

RESUMO DE FUNDAMENTOS DA ECONOMIA

Bibliografia: Vasconcelos – Princípios da Economia
Passos e Nagomi - Economia

ESTRUTURAS DE MERCADO (tipos)

As diferentes estruturas de mercado estão alicerçadas em três variáveis principais:

- Número de empresas produtoras que atuam no mercado;
- Diferenciação do produto ou serviço;
- Existência ou de barreiras como forma de limitar a entrada de novas empresas.

As estruturas de mercado classificam-se basicamente em: concorrência perfeita, monopólio, oligopólio e concorrência perfeita.

Concorrência pura ou concorrência perfeita

1. É um mercado com vários vendedores e compradores de forma que cada agente econômico isolado não tem condições de afetar o preço de mercado;
2. O produto é homogêneo em todas as empresas. Não há diferenças de embalagem e qualidade;
3. Mercado em que não há barreiras à entrada e à saída, tanto de compradores como de vendedores;
4. Princípio da racionalidade: os agentes agem racionalmente (é o chamado princípio da racionalidade ou do *homo economicus*). As organizações sempre maximizam seu lucro e os consumidores maximizam sua satisfação;
5. Transparência de mercado. Compradores e vendedores tem acesso a toda informação relevante, sem custos, isto é, conhecem os preços, a qualidade e os custos.

Monopólio

1. Uma única empresa produz um bem ou um serviço sem substitutos próximos;
2. Apresenta barreiras à entrada de empresas concorrentes;
3. O produto ou o serviço não é idêntico. Não há possibilidade de ser substituído por outros.

Oligopólio

1. Reduzido número de firmas que operam no setor;
2. Os bens ou os serviços são substituídos perfeitos entre si;
3. O consumidor sabe perfeitamente quem produziu;
4. Apresenta barreiras à entrada e à saída de novas empresas.

Concorrência monopolística

1. Várias empresas produzem dado bem ou serviço;
2. Cada uma produz um bem ou serviço diferenciado, mas com substitutos próximos. A diferenciação nos produtos pode se dar via:
 - Características físicas, como composição química;
 - Promoção de vendas, propaganda, atendimento, brindes;
 - Manutenção;
 - Embalagem.

3. Cada empresa tem um relativo poder sobre os preços, visto que os produtos ou serviços são diferenciados.

Outras formas de organização das empresas no mercado

Cartel

Associação entre empresas do mesmo ramo de produção com o objetivo de dominar o mercado e disciplinar a concorrência. Os cartéis prejudicam a economia por impedir o acesso do consumidor à livre concorrência e beneficiar empresas não-rentáveis. Tendem a durar devido ao conflito de interesses.

Duping

É uma prática comercial, que consiste em vender seus produtos por preços extraordinariamente baixos, por um tempo, visando prejudicar e eliminar a concorrência local.

Monopsônio

Situação de mercado em que há um comprador de um produto, geralmente matéria-prima.

Oligopsônio

Tipo de estrutura de mercado em que poucas empresas de grande porte são compradoras de determinados produtos, geralmente matéria-prima ou produtos primários.

Monopólio Bilateral

Ocorre quando um monopolista, na compra do fator de produção, defronta com um monopolista na venda desse fator.

A determinação dos preços de mercado dependerá não só de fatores econômicos, mas do poder de barganha de ambos;

Exemplo: Só a empresa A monopolista porque só compra esse tipo de aço que é produzido pela siderúrgica B, e a siderúrgica B é monopolista porque só vende esse tipo de aço.

Truste

O truste consiste num acordo entre diversas empresas que passam a ser administrada por uma nova empresa ou grupo financeiro. Dessa forma, o truste passa a ser o único produtor e vendedor de um determinado bem no mercado.

Joint venture

Basicamente, uma joint venture representa a associação de duas ou mais empresas a fim de criar ou desenvolver uma atividade econômica.

Holding

É uma forma de oligopólio no qual é criada uma empresa para administrar um grupo delas que se uniu com o intuito de promover o domínio de determinada oferta de produtos e/ou serviços.