

Capítulo 7

Estruturas de Mercado

(com respostas)

7.1 Introdução

As estruturas de mercado dependem de **3 (três) características**:

- **número de empresas** que compõem esse mercado;
- **tipo do produto**: idênticos ou diferenciados;
- se existem ou não **barreiras ao acesso** de novas empresas nesse mercado.

7.2 Concorrência pura ou perfeita (mercado competitivo com consumidores finais): tipo de mercado em que há grande número de vendedores no qual uma empresa isoladamente não afeta a oferta do mercado, nem seu equilíbrio; por seu grande número no mercado, elas são apenas tomadores de preços (***price-takers***).
Características:

- mercado atomizado: composto por grande número de empresas;
- produtos homogêneos: não existe diferenciação dos produtos oferecidos;
- não existem barreiras para entrada de novas empresas: ;
- transparência do mercado: todas as informações sobre lucros, preços, etc. são conhecidos pelos concorrentes.

7.3 Monopólio

Mercado monopolista: apresenta condições opostas às da concorrência perfeita; não há concorrência, nem produto concorrente. Nela há uma única empresa. Ex. Petrobrás.

Barreiras para novas empresas advém das seguintes condições:

- monopólio puro ou natural (em função de que as empresas possuem elevado capital e escala);
- patentes;
- controle de matérias-primas básicas; Ex.: minas de bauxita/alumínio
- monopólio institucional ou estatal (por lei): Ex. Petrobrás; Correios

Os **lucros extraordinários** devem persistir também no longo prazo em mercados monopolizados.

7.4 Oligopólio: estrutura formada por pequeno número de empresas que dominam a oferta de mercado.

- **cartel:** organização de produtores dentro de um setor que determina política de preços para todas as empresas que a ela pertencem;
- **liderança de preços:** empresas líderes e empresas satélites.
- oligopólios com produtos diferenciados ou homogêneos
- **objetivos:** na teoria marginalista é a maximização de lucros e na teoria da organização industrial é maximizar o *Mark-up*.

Mark-up = receita de vendas – custos diretos

O setor produtivo brasileiro é altamente oligopolizado, sendo possível encontrar inúmeros exemplos: montadoras de veículos, setor de cosméticos, indústria de papel, indústria química, indústria farmacêutica, bebidas, alimentos, entre outras

Preço calculado no modelo de *mark-up*: **$p = C (1+m)$** , onde:

p = preço do produto

c = custo unitário direto ou variável

m = taxa (%) de mark-up

Taxa de *mark-up*: fixada de forma a cobrir custos diretos e custos fixos e atender a certa taxa de rentabilidade desejada pelos acionistas.

Teoria: as empresas não conseguem prever a demanda por seu produto e, portanto, suas receitas, mas conhecem bem seus custos. Elas fixam preços a partir de uma base mais objetiva, nos seus custos.

7.5 Concorrência monopolística: estrutura de mercado intermediária entre concorrência perfeita e monopólio.

Características:

- número relativamente grande de empresas com certo poder de concorrência, porém com segmentos de mercados e produtos diferenciados;
- margem de manobra para fixação dos preços não muito ampla, uma vez que existem produtos substitutos no mercado.

7.6 Estruturas do mercado de fatores de produção: mão-de-obra, capital, terra e tecnologia, apresenta diferentes estruturas e possui demanda derivada.

7.6.1 Concorrência perfeita no mercado de fatores: mercado cuja oferta do fator de produção é abundante, tornando o preço desse fator constante.

7.6.2 Monopólio no mercado de fatores: quando há um monopolista na venda de insumos.

7.6.3 Oligopólio no mercado de fatores: quando poucas empresas produzem/vendem um determinado insumo.

7.6.4 Monopsônio: forma de mercado na qual há somente um comprador para muitos vendedores dos serviços dos insumos. Ex.: uma única Indústria de laticínios

7.6.5 Oligopsônio: mercado em que há poucos compradores negociando com muitos vendedores na compra de insumos. Ex.: 2 ou 3 Indústrias de laticínios

7.6.6 Monopólio bilateral: quando um monopsonista, defronta com um monopolista na venda de um fator de produção. Por ex.: só a empresa **A** compra um tipo de aço que é produzido apenas pela siderúrgica **B**. A empresa **A** é monopsonista, porque só ela compra esse tipo de aço, e a siderúrgica **B** é monopolista, porque só ela vende esse tipo de aço.

7.7 Grau de concentração econômica no Brasil: para verificar o grau calcula-se a proporção do faturamento das quatro maiores empresas de cada ramo de atividade sobre o total faturado no ramo respectivo. Quanto mais próximo de 100%, maior o grau de concentração do setor.

7.8 A ação governamental e os abusos do poder: Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência é constituído de órgãos (Cade, SDE, SEAE) que julgam processos administrativos relativos a abusos de poder econômico e analisa fusões de empresas.

<https://www.gov.br/cade/pt-br/>

Quadro 7.1 Principais características das estruturas básicas de mercado

Características	Concorrência perfeita	Monopólio	Oligopólio	Concorrência monopolística
1. Quanto ao número de empresas	Muito grande.	Só há uma empresa.	Pequeno.	Grande.
2. Quanto ao produto	Homogêneo. Não há quaisquer diferenças.	Não há substitutos próximos.	Pode ser homogêneo ou diferenciado.	Diferenciado.
3. Quanto ao controle das empresas sobre os preços	Não há possibilidades de manobras pelas empresas.	As empresas têm grande poder para manter preços relativamente elevados, sobretudo quando não há intervenções restritivas do governo (leis antitrustes).	Embora dificultado pela interdependência entre as empresas, essas tendem a formar cartéis controlando preços e cotas de produção.	Pouca margem de manobra, devido à existência de substitutos próximos.

Quadro 7.1**Principais características das estruturas básicas de mercado**

Características	Concorrência perfeita	Monopólio	Oligopólio	Concorrência monopolística
4. Quanto à concorrência extrapreço (promoções, atendimento, propaganda, pós-venda, etc.)	Não é possível nem seria eficaz.	A empresa geralmente recorre a campanhas institucionais, para salvar sua imagem.	É intensa, sobretudo quando há diferenciação do produto.	É intensa, exercendo-se pelas diferenças físicas, de embalagens e prestação de serviços complementares.
5. Quanto às condições de ingresso na indústria	Não há barreiras.	Barreiras ao acesso de novas empresas.	Barreiras ao acesso de novas empresas.	Não há barreiras.

Tabela 7.1 Grau de concentração na indústria e comércio por setores

(Faturamento das quatro maiores empresas, sobre o faturamento total de cada setor)

Setor industrial

	Número de grupos considerados	Grau de concentração (%)	Grau de concentração média do setor (%)
1. Alimentos			54
• Açúcar e álcool	4	51	
• Moinhos	4	59	
• Frigoríficos	4	53	
• Conservas	4	74	
2. Bebidas e fumo			85
• Sucos e concentrados	4	78	
• Cerveja	2*	86	
• Cigarros e fumo	3*	91	
3. Eletroeletrônico			66
• Eletrodomésticos	4	60	
• Equipamentos para construção	4	72	
• Condutores elétricos	4	81	
• Computadores	2*	64	
4. Borracha (pneus e artefatos)	4	75	75
5. Material de transporte	4	94	94
6. Mecânica			67
• Motores e implementos agrícolas	4	65	
• Máquinas operatrizes	4	68	
• Equipamentos pesados	4	69	

**Tabela 7.1 Grau Concentração – SETOR INDUSTRIAL
(continuação)**

7. Metalurgia			72
• Aços planos	1**	100	
• Aços não-planos e especiais	4	55	
• Metalurgia de não-ferrosos	4	58	
8. Química			49
• Petroquímica	4	43	
• Fertilizantes	4	48	
• Produtos de higiene e limpeza	4	71	
9. Papel e celulose	5***	56	56
10. Têxtil			29
• Fiação e tecelagem	2*	20	
• Confecções	2*	46	
11. Minerais não-metálicos			73
• Cimento e cal	4	68	
• Vidro e cristal	4	76	
• Amianto e gesso	4	88	
12. Mineração	4	76	76
13. Construção civil			47
• Construção pesada	4	47	

* O grupo que segue é inexpressivo.

** Monopólio absoluto.

*** O 4º e 5º estão bem próximos.

Tabela 7.1 Grau Concentração – SETOR COMERCIAL (continuação)

Setor comercial

	Número de grupos considerados	Grau de concentração (%)	Grau de concentração média do setor (%)
1. Varejista • Supermercados (redes)	4	55	55
2. Distribuição de gás	4	66	66
3. Distribuição de derivados de petróleo	4	79	79

Fonte: Adaptado de PIH, Lawrence. O desafio brasileiro. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 2 dez. 1990.

Média da concentração na indústria dos setores considerados: 63%.

Média da concentração no comércio dos setores considerados: 71%.

Média da concentração geral: 64,35%.

Grau Concentração – SETOR INDUSTRIAL POR FAIXA DE MARK UP, LUCRO, ETC.

Tabela 4
Concentração e desempenho

Indicadores	Concentração			Significância de diferenças
	Alta	Moderada	Baixa	
Total da indústria	(34 setores)	(42 setores)	(29 setores)	
<i>Markup</i> s/custo	141	126	107	F = 6,68***
Lucro s/valor da produção	29,3	25,3	21,3	F = 8,81***
Produtividade do trabalho	39	30	27	F = 4,58**
Lucro s/patrimônio líquido	25,2	20,8	16,2	F = 4,08**
Lucro s/receita operacional	8,8	6,8	6,2	F = 1,74
Bens de consumo duráveis	(18 setores)	(20 setores)	(14 setores)	
<i>Markup</i> s/custo	154	132	109	F = 4,88**
Lucro s/valor da produção	30,5	25,2	21,7	F = 6,64***
Produtividade do trabalho	41	24	19	F = 8,26***
Lucro s/patrimônio líquido	23,6	23,8	15,0	F = 3,18*
Lucro s/receita operacional	9,9	8,0	5,5	F = 3,94**
Bens de Consumo não-duráveis	(16 setores)	(22 setores)	(15 setores)	
<i>Markup</i> s/custo	127	120	105	F = 1,91
Lucro s/valor da produção	28,0	25,3	20,9	F = 2,83*
Produtividade do trabalho	38	36	35	F = 0,09
Lucro s/patrimônio líquido	27,3	18,1	17,2	F = 2,53
Lucro s/receita operacional	7,4	5,7	6,8	F = 0,23

* Significante ao nível de 10%.

** Significante ao nível de 5%.

*** Significante ao nível de 1%.

FNTE: <https://www.scielo.br/j/rae/a/jxqQT5TfpxSNyrMpjtTz9vj/?lang=pt#>
Concentração e desempenho na indústria brasileira de bens de consumo.
Orlando Figueiredo

$$PRO = \frac{VTI}{PO}$$

Produtividade do Trabalho = VTI / PO (pessoal ocupado)

Responder as questões da página 121

(4ª edição)

1. Caracterize o mercado concorrencial. Que regra o empresário segue para maximizar seus lucros?
2. Diferencie lucro normal de lucro extraordinário.
3. Confronte o monopólio com o oligopólio. Mostre as características de cada estrutura de mercado e o modo como o preço é fixado em cada uma delas.

Responder as questões 4 e 5

4. Quais as estruturas do mercado de fatores? Como elas se caracterizam?
5. O que vem a ser o monopólio bilateral?

Respostas

1. Caracterize o mercado concorrencial. Que regra o empresário segue para maximizar seus lucros?

R: Um mercado concorrencial é aquele em que há um grande número de firmas, cada uma delas sendo suficientemente pequena de modo que não afeta os níveis de oferta do mercado e, conseqüentemente, não afeta o preço de equilíbrio. Em um mercado de competição perfeita, temos as seguintes características:

- 1) Produtos são homogêneos, de modo que o consumidor não consegue diferenciar o produto das firmas,
- 2) Livre entrada de firmas,
- 3) Informação Perfeita: Não há informação privada, todas as informações relevantes sobre lucros, preços, etc. são conhecidas pelos participantes do mercado.

Neste mercado, a regra do empresário para maximizar o lucro é tomar o preço como um dado e produzir até igualar o preço a seu custo marginal.

Respostas

2. Diferencie lucro normal de lucro extraordinário.

R: O lucro normal representa o custo de oportunidade da capital empregado na empresa, ou seja, quanto seria ganho em outra atividade ou aplicação alternativa.

Lucro econômico ou extraordinário (ou ainda lucro extra) é o que empresa auferir, acima do lucro normal. Isto é, a diferença entre a receita total e o custo total, incluindo-se o lucro normal como um custo implícito (não desembolsado efetivamente pela empresa).

Respostas

3. Confronte o monopólio com o oligopólio. Mostre as características de cada estrutura de mercado e o modo como o preço é fixado em cada uma delas.

R: No monopólio temos somente um produtor, que domina toda a oferta do produto e, portanto, depara-se com toda a demanda de mercado. Na maximização de lucros, a regra do monopolista é simplesmente igualar $RM_g = CM_g$, lembrando que, ao deparar-se com a demanda do mercado, que é negativamente inclinada, esta regra será diferente de $P = CM_g$ do caso de concorrência.

No caso de oligopólio, temos um número pequeno de firmas, de modo que cada uma delas tem algum poder de monopólio, mas há alguma concorrência entre as firmas. A regra de como o preço é fixado depende da corrente de pensamento. Segundo a Teoria Marginalista, novamente a firma visa a maximização de lucros, sendo que agora a demanda que a firma se depara depende do seu impacto no mercado e da concorrência com as demais firmas. Segundo a Teoria da Organização industrial, o objetivo da firma seria maximizar o *mark-up*, que seria dado pela seguinte equação:

Mark-up = Receita de vendas – Custos diretos (ou variáveis)

O preço cobrado pela empresa, no modelo de *mark-up*, é calculado da seguinte forma: $p = (1+m)C$, onde:

p = preço do produto; m = taxa de *mark-up*; C = custo unitário direto (equivalente ao custo variável médio)

Respostas

4. Quais as estruturas do mercado de fatores? Como elas se caracterizam?

R: As estruturas do mercado de fatores são:

Concorrência perfeita: Um grande número de firmas atomísticas oferta os fatores ao preço de mercado.

Monopsônio: Uma única firma é a compradora do insumo produzido por diversas firmas.

Oligopsônio: Poucas firmas são compradoras do insumo produzido por diversas firmas.

Monopólio Bilateral: ocorre quando um monopsonista, na compra do fator de produção, defronta-se com um monopolista na venda desse fator.

5. O que vem a ser o monopólio bilateral?

R: Um Monopólio bilateral ocorre quando um monopsonista, na compra do fator de produção, defronta-se com um monopolista na venda desse fator.