



ESTRUTURA de MERCADO

Material cedido pelo
 Prof. Ms. Alessandro Marques de Oliveira

<https://i.pinimg.com/originals/51/53/bb/5153bb30e072341187ae44e45107f42a.jpg>

1

ESTRUTURA de MERCADO

- As **estruturas de mercado** são a forma como um determinado setor da economia se organiza, tendo em conta a **concorrência e o produto**.
- Quanto à **concorrência**, analisa-se o **número de empresas** que atuam no mercado.
- Já quanto ao **produto**, analisa-se a **homogeneidade ou diferenciação** do produto em relação aos concorrentes.

2

<https://valordemercadoblog.wordpress.com/2017/11/29/estruturas-de-mercado-os-diferentes-modelos-de-mercado/>

2

ESTRUTURA de MERCADO

- Através das estruturas de mercado torna-se possível que as empresas **analisem** o seu mercado, chegando de maneira mais fácil à forma correta de atuar e, permite, portanto, que as empresas **evitem** alguns erros de atuação.
- Através dessa análise, as empresas **descobrem** o grau de concorrência dentro do seu mercado, que é o que vai **influenciar** os preços e consequentemente influenciar o poder de compra dos indivíduos e, por isso, o seu bem-estar.

3

<https://valordemercadoblog.wordpress.com/2017/11/29/estruturas-de-mercado-os-diferentes-modelos-de-mercado/>

3

ESTRUTURA de MERCADO

○ **Introdução**

As várias estruturas de mercado dependem de **3 características**:

- Nº de empresas
- Tipo de produto (idêntico ou diferenciado);
- Se existem ou não barreiras de mercado.

4

4

ESTRUTURA de MERCADO

Os **quatro** diferentes tipos de **estruturas de mercado**:

- Concorrência pura ou perfeita,
- Monopólio
- Oligopólio
- Concorrência Monopolística

5

5

CONCORRÊNCIA PURA ou PERFEITA

- **Definição**

É um tipo de mercado em que há

- grande nº de vendedores (empresas/produtores), uma empresa isolada não afeta os níveis de oferta,
- preço de equilíbrio.

As empresas são **tomadoras de preços**, ou ***price-takers***.

6

6

CONCORRÊNCIA PURA ou PERFEITA

- A existência desse mercado depende das seguintes premissas:
 - Mercado atomizado;
 - Produtos homogêneos;
 - Sem barreiras para a entrada de novas empresas;
 - Transparência do mercado;
 - Plena mobilidade dos Fatores de Produção;
 - Transparência tecnológica;
 - Informações simétricas.

7

7

CONCORRÊNCIA PURA ou PERFEITA

- Outra característica importante desse mercado é que no longo prazo não existem **lucros extras** ou **extraordinários**, mas apenas os **lucros normais**.
 - **Lucros extras** atrairão novos entrantes.
 - **Lucros normais** remunerarão o custo oportunidade do empresário.
- Na realidade **não existe** o mercado de concorrência perfeita, sendo o mercado de produtos de **hortifrutigranjeiros** o exemplo **mais próximo** desse modelo.
 - Exemplo: mercado de alface

8

8

Fatec MONOPÓLIO

Faculdade de Tecnologia

○ Definição

Nele existe uma **única empresa** dominando a oferta, e **do outro lado, todos os consumidores.**

○ Características

- Apresenta **condições opostas** às da concorrência perfeita.
- **Não existem produtos substitutos ou concorrentes.**



9

9

Fatec MONOPÓLIO

Faculdade de Tecnologia

○ Características

- Os **consumidores se submetem** às condições impostas pela empresa, **ou deixarão de consumir o produto.**
- Ao ser exclusiva no mercado, a **empresa monopolista determina o preço de equilíbrio,** conforme a sua capacidade de produção. A empresa monopolista é **price-maker.**

10

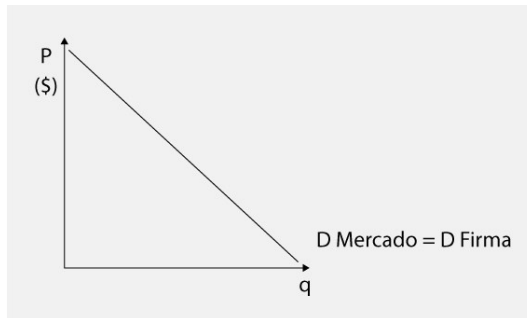
10

Fatec MONOPÓLIO

Faculdade de Tecnologia

○ Características

- A curva de demanda da empresa é a própria curva de demanda do mercado.
- O ponto de equilíbrio é determinado pela empresa, de acordo com sua capacidade de produção.
- A demanda tende a ser inelástica, pois não há opções para os consumidores.



11

11

Fatec MONOPÓLIO

Faculdade de Tecnologia

○ Características

- Para haver o monopólio, **devem existir barreiras que impeçam a entrada de novas firmas no mercado.**
- Essas barreiras podem surgir das seguintes condições:
 - Monopólio puro ou natural
 - Patentes
 - Controle de matérias-primas básicas

12

12

○ **Características**

- Essas barreiras podem surgir das seguintes condições:

Monopólio puro ou natural

- exige grande volume de capital;
- operam com elevadas economias de escala;
- preços relativamente baixos.

Patentes

enquanto a patente não cai em domínio público, a empresa é a única que detém a tecnologia apropriada para produzir.

13

13

○ **Características**

- Essas barreiras podem surgir das seguintes condições:

Controle de matérias-primas básicas

por exemplo, o controle de minas de bauxita pelas empresas produtoras de alumínio.

14

14

Fatec MONOPÓLIO

Faculdade de Tecnologia

○ Características

- Existem os **monopólios institucionais ou estatais** em setores considerados “**estratégicos**” ou de “**segurança nacional**” - por exemplo, energia, comunicações, petróleo.
- Devido as barreiras à entrada de novas firmas, os **lucros extraordinários** existem também no longo prazo.

15

15

Fatec OLIGOPÓLIO

Faculdade de Tecnologia

○ Definição

É um tipo de estrutura caracterizada por um pequeno número de empresas que dominam a oferta de mercado.

O setor produtivo brasileiro é altamente oligopolizado, como por exemplo os setores de

- montadoras de veículos,
- setor de cosméticos,
- indústria de papel,
- bebidas,
- química,
- farmacêuticas, etc.

16

16





19

Fatec OLIGOPÓLIO

Faculdade de Tecnologia

○ Poderá ser **puro** ou **diferenciado**

- **Puro** - concorrentes oferecem um produto homogêneo (substitutos perfeitos entre si).

Exemplo: serviços das empresas aéreas, indústrias de alumínio, de fósforo, aço, geladeira, etc.



20

Fatec OLIGOPÓLIO

Faculdade de Tecnologia

- **Diferenciado** – Produtos não homogêneos.

Exemplo: Indústria automobilística e de cigarros.



21

Fatec OLIGOPÓLIO

Faculdade de Tecnologia

No oligopólio, tanto as quantidades ofertadas como os preços são fixados entre as empresas por meio de conluíus ou cartéis.

Cartel

é uma organização (formal ou informal) de produtores dentro de um setor que determina a política de preços para todas as empresas do setor.

Ao combinar preços as empresas **agem** como **monopolistas (solução de monopólio)**.

Eventualmente podem fazer concorrência extrapreço – propaganda, publicidade, promoções.

A legislação brasileira **proíbe** de forma explícita o **cartel** para influir em preços e repartir o mercado.

22

22



23

No oligopólio há a chamada **liderança de preços**

- Empresas **líderes** geralmente **fixam** os preços respeitando as estruturas de custos das demais, e
- Empresas **satélites acompanham** as líderes.
- Exemplo no Brasil -> **Indústria de bebidas**

Oligopólios com **produtos diferenciados**

- Indústria automobilística

Oligopólios com **produtos homogêneos**

- Alumínio, cimento

24

24

○ **Objetivo da empresa oligopolista:**

- teoria neoclássica → maximiza lucros.
- teoria da organização industrial → maximizar o **mark-up**.
- **Mark-up** = receitas de vendas – custos diretos (ou variáveis)

O preço cobrado pela empresa, no modelo de mark-up é calculado da seguinte forma:

$$p = (1 + m) \times C$$

Em que: **p** = preço do produto **C** = custo direto unitário
m = taxa de **mark-up**, que é uma porcentagem sobre os custos diretos

25

25

○ A taxa de **mark-up** deve cobrir

- Custos diretos,
- Custos fixos e uma
- Taxa de rentabilidade.

A teoria do mark-up é sustentada porque as empresas **não conseguem** prever adequadamente as **vendas** (demanda), mas **conhecem** muito bem seus **custos**.

26

26

CONCORRÊNCIA MONOPOLÍSTICA

○ Definição:

É uma estrutura **intermediária** entre a **concorrência perfeita** e o **monopólio**, mas não se confunde com o oligopólio pelas seguintes características:

- **número** relativamente **grande** de empresas
→ **concorrência**
- **margem de manobra** para fixação dos preços **não muito ampla**
→ existem **produtos substitutos** no mercado.

27

27

CONCORRÊNCIA MONOPOLÍSTICA

Essas características acabam dando um **pequeno poder monopolista** sobre o preço do produto, embora o **mercado seja competitivo** (daí o nome concorrência monopolística, o que é aparentemente contraditório).

O **quadro seguinte** resume as **principais diferenças** entre as estruturas do mercado de bens e serviços.

28

28

Características	Concorrência Perfeita	Monopólio	Oligopólio	Concorrência Monopolista
1. Quanto ao nº de empresas	Muito grande	Só há uma empresa	Pequeno	Grande
2. Quanto ao produto	Homogêneo	Não há substituto próximo	Pode ser homogêneo ou diferenciado	Diferenciado
3. Quanto ao controle das empresas sobre o preço	Não há possibilidade de manobras	Grande poder para controlar preços	Formação de cartéis para controlar preços e produção	Pouca margem para manobra
4. Quanto a concorrência extrapreço	Não é possível	Recorre a campanhas para salvaguardar sua imagem	É intensa, sobretudo quando há diferenciação do produto	É intensa
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

29

29

ESTRUTURA de MERCADO dos FATORES de PRODUÇÃO

- O **mercado** de fatores de produção **depende** do mercado de bens e serviços, ou seja, deriva do mercado do produto, sendo conhecida como **demanda derivada**.

Por exemplo:

- a demanda de autopeças deriva da demanda de automóveis, ao se reduzir a demanda de automóveis, reduz também a demanda de autopeças.

30

30

ESTRUTURA de MERCADO dos FATORES de PRODUÇÃO

As **estruturas** no mercado de fatores de produção, são:

1. **Concorrência perfeita** no mercado de fatores de produção.
2. **Monopsônio** (monopólio na compra de insumos).
3. **Oligopsônio** (oligopólio na compra de insumos).
4. **Monopólio Bilateral** → ocorre quando um monopsonista, na compra de fatores de produção se defronta com um monopolista na venda desse fator.

31

31

GRAU de CONCENTRAÇÃO ECONÔMICA no BRASIL

- Para descobrir o grau de concentração industrial calcula-se a **proporção do valor do faturamento** das 4 maiores empresas de **cada ramo de atividade** sobre o **total faturado no respectivo ramo**.
 - Em termos percentuais, **quanto mais próximo de 100%, maior o grau de concentração** do setor.
 - E **quanto mais próximo de 0%, menor o grau de concentração**, e portanto maior a concorrência do setor.

32

32

A AÇÃO GOVERNAMENTAL e os ABUSOS do PODER ECONÔMICO nos MERCADOS

- O Brasil possui, desde 1960, extensa legislação que procura coibir os abusos do poder econômico em **defesa da concorrência** e da **proteção dos consumidores**.

○ **CADE (Conselho Administrativo de Direito Econômico)** → autarquia ligada ao **Ministério da Justiça**, é o órgão que tem por **objetivo** julgar os processos administrativos relativos a abusos do poder econômico, bem como analisar fusões de empresas q/ podem criar situações de monopólio ou maior domínio de mercado.

33

33

A AÇÃO GOVERNAMENTAL e os ABUSOS do PODER ECONÔMICO nos MERCADOS

Quando se prova que a limitação da concorrência não propicia ganhos aos consumidores em termos de menores preços ou produtos tecnologicamente mais avançados, o CADE pode determinar que o negócio seja desfeito.

34

34

**Etapa concluída
Muito Obrigado!**

35

35

Exercícios

36

36

BIBLIOGRAFIA**Básica**

- PARKIN, MICHAEL. Economia. Prentice Hall Brasil, 2009.
- VICECONTI, P E V; NEVES, S. Introdução à Economia. Frase, 2009.
- VASCONCELLOS, M A S; GARCIA, M E. Fundamentos de Economia. Saraiva, 2008.

37

37

BIBLIOGRAFIA**Complementar**

- BESANKO, D. et. Al. Economia da Estratégia. Bookman, 2006.
- COUTINHO, D M. Entenda A Globalização - Manual de Negócios. Aduaneiras, 2008.
- FLYNN, S M. Economia para Leigos. Alta Books, 2009.
- GONÇALVES, Robson; SANTACRUZ, Ruy e MATESCO, Direne. Economia Aplicada. FGV, 2008.
- MANKIW, N. G. Introdução a economia. Thomson Pioneira, 2005.

38

38

BIBLIOGRAFIA

Complementar

- NISHIJIMA, Marislei. Introdução a Economia. Pearson, 2004.
- PINHO, Diva B; VASCONCELOS, Marco Antônio. Manual de Introdução a Economia. Saraiva, 2006.
- ROSSETTI, José Paschoal. Introdução à Economia – livro de exercícios. Atlas, 2004.
- ROSSETTI, José Paschoal. Introdução à Economia. Atlas, 2003.
- <https://valordemercadoblog.wordpress.com/2017/11/29/estruturas-de-mercado-os-diferentes-modelos-de-mercado/> Acessado em 31 mar. 2021.
- https://cdn.shortpixel.ai/client/q_glossy,ret_img,w_748/https://click.petroleoegas.com.br/wp-content/uploads/2019/10/refinaria.jpeg
- https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/e/e4/Refinaria_Presidente_Bernardes_-_panoramio.jpg/1200px-Refinaria_Presidente_Bernardes_-_panoramio.jpg