

Capítulo 17

Oligopólio

Lista de Exercícios:

1. Qual das alternativas abaixo está correta?
 - a. Se os duopolistas tiverem êxito em seu conluio, então a produção combinada de ambos será igual à produção que seria observada se o mercado fosse um monopólio.
 - b. Embora a lógica do interesse próprio reduza o preço do duopólio abaixo do preço de monopólio, esta lógica não leva os duopolistas a alcançarem o preço competitivo.
 - c. Embora a lógica do interesse próprio aumente o nível de produção dos duopolistas acima do nível de monopólio, esta lógica não leva os duopolistas a alcançarem o nível competitivo.
 - d. All of the above are correct.

Tabela 1

Imagine uma cidade pequena na qual apenas dois moradores, Lisa e Mark, possuem poços próprios que produzem água potável. A cada semana Lisa e Mark trabalham juntos para decidir quantos litros de água irão bombear. Eles trazem a água para a cidade e a vendem pelo preço que o mercado suporta. Para simplificar as coisas, suponha que Lisa e Mark possam bombear a quantidade de água que quiserem sem custo, então o custo marginal da água é zero. A programação da demanda semanal da cidade e a programação a receita total da água são mostradas na tabela abaixo:

Quantidade (em litros)	Preço	Receita Total (e Lucro Total)
0	\$120	\$0
100	110	11.000
200	100	20.000
300	90	27.000
400	80	32.000
500	70	35.000
600	60	36.000
700	50	35.000
800	40	32.000
900	30	27.000
1.000	20	20.000
1.100	10	11.000
1.200	0	0

2. **Referente a Tabela 1.** Se Lisa e Mark operassem como um monopólio maximizador de lucro no mercado de água, qual preço eles irão cobrar?
 - a. \$20
 - b. \$40
 - c. \$60
 - d. \$70
3. **Referente a Tabela 1.** Se o mercado de água for perfeitamente competitivo ao invés de monopolista, quantos litros de água serão produzidos e vendidos?
 - a. 0
 - b. 600
 - c. 900
 - d. 1.200

4. Como grupo, oligopolistas obtêm o maior lucro quando eles:
 - a. alcançam o equilíbrio de Nash.
 - b. produzem uma quantidade total que fica aquém da quantidade do equilíbrio de Nash.
 - c. produzem uma quantidade total que excede a quantidade do equilíbrio de Nash.
 - d. cobram um preço abaixo do preço do equilíbrio de Nash.

5. A fim de ser bem sucedido, um cartel deve:
 - a. encontrar um modo de encorajar seus membros a produzir mais do que produziriam de outro modo.
 - b. chegar a um acordo sobre o nível total de produção para o cartel, mas eles não precisam concordar com a quantidade produzida por cada membro.
 - c. chegar a um acordo sobre o nível de produção total e sobre a quantidade produzida por cada membro.
 - d. chegar a um acordo sobre o preço cobrado por cada membro, mas não precisam concordar com a quantidade produzida.

Tabela 2

Dois produtores de cigarro (Firma A e Firma B) deparam-se com ações judiciais movidas pelo Estado para recuperar as despesas de saúde relacionadas com o tabagismo. Ambas as produtoras de cigarro possuem evidências que indicam que a fumaça do cigarro causa câncer de pulmão (e outras despesas relacionadas). Os promotores estaduais não têm acesso aos mesmos dados usados pelas produtoras de cigarro e, dessa maneira, têm dificuldade de recuperar as despesas totais sem a ajuda de ao menos o estudo de uma das empresas produtoras. Cada empresa recebe a oportunidade de diminuir sua responsabilidade na ação se cooperar com os promotores do Estado.

		Firma B	
		<i>Admite que a fumaça de cigarro causa câncer de pulmão.</i>	<i>Argumenta que não há evidências de que a fumaça de cigarro causa câncer.</i>
Firma A	<i>Admite que a fumaça de cigarro causa câncer de pulmão.</i>	Lucro da Firma A = \$-20 Lucro da Firma B = \$-15	Lucro da Firma A = \$-50 Lucro da Firma B = \$-5
	<i>Argumenta que não há evidências de que a fumaça de cigarro causa câncer.</i>	Lucro da Firma A = \$-5 Lucro da Firma B = \$-50	Lucro da Firma A = \$-10 Lucro da Firma B = \$-10

6. **Referente a Tabela 2.** Se ambas as firmas seguirem a estratégia dominante, o lucro (perda) da Firma A será:
 - a. \$-50
 - b. \$-20
 - c. \$-10
 - d. \$-5

Tabela 3

Duas lojas de utilidades domésticas (Big Box Deluxe e Homes R Us) em uma área de crescimento urbano estão interessadas em expandir sua participação de mercado. Ambas estão interessadas em expandir o tamanho de suas lojas e estacionamentos para acomodar o potencial crescimento em sua base de clientes. O jogo a seguir mostra os resultados estratégicos resultantes do jogo. Aumentos nos lucros anuais das duas lojas são mostrados na tabela abaixo.

		Big Box Deluxe	
		<i>Aumenta o tamanho da loja e do estacionamento.</i>	<i>Não aumenta o tamanho da loja e do estacionamento.</i>
Homes R Us	<i>Aumenta o tamanho da loja e do estacionamento.</i>	Big Box Deluxe = \$0.50 milhões Homes R Us = \$0.75 milhões	Big Box Deluxe = \$0.20 milhões Homes R Us = \$1.70 milhões
	<i>Não aumenta o tamanho da loja e do estacionamento.</i>	Big Box Deluxe = \$1.60 milhões Homes R Us = milhões	Big Box Deluxe = \$1.00 milhões Homes R Us = \$1.25 milhões

-
7. **Referente a Tabela 3.** Aumentar o tamanho da loja e do estacionamento é a estratégia dominante para:
- Big Box Deluxe, mas não para a Homes R Us.
 - Homes R Us, mas não para a Big Box Deluxe.
 - para ambas as lojas.
 - para nenhuma das lojas..
8. **Referente a Tabela 3.** Se ambas as lojas seguirem a estratégia dominante, o lucro anual da Home R US irá crescer em:
- \$0,30 milhões.
 - \$0,75 milhões.
 - \$1,25 milhões.
 - \$1,70 milhões.
9. **Referente a Tabela 3.** Quando este jogo atinge o equilíbrio de Nash, o lucro anual irá crescer em:
- \$0,75 milhões para a Homes R Us e em \$0,50 milhões para a Big Box Deluxe.
 - \$1,70 milhões para a Homes R Us e em \$0,20 milhões para a Big Box Deluxe.
 - \$0,30 milhões para a Homes R Us e em \$1,60 milhões para a Big Box Deluxe.
 - \$1,25 milhões para a Homes R Us e em \$1,00 milhões para a Big Box Deluxe.
10. Os economistas afirmam que um acordo de fixação do preço de revenda não é anti-competitivo porque:
- os fornecedores não são capazes de exercer um poder de mercado não-competitivo.
 - se um fornecedor tem poder de mercado, é provável que o exerça através de um preço de atacado ao invés de um preço de varejo.
 - mercados varejistas são inerentemente não-competitivo.
 - acordos de cartel de varejo não pode aumentar os lucros do varejo.
11. A prática de venda casada é ilegal sob a alegação de que:
- isso permite com que as firmas aumentem seu poder de mercado..
 - isso permite com que as firmas realizem acordos de conluio.
 - isso impede com que as firmas realizem acordos de conluio.
 - os economistas discordam dessas práticas.