

# **Economia**

## **Estruturas de Mercado**

### **Unidade IV**

IFMT, 2018/1

Bacharelado em Engenharia de Controle e Automação

Bacharelado em Engenharia de Computação

# 1 - Introdução

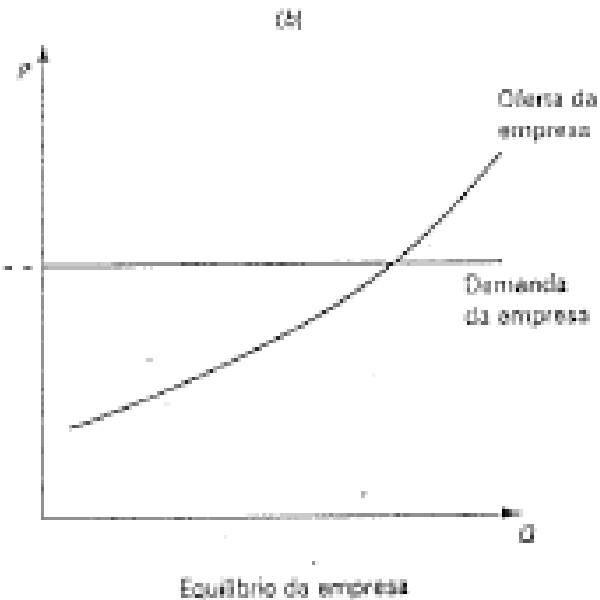
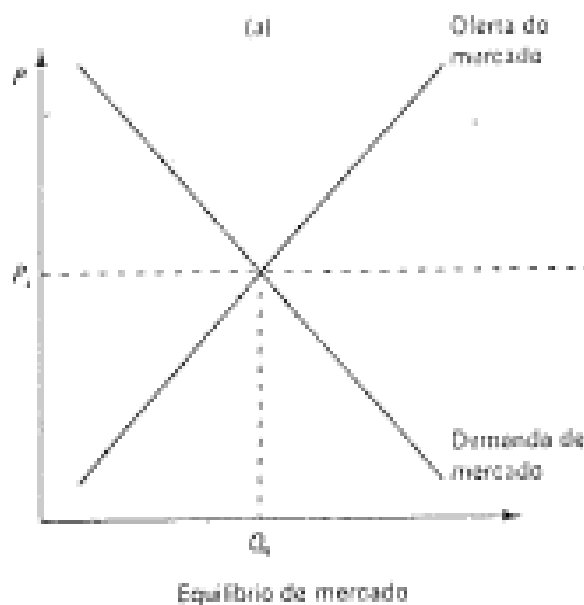
- Anteriormente: cálculo da oferta X demanda e determinação dos preços. Implicitamente considerou-se um mercado de concorrência perfeita.
- Característica para se analisar nas estruturas de mercado:
  - número de empresas;
  - tipo de produto (homogêneo; diferenciado);
  - acesso ao mercado por outras empresas (livre entrada ou barreiras).

## 2 - Concorrência Perfeita - Mercado Competitivo

Características:

- Grande número de firmas – empresas **são tomadoras de preço** (não afetam o preço de equilíbrio e nem a oferta isoladamente);
  - Produtos homogêneos;
  - Não há barreiras ao ingresso de novas empresas no mercado – livre mobilidade;
  - Informação perfeita – transparência do mercado (todos os participantes têm as informações sobre preços, lucros, etc.);
  - Exemplo de mercado próximo à C.P: agrícolas e hortifrúti.
- Como a firma não consegue individualmente alterar o preço, a empresa só fixa a quantidade vendida, ela pode vender o tanto que quiser ao preço do mercado--- demanda das firmas é horizontal; a demanda do mercado continua descendente!!!!

## 2 - Concorrência perfeita (mercado competitivo)



# 3 - Monopólio

Características:

- Uma única empresa domina o mercado;
- Não há produtos substitutos;
- A curva de demanda da empresa é a própria curva de demanda do mercado, negativamente inclinada;
- Monopolista determina o preço de mercado= **formadora de preço**;
- Barreira à entrada de outras empresas;
- Demanda de mercado tende a ser inelástica (aumenta o P e quantidade diminui pouco) - aumento da Receita Total (aumento do preço supera a queda do consumo);
- Existência de lucros extraordinários no longo prazo;

# 3 - Monopólio

- Monopolista poderá aumentar o preço indefinidamente?
- Não. Se o P aumentar muito, pesará no bolso dos consumidores – queda no consumo pode ser maior que aumento nos preços e RT diminuir.
- Fatores que levam à barreira a entrada:
  - dimensão reduzida do mercado ou monopólio puro (natural);
  - patentes;
  - controle de matérias primas;
  - monopólio institucional ou estatal – proteção de leis governamentais. Ex: setores estratégicos e de segurança nacional (energia, comunicações, petróleo, etc.).

# 4 - Oligopólio

- Estrutura predominante nos mercados mundiais;
- Pequeno número de empresas que dominam o mercado. Ex: ramo automobilístico;
- Ou, grande número de empresas, porém, poucas que dominam o mercado. Ex: indústrias de bebidas;
  - Indústria brasileira altamente oligopolizada: montadoras, cosméticos, indústria de papel, química, farmacêutica, bebidas, alimentos, etc.
- Produtos são substitutos próximos entre si, similares;  
Ex: indústria automobilística (produtos diferenciados) e cimento, alumínio (homogêneos).

# 4 - Oligopólio

- Interdependência econômica (decisões sobre o preço e a produção de equilíbrio são interdependentes – decisão de um vendedor influencia os outros.)
- Preços e/ou quantidade podem ser fixadas por meio de conluíus ou cartéis.
  - Cartel pode ser formal ou informal. Costuma adotar política de preços comum, agindo como monopolistas – solução de monopólio.
- Modelo de determinação de preços: liderança de preços – empresa líder fixa o preço respeitando a estrutura de custos das demais, e as demais seguem o preço ditado pela líder.

Ex: indústria de bebidas.



# 4 - Oligopólio

- Objetivos da empresa oligopolista
  - $RMg = CMg$  (teoria marginalista);
  - Maximizar o *mark-up* (teoria da organização industrial);

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

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

$$P = (1+m) C$$

C= custo direto unitário (CVMe)

m= taxa de *mark-up*, que é uma porcentagem sobre os custos diretos

# 4 - Oligopólio

- Deve atender a certa taxa de rentabilidade desejada pelos acionistas. Conceito próximo ao de margem de contribuição.
- Respalhada por pesquisas que mostram que, as empresas quando fixam o preço não conseguem prever perfeitamente a demanda pelo seu produto e, portanto, suas receitas, mas conhecem a sua estrutura de custos. Diferente das teorias marginalistas que precisam conhecer bem a demanda para fixar o preço.

# 5 - Concorrência Monopolística

- Também conhecida como concorrência imperfeita.
- Intermediária entre a CP e monopólio, mas não se confunde com Oligopólios.
- Número relativamente grande de empresas;
- Produzem produtos diferenciados – embora substitutos próximos - que podem se diferenciar por embalagem, serviços complementares, etc.; Ex: cigarro, sabonete, refrigerante, etc.
- Não existem barreiras à entrada de novas firmas. Tendência de longo prazo a não ter lucros extraordinários;
- Existe certo poder para fixação de preço, mas não muito amplo, por existirem substitutos próximos.

## 6 - Principais características das estruturas de mercado

| Características   | Concorrência Perfeita             | Monopólio   | Oligopólio   | Concorrência Monopolística  |
|---|-----------------------------------|---|--|---|
| 1 - Nº de empresas  | Muito grande                      | Só há uma empresa                                 | Pequeno  | Grande  |
| 2 - Tipo de produto   | Homogêneo                         | Não há substitutos próximos                       | Pode ser homogêneo ou diferenciado                                       | Diferenciado  |
| 3 - Controle das empresas sobre os preços   | Tomadoras de preço                | Formadoras de preço                               | Formadoras de preço (menor manobra, mas possibilidade de formar cartéis) | Tomadoras de preço (pouca margem de manobra, devido à existência de substitutos próximos) |
| 4 - Concorrência extrapreço (promoções, atendimento, propaganda, pós-venda, etc.) | Não é possível e nem seria eficaz | Campanhas institucionais para salvaguardar imagem | Intensa, sobretudo quando há diferenciação de produtos                   | Intensa   |
| 5 - Condições de ingresso na indústria  | Não há barreiras                  | Barreiras fortes                                  | Barreiras fortes   | Não há barreiras  |

## 7- Grau de concentração econômica no Brasil

- Medida usada: calcular a proporção do faturamento das 4 maiores empresas de cada setor sobre o total faturado no setor respectivo. Quanto mais próximo de 100% maior o grau de concentração.
  - Brasil em 1990: mais concentrados, aço planos (100%); material de transporte (94%); fumo (91%), amianto e gesso (88%).
  - Menos concentrados: tecelagem (20%), petroquímica (43%) e confecções (46%).
  - Para evitar abuso de poder econômico: CADE (Conselho Administrativo de Direito da Concorrência) dentro do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência – julgar os abusos, analisar fusões e evitar monopólios.

# REFERÊNCIA

- PINHO, D. B et al. **Manual de Economia:** equipe de professores da USP. 6 ed. São Paulo: Saraiva, 2011.
- VASCONCELLOS, M. A. S. e GARCIA, M. E. **Fundamentos de Economia.** 5 ed. São Paulo: Saraiva, 2011.