estrutura, cada empresa tem um "mini-monopólio" sobre seu produto diferenciado, o que lhe dá um pequeno poder de influenciar o preço. A diferenciação de produto permite que a empresa cobre um preço um pouco mais alto do que o preço de mercado. No longo prazo, porém, a entrada de novas empresas com produtos semelhantes reduz a demanda e elimina o lucro econômico extra. Exemplo: restaurantes, salões de beleza, roupas de marca.

2.5 Monopsônio e Oligopsônio

Essas estruturas se referem ao lado da demanda do mercado (compradores).

- Monopsônio: Existe apenas um único comprador para um determinado produto ou serviço. O comprador tem poder de mercado para influenciar o preço para baixo, pagando menos do que pagaria em um mercado competitivo. Exemplo: uma única usina de cana-de-açúcar em uma região rural, ou o governo como único comprador de certas armas.
- Oligopsônio: Existe um pequeno número de compradores para um produto. Eles podem se coordenar para influenciar o preço, pagando valores menores. Exemplo: um pequeno grupo de grandes redes de supermercados comprando produtos de pequenos agricultores.

2.6 Monopólio Bilateral

Ocorre quando há apenas um único vendedor (monopólio) e um único comprador (monopsônio) no mercado. O preço e a quantidade transacionada são determinados pela barganha entre as duas partes, pois ambas têm poder de mercado. Não há um preço "ótimo" teórico; o resultado final depende do poder de negociação de cada lado. Exemplo: uma empresa que é a única fornecedora de um componente para uma outra empresa que é a única fabricante de um produto final.



UNIDADE
DEODORO DE
MENDONÇA



SECRETARIA DE
CIÊNCIA, TECNOLOGIA E
EDUCAÇÃO SUPERIOR,
PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA

GOVERNO DO
PARÁ

GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E EDUCAÇÃO SUPERIOR PROFISSIONAL E
TECNOLÓGICA – SECTET
DIRETORIA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR, PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA- DETEC
EETEP DEODORO DE MENDONÇA

■ 1ª AVALIAÇÃO – Fundamentos da Economia e Mercado

Aula 1 – Introdução à Economia

1.1 Conceito de Economia

1. () A economia pode ser entendida como a ciência que estuda a escassez e as formas de utilização de recursos limitados para atender necessidades ilimitadas.
2. () A economia busca exclusivamente o aumento da riqueza material de uma sociedade.
3. () Economia positiva descreve “o que é”, enquanto a economia normativa trata de “o que deve ser”.
4. () A economia ignora o comportamento humano, focando apenas em números e cálculos matemáticos.
5. () O princípio da escassez é o ponto de partida para toda análise econômica.

1.2 Objeto de Estudo da Economia

6. () O objeto da economia é compreender como sociedades administram recursos escassos para produzir bens e serviços.
7. () A economia analisa apenas fenômenos internos de uma nação, não abrangendo comércio internacional.
8. () Preços, renda, emprego, produção e consumo estão entre os principais objetos de estudo da economia.
9. () A microeconomia estuda as decisões de consumidores e empresas individuais, enquanto a macroeconomia analisa o desempenho agregado da economia.
10. () O estudo da inflação e do desemprego pertence ao campo da microeconomia.

1.3 Bens Econômicos e Serviços

11. () Bens econômicos são escassos e possuem valor econômico, ao contrário dos bens livres, como o ar.
12. () Serviços diferem dos bens por serem intangíveis e consumidos no ato de sua prestação.
13. () Um automóvel é um exemplo de serviço, pois pode ser utilizado para transporte imediato.



UNIDADE
DEODORO DE
MENDONÇA



SECRETARIA DE
CIÊNCIA, TECNOLOGIA E
EDUCAÇÃO SUPERIOR,
PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA

GOVERNO DO
PARÁ

GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E EDUCAÇÃO SUPERIOR PROFISSIONAL E
TECNOLÓGICA – SECTET
DIRETORIA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR, PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA- DETEC
EETEP DEODORO DE MENDONÇA

14. () Bens de consumo são aqueles utilizados para satisfazer diretamente uma necessidade humana.

15. () Serviços, por serem intangíveis, não fazem parte do estudo da economia.

1.4 Problemas Econômicos

16. () O problema econômico fundamental surge da incompatibilidade entre necessidades ilimitadas e recursos escassos.

17. () As três questões centrais da economia são: O que produzir? Como produzir? Para quem produzir?

18. () A escassez é apenas um problema dos países pobres, não afetando economias desenvolvidas.

19. () A alocação eficiente de recursos visa maximizar a satisfação das necessidades sociais.

20. () Economias de mercado respondem aos problemas econômicos por meio de preços e interações de oferta e demanda.

1.5 Curva de Possibilidades de Produção (CPP) e Custo de Oportunidade

21. () A CPP representa as diferentes combinações de produção possíveis utilizando plenamente os recursos disponíveis.

22. () Pontos dentro da CPP indicam uso ineficiente dos recursos.

23. () Pontos fora da CPP são inviáveis com os recursos atuais.

24. () O custo de oportunidade corresponde ao benefício perdido ao escolher uma alternativa em detrimento de outra.

25. () Na CPP, deslocamentos para fora representam crescimento econômico.

Aula 2 – Estruturas de Mercado

2.1 Concorrência Perfeita

26. () Na concorrência perfeita, há muitos vendedores e compradores, produtos homogêneos e livre entrada e saída de firmas.

27. () O poder de mercado do produtor na concorrência perfeita é elevado.

28. () No longo prazo, os lucros econômicos tendem a zero devido à livre entrada de novas empresas.



UNIDADE
DEODORO DE
MENDONÇA



SECRETARIA DE
CIÊNCIA, TECNOLOGIA E
EDUCAÇÃO SUPERIOR,
PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA



GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E EDUCAÇÃO SUPERIOR PROFISSIONAL E
TECNOLÓGICA – SECTET
DIRETORIA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR, PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA- DETEC
EETEP DEODORO DE MENDONÇA

29. () A informação perfeita é uma característica essencial da concorrência perfeita.
30. () Agricultores de commodities agrícolas são exemplos aproximados de concorrência perfeita.

2.2 Monopólio

31. () No monopólio, um único vendedor domina a oferta de determinado bem ou serviço.
32. () Barreiras à entrada, como patentes e altos custos fixos, sustentam a posição monopolista.
33. () O monopolista é formador de preços (“price maker”).
34. () O monopólio gera sempre preços menores e maior eficiência produtiva do que a concorrência perfeita.
35. () Monopólios naturais surgem em setores em que altos custos fixos tornam mais eficiente uma única empresa fornecer o mercado.

2.3 Oligopólio

36. () O oligopólio caracteriza-se por poucas empresas dominando grande parte da oferta.
37. () Em oligopólios, as empresas agem de forma independente, sem considerar a concorrência.
38. () A interdependência estratégica é uma das marcas do oligopólio.
39. () Exemplos de oligopólio podem ser encontrados no setor automobilístico e no setor aéreo.
40. () Em cartéis, empresas oligopolistas se unem para fixar preços ou dividir mercados.

2.4 Concorrência Monopolista

41. () Na concorrência monopolista, há muitos vendedores, mas cada um diferencia seu produto.
42. () O poder de mercado aqui é derivado da diferenciação de produto.
43. () Restaurantes e marcas de roupas são exemplos de concorrência monopolista.
44. () A livre entrada e saída de empresas é característica dessa estrutura.



UNIDADE
DEODORO DE
MENDONÇA



SECRETARIA DE
CIÊNCIA, TECNOLOGIA E
EDUCAÇÃO SUPERIOR,
PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA



GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E EDUCAÇÃO SUPERIOR PROFISSIONAL E
TECNOLÓGICA – SECTET
DIRETORIA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR, PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA- DETEC
EETEPA DEODORO DE MENDONÇA

45. () No longo prazo, os lucros econômicos tendem a ser sustentados devido à diferenciação.

2.5 Monopsônio e Oligopsônio

46. () No monopsônio, há apenas um comprador e muitos vendedores.

47. () O oligopsônio ocorre quando poucos compradores concentram a demanda de determinado bem.

48. () Monopsônio e oligopsônio são comuns no mercado de trabalho ou de matérias-primas.

49. () No monopsônio, o poder de negociação está concentrado no vendedor.

50. () No oligopsônio, compradores podem influenciar preços devido à sua concentração de demanda.