

# Estruturas de mercado



Prof. Marcelo Lacerda Rezende  
marcelo.rezende@unifal-mg.edu.br

# ESTRUTURAS DE MERCADO

---

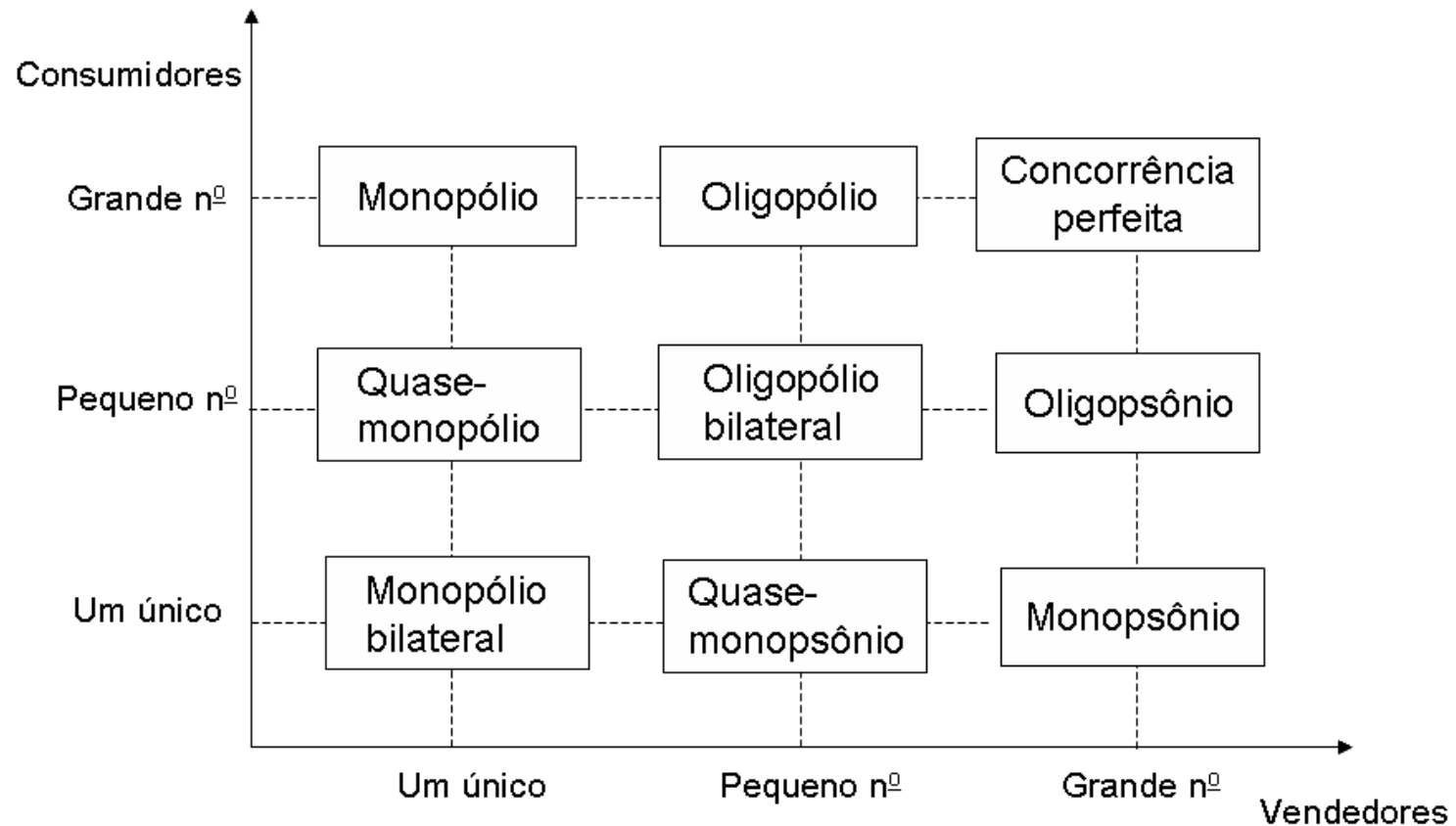
- Até o momento: sem interferências o mercado encontra o equilíbrio.
- Estávamos supondo uma estrutura específica de mercado: CONCORRÊNCIA PERFEITA.

# ESTRUTURAS DE MERCADO

---

- Dependem fundamentalmente de três características:
  - 1) Número de empresas que compõem o mercado;
  - 2) Tipo do produto (se as empresas fabricam produtos idênticos ou diferenciados);
  - 3) Se existem ou não barreiras ao acesso de novas empresas nesse mercado.

# ESTRUTURAS DE MERCADO: classificação de Stakelberg



# CONCORRÊNCIA PERFEITA

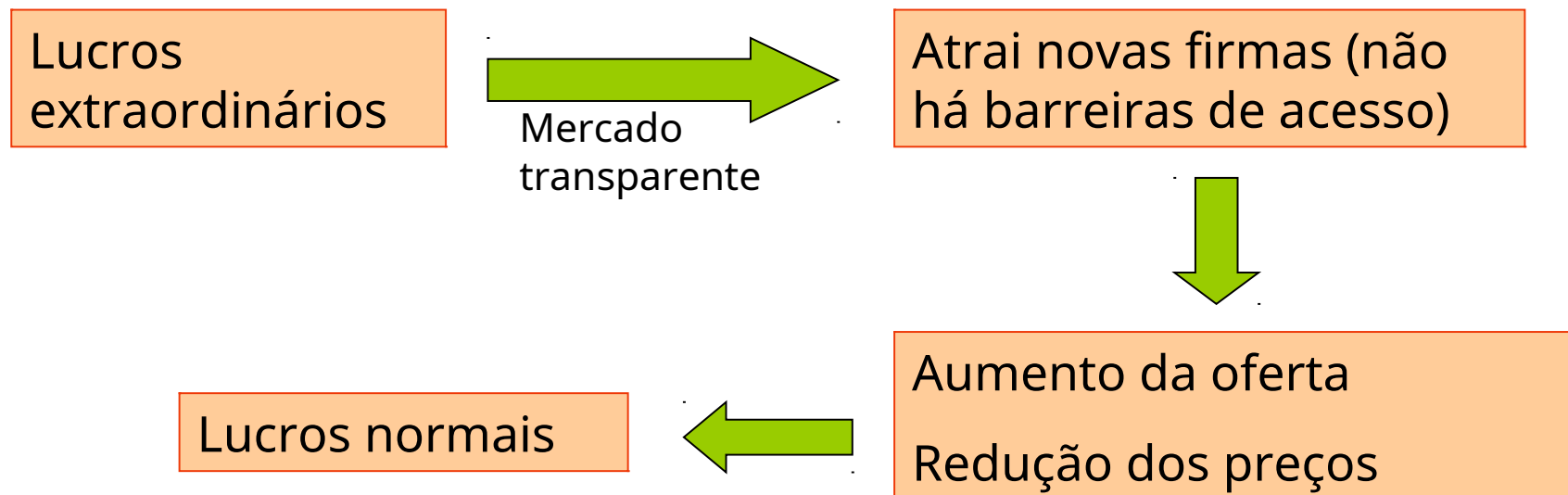
---

- ❑ Grande número de empresas;
- ❑ Produtos homogêneos;
- ❑ Não existem barreiras para o ingresso de empresas no mercado;
- ❑ Transparência do mercado (todas as informações são conhecidas por todos os participantes).

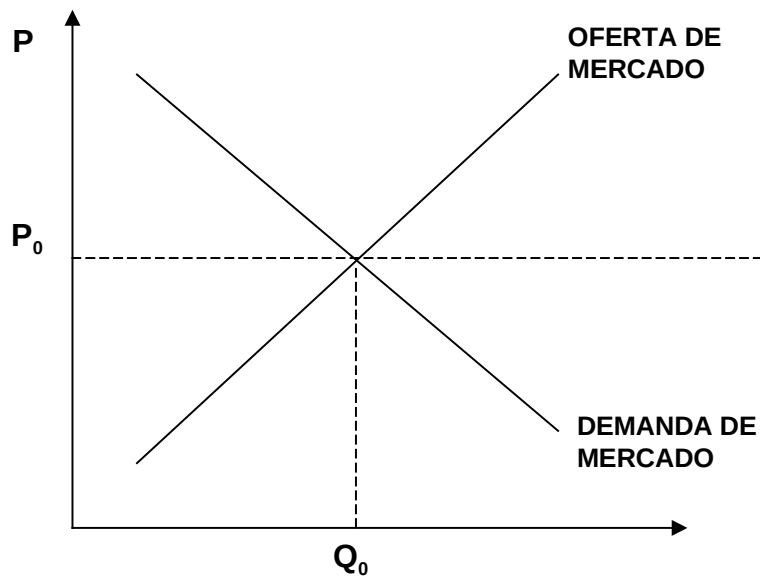
# CONCORRÊNCIA PERFEITA

---

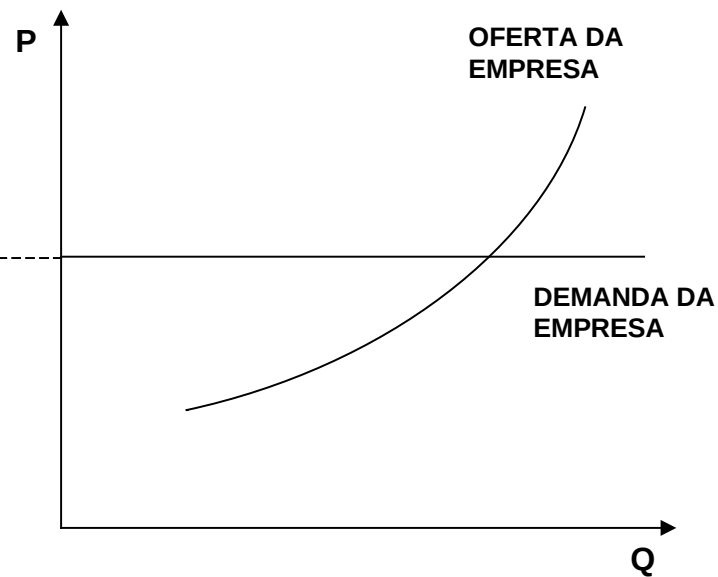
- Não existem lucros extras ou extraordinários:



# CONCORRÊNCIA PERFEITA



EQUILÍBRIO DE MERCADO



EQUILÍBRIO DA EMPRESA

# MONOPÓLIO

---

- Um único empresário dominando inteiramente o mercado.
- Não há produto substituto ou concorrente.

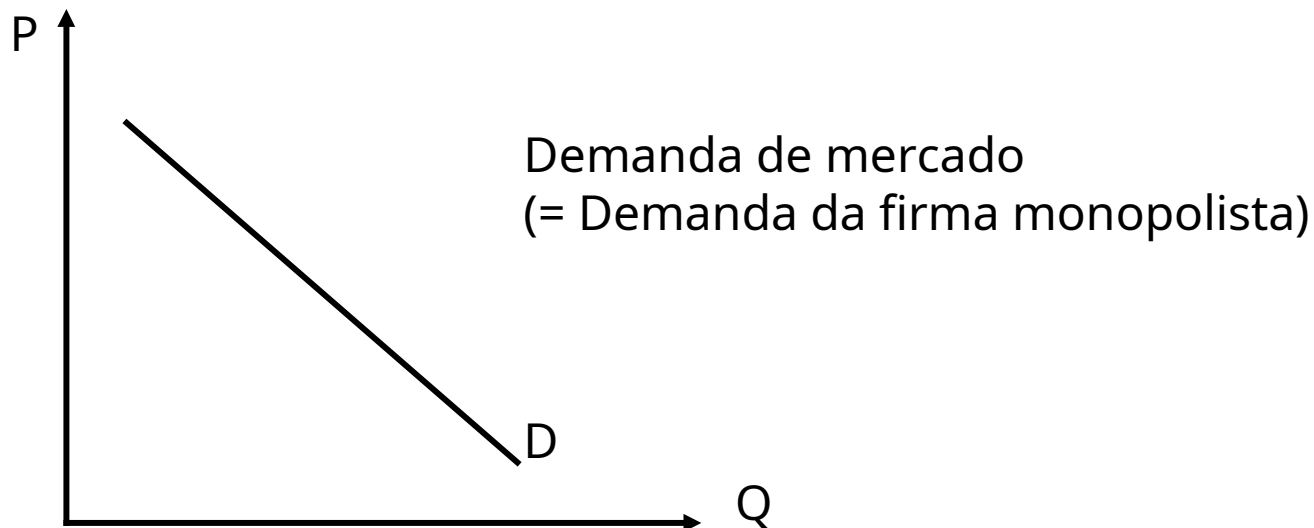


# MONOPÓLIO

---

Ao ser exclusiva no mercado a empresa monopolista determina o preço de equilíbrio, de acordo com sua capacidade de produção:

- se ela aumentar a oferta, o preço do mercado diminuirá; se reduzir a oferta, o preço aumentará.



# MONOPÓLIO

---

- Barreiras à entrada de novas firmas no mercado:
  - Monopólio puro ou natural - o mercado, por suas próprias características, exige elevado volume de capital;
  - Patentes;
  - Controle de matérias-primas básicas;
  - Monopólio institucional ou estatal.

# MONOPÓLIO

---

- Barreiras de entrada: os lucros extraordinários permanecem também no longo prazo em mercados monopolizados.
- Ponto de vista social: a concorrência perfeita é melhor para a sociedade como um todo (lucros normais – melhor alocação de recursos).

# ESTRUTURA DE MERCADO DA INDÚSTRIA FARMACÊUTICA NO BRASIL

Lei dos medicamentos genéricos

Ano	CR4	
	4 maiores	Demais Empresas
1995	0,180	0,820
1996	0,204	0,796
1997	0,255	0,745
1998	0,244	0,756
1999	0,318	0,682
2000	0,170	0,830
2001	0,162	0,838
2002	0,159	0,841

# OLIGOPÓLIO

---

- Pequeno número de empresas que dominam a oferta de mercado:
  - Pequeno número de empresas (indústria automobilística); ou
  - Grande número de empresas, mas poucas dominam o mercado (bebidas).

# OLIGOPÓLIO

---

- Oligopólios com produtos diferenciados (automóveis).
- Oligopólios com produtos homogêneos (alumínio, cimento).
- O setor produtivo brasileiro é altamente oligopolizado.

# OLIGOPÓLIO

---

- ▣ Quantidades ofertadas e preço: fixados pelas empresas por meio de conluio ou cartéis.
- Cartéis: organização (formal ou informal) de produtores dentro de um setor que determina a política de preços para todas as empresas que a ele pertencem.
- ▣ GUERRA DE PREÇOS

# MERCADO BRASILEIRO DE AUTOMÓVEIS

---

- ⇒ Mercado nacional de automóveis (2006): Volkswagen (27,77%), Fiat (26,99%), General Motors (19,85%) e Ford (7,95%)
- ⇒ Juntas possuem 82,56% do mercado interno.
- ⇒ Oligopólio: pequeno número de agentes, grande porte, considerável controle sobre preços, diferenciação de produto, concorrência extra-preço e existência de barreiras à entrada de novos competidores.

Fonte: NISHIKAWA et al. Uma análise da estrutura de mercado do segmento de automóveis. Disponível em: <http://74.125.47.132/search?q=cache:73MZcDOHFxsj:www.revista.inf.br/contabeis05/pages/artigos/cc-edic05-anoIII>



# CONCORRÊNCIA MONOPOLISTICA

---

- ❑ Estrutura intermediária entre concorrência perfeita e monopólio.
- ❑ Não se confunde com o oligopólio uma vez que:
  - Número relativamente grande de empresas, com certo poder concorrencial (produtos diferenciados);
  - Margem de manobra para fixação de preços não é muito ampla.

Essa estrutura acaba dando um pequeno poder monopolista sobre o preço do produto, embora o mercado seja competitivo.

# Abusos do poder econômico

---

- ❑ O Brasil possui legislação que procura coibir os abusos do poder econômico em defesa da concorrência e da proteção aos consumidores.
- ❑ CADE – Conselho Administrativo de Direito da Concorrência (Ministério da Justiça).
- ❑ Tem por objetivo julgar os processos administrativos relativos a abusos do poder econômico e analisar fusões de empresas.