**Estruturas de mercado**

**Mercado:** instituição, concreta ou abstrata, onde ofertantes e demandantes estabelecem negociações entre si para obter uma decisão sobre o quanto produzir e o que deve ser produzido pelas firmas e a quantidade e o preço que será pago pelas famílias, que são as unidades consumidoras do sistema econômico.

**Concorrência perfeita:**

* Ofertantes: há um grande número de ofertantes nesse mercado, desta forma, nenhum deles é capaz, ao menos individualmente, de controlar as quantidades disponíveis e, em consequência, seus preços.
* Demandantes: há um grande número de demandantes, assim, analogamente ao que ocorre com a oferta, nenhum comprador é capaz de controlar individualmente as quantidades que devem ser negociadas e os preços delas.
* Informação: no caso do modelo de concorrência perfeita, todos os agentes econômicos têm informação disponível em sua integralidade para tomar suas decisões. Isso significa que todos eles sabem qual é a dimensão da oferta, da demanda, e, em caso de mercados espalhados pelo território, os agentes sabem qual o preço em cada um deles. Assim, os agentes, que agem de forma racional, tomam a melhor decisão possível para utilizar seus recursos, o que em economia é chamado de maximização do resultado.
* Produto: o modelo de concorrência perfeita parte da premissa de que o bem ou serviço que está sendo negociado no mercado é homogêneo, ou seja, todos os ofertantes produzem o mesmo tipo de mercadoria, com as mesmas especificações e a mesma qualidade, o que permite que consumidores comparem preços de maneira direta e decida pelo preço mais baixo. Isso é o que costuma ocorrer no mercado de cereais, como, por exemplo, a soja: trata-se do mesmo produto, produzido em vários lugares, mas com as mesmas características entre eles.

Com esses quatro quesitos atendidos, será somente a interação entre as forças de mercado – oferta e demanda – que determinarão as quantidades que serão transacionadas e os preços que serão pagos pelas mercadorias. Uma vez que a informação desse mercado é disponível para todos e que há numerosos ofertantes e demandantes, que produzem exatamente o mesmo bem ou serviço, então não há um grupo isolado de agentes econômicos que possam impor seu interesse. É o encontro das forças de mercado que encontrará o equilíbrio e promoverá o melhor uso dos recursos desse sistema econômico. O modelo de concorrência perfeita também adota a premissa de que é livre a entrada e saída dos agentes econômicos. Assim, se uma empresa quiser entrar em um mercado para aproveitar uma possibilidade de lucro, ela pode fazê-lo sem restrições, e, com mais empresas entrando em um mercado, a oferta aumentará e o preço voltará a seu ponto de equilíbrio. De maneira análoga, os consumidores podem entrar, sair ou adiar seu consumo sem limitações, regulando o mercado e fazendo com que ele sempre convirja para seu ponto de equilíbrio.

**Mercados concentrados - barreiras à entrada:** Os pressupostos do modelo de concorrência perfeita nem sempre são verificados nos mercados. A entrada e saída de agentes econômicos, principalmente de firmas, não é sempre tão livre. Isso dependerá do setor de atividade em que a firma está inserida, da disponibilidade de informação, da estrutura dos mercados de fatores de produção, entre outros. Na economia, costuma-se dizer que existem barreiras à entrada de novos agentes. Essas barreiras à entrada ocorrem por diversos motivos. A maioria deles está ligada aos custos que as empresas têm para começar a operar. Uma firma que já está estabelecida no mercado há algum tempo, já possui uma rede de fornecedores e de clientes, além de acesso a informações privilegiadas sobre o mercado em que opera. Isso dá para a firma que já está estabelecida uma vantagem absoluta de custos, uma vez que ela tem acesso a fornecedores com um custo mais baixo de quem está se inserindo agora no mercado. Outro tipo de barreira à entrada, ainda relacionada com os custos, é a presença de economias de escala. Empresas que operam com economias de escala são aquelas que devem produzir uma quantidade de mercadorias muito grande para que a comercialização da produção se torne viável, frente a presença de grandes custos fixos para implementação dessa atividade produtiva. Trata-se de grandes empresas que têm um investimento inicial de elevado valor e que, uma vez estabelecida no mercado, precisam vender várias unidades para que o custo individual do produto caia e seja comercializado. Um exemplo são as companhias aéreas que gastam milhões de dólares na aquisição de aeronaves. O custo operacional (manutenção, combustível, tripulação) de uma aeronave também é elevado. Assim, para atrair os consumidores, as empresas precisam oferecer uma grande quantidade de lugares nas aeronaves e operá-las em vários destinos para que “diluir” esses altos custos para que o preço da passagem diminua de maneira suficiente para atrair maior demanda. As empresas já instaladas no mercado que operam com economias de escala tem uma grande vantagem sobre novas empresas que queiram entrar nesse mercado, uma vez que o investimento inicial é elevado e a demanda já está sendo disputada por essas empresas instaladas. Assim, a empresa entrante nesse mercado deverá cobrar preços semelhantes às empresas que já estão no mercado, para que se possa disputar a demanda. No entanto, não é raro que o preço do produto não cubra os custos das empresas entrantes, inviabilizando sua operação. Outra forma de criar uma barreira à entrada é por meio da diferenciação de produto. As empresas começam a adotar um maior conteúdo tecnológico ou novas estratégias de marketing para transformar seu produto em algo que o concorrente não vai conseguir oferecer, ganhando mais poder de mercado e, assim, tendo um maior controle sobre o preço pelo qual o produto será negociado.

**Monopólio e oligopólio:** estruturas de mercado concentradas, onde as condições de um mercado em concorrência perfeita não são completamente satisfeitas. No caso do monopólio, há um único ofertante e inúmeros demandantes e, portanto, a firma monopolista tem um poder de mercado maior, podendo fixar preços e quantidades a serem negociadas. Já os oligopólios são estruturas de mercado onde há poucos ofertantes para uma grande quantidade de demandantes. Nessa situação, embora possa haver concorrência entre os ofertantes, o impacto dessa concorrência sobre os preços é limitado e essas empresas conseguem estabelecer lucros mais elevados. Assim, de maneira semelhante ao monopólio, os oligopólios também favorecem o poder de mercado dos ofertantes. De forma análoga, existem também o monopsônio e o oligopsônio. No primeiro caso, há um único comprador para inúmeros ofertantes. Já no caso do oligopsônio, há poucos compradores para muitos vendedores. Nesses casos, o poder de mercado fica concentrado no lado do demandante.

**Concorrência monopolística:** estrutura onde há uma grande quantidade de ofertantes e uma grande quantidade de demandantes. À primeira vista, parece ser um mercado em concorrência perfeita. No entanto, diferentemente do que ocorre naquela estrutura, na concorrência monopolística o produto é diferenciado. Isso significa que, embora objetivamente o produto seja o mesmo, há diferenças na qualidade, na tecnologia incorporada, nas ações de marketing que agregam valor à marca. Isso faz com que, embora existam inúmeros produtores e consumidores, as negociações de quantidades e preços são realizadas dentro de espaços de mercado limitados que são chamados na literatura especializada de nichos de mercado.