

ATIVIDADE 4:

Leia atentamente o texto.

Discuta com o seu grupo.

Os líderes deverão colocar as respostas do grupo no fórum ou enviá-las por e-mail.

Texto: Estruturas de mercado.

Versa sobre os assuntos: Oferta e demanda – Un. II Mód. I e II, Elasticidade – Un. II Mód. III e IV, Estruturas de mercado - Un. IV Mod. I e II.

Estruturas de mercado

Fundamentalmente, as diferentes estruturas de mercado estão condicionadas pelas seguintes variáveis: quantidade de firmas ou empresas produtoras no mercado, diferenciação do produto e existência ou não de barreiras a entrada de novas firmas ou empresas.

Conceitualmente, o mercado é o local onde se encontram os vendedores e compradores de determinados bens e serviços. A ciéncia econômica classifica os mercados em 6 (seis) formas, quais sejam:

- 1)Concorrência Perfeita;
- 2)Monopólio;
- 3)Oligopólio;
- 4)Monopsônio;
- 5)Oligopsônio;
- 6)Concorrência Monopolística.

A primeira delas, o mercado de concorrência perfeita é estudado basicamente com o intuito de funcionar como paradigma para a análise de outros tipos de mercado. Trata-se de um mercado ideal, um referencial. É caracterizado pela existéncia de um grande número de pequenos vendedores e compradores (mercado atomizado), de maneira que, individualmente, pouco representam no total do mercado. Além disso, pressupõe-se que é transacionado um produto homogêneo, todas as firmas produzem bens idênticos, sem nenhuma diferenciação e há livre entrada e saída de empresas do mercado. Isto significa que qualquer empresa pode entrar ou sair do mercado quando quiser, sem sofrer restrições das demais concorrentes, tais como práticas desleais de preços e associações de produtores visando impedir a entrada de empresas novas. Existe perfeito conhecimento pelos compradores e vendedores de tudo o que ocorre no mercado, havendo total transparéncia quanto a inovações tecnológicas.

A procura e a oferta desempenham papel fundamental para a determinação dos preços e a quantidade dos produtos e serviços que serão oferecidos, que, por sua vez, fornecem informação para que os consumidores façam suas escolhas. Contudo, ao contrário do pensamento neoclássico, já ficou demonstrado o desconhecimento das condições de demanda, pela ignorância das "preferências dos consumidores" e – mais importante – pela impossibilidade de prever com um mínimo de exatidão, quais serão as reações dos concorrentes a uma alteração no preço. Este resultado aponta de maneira eloquente o papel secundário das condições da demanda na formação de preços em condições aproximadas ao oligopólio. A demanda terá influência sobre o nível de produção escolhido da empresa, mas este não pode reagir instantaneamente, porque as modificações na programação do volume de produção

tomam tempo e despesa; assim, as variações nos estoques de produtos e pedidos acumulados atuam ao mesmo tempo como "amortecedores" dos efeitos dos desajustes da produção à demanda sem afetar a estrutura de preços, e como mecanismo de *feedback* para orientar o planejamento da produção por intermédio da previsão do comportamento futuro da demanda.

Finalizando, há perfeita mobilidade dos fatores de produção – mão-de-obra, insumos utilizados na produção – que podem ser facilmente deslocados da fabricação de uma mercadoria para outra.

O monopólio, por sua vez, é aquele mercado que se caracteriza pela existência de um único vendedor. Será um monopólio legal quando a primazia no mercado lhe é assegurada por lei. Ocorre o monopólio técnico quando a produção através de única empresa é a forma mais barata de fabricação do produto.

Quando existir um pequeno número de vendedores onde uma parcela restrita destes domina a maior parte do mercado estará configurado um oligopólio, a exemplo da indústria automobilística e a indústria de bebidas. O poder exercido pelas grandes firmas dominantes inibe a entrada de novas empresas no oligopólio.

Uma estrutura de mercado com apenas um comprador caracteriza o monopsônio. É o caso de uma região onde há um número expressivo de pequenos produtores de leite e apenas uma grande usina na qual este leite pode ser pasteurizado. A usina poderá impor preços para a compra do leite.

O oligopsônio será observado sempre que uma pequena parte do número de compradores (não importando o tamanho do grupo) é responsável por uma parcela bastante significativa das compras ocorridas no mercado. A indústria automobilística, constituída por um pequeno número de empresas, exerce um poder oligopsonista em relação à indústria de autopeças.

Finalmente, a concorrência monopolística refere-se a um mercado com grande número de produtores - portanto é um mercado concorrencial -, cada um deles agindo como um monopolista de seu produto, pois há diferenciação. Assim, características tais como qualidade, marca, padrão de acabamento são importantes.

Ao analisar as relações de mercado e sua disposição para estabelecer os preços, a análise econômica deve levar em conta alguns elementos importantes:

1. o número de vendedores no mercado.
- 2.a homogeneidade do produto.
- 3.a elasticidade da demanda relativamente ao preço
- 4.a possibilidade de entrar no mercado.
- 5.situação do mercado: em crescimento, em declínio ou em estabilidade.

Pergunta-se:

1. O que significa MONOPSÔNIO e OLIGOPSÔNIO?
2. O que quer dizer no texto: mecanismo de feedback?
3. Comente: “O impedimento de novas empresas no mercado pode ser justificado pela ausência de concorrentes”:
4. O monopólio técnico pode ocorrer em que situação?
5. O oligopólio pode ser definido como: Uma grande quantidade de vendedores para uma pequena parte do mercado? Explique:
6. O que o autor considera como homogeneidade do produto?
7. O que é concorrência monopolística?
8. Conceitue a concorrência perfeita, exemplificando: