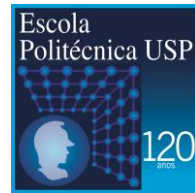


ESCOLA POLITÉCNICA DA USP
DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

**PRO 3410 – Fundamentos de Economia e
Administração**



2020

Profa. Roberta de Castro Souza Pião

Monopólio

Uma empresa é considerada um monopólio quando:

É a única produtora de um bem ou serviço

O bem ou serviço não tem substitutos próximos

Em um monopólio, a empresa é formadora de preços

Preço acima do custo marginal

Por que os monopólios surgem?



A principal causa são as barreiras à entrada
altas

Fontes de Barreiras de Entrada



Porter (1991)

- 1. Economia de Escala:** detém a entrada forçando a empresa entrante a ingressar em larga escala e arriscar-se a uma forte reação das empresas existentes ou ingressar em pequena escala e sujeitar-se a uma desvantagem de custo; duas opções indesejáveis.
2. Diferenciação do Produto: refere-se à marca identificada e ao sentimento de lealdade desenvolvido pelas empresas estabelecidas perante os clientes.
- 3. Necessidade Capital:** refere-se à necessidade de investir recursos financeiros para atividades arriscadas e irrecuperáveis como a publicidade inicial ou para pesquisa e desenvolvimento (P&D).

Porter (1991)

- 4) Custos de Mudança: custos com que se defronta o comprador quando muda de um fornecedor de produto para outro.
- 5) Acesso de Canais de Distribuição: pode ser criada pela necessidade da nova entrante de assegurar a distribuição do produto.**
- 6) Política Governamental: esta barreira de entrada diz respeito à política governamental onde o governo pode limitar ou até mesmo impedir a entrada em indústria com controles como licenças de funcionamento e limites de acesso às matérias-primas.

Algum outro tipo de barreira?



Algum outro tipo de barreira?

Externalidade de rede: situação na qual a utilidade de um produto aumenta com o número de consumidores que o utiliza.

“...podem dar início a um círculo vicioso: se uma empresa puder atrair clientes suficientes inicialmente, ela poderá atrair novos clientes porque o valor de seu produto foi aumentado pelo fato de mais pessoas o estarem usando, o que atrairá ainda mais clientes, e assim por diante.

Exemplos:

Sistema Operacional – Windows

Sistema operacional Windows tem mais de 90% do mercado

Causas dos Monopólios



O governo dá a uma única empresa o direito de produzir um bem ou serviço

Monopólio Natural: situação em que as economias de escala são tão grandes que uma empresa pode abastecer todo o mercado a um custo médio total mais baixo do que duas ou mais empresas

Os monopólios naturais ocorrem mais provavelmente em mercados nos quais os custos fixos são muito grandes em relação aos custos variáveis. Por exemplo, uma empresa que produz energia elétrica tem que fazer um investimento substancial nas máquinas e equipamentos necessários para gerar energia e nos fios e cabos necessários para distribuí-la. Uma vez que o investimento inicial tiver sido feito, porém, o custo marginal de produzir um quilowatt-hora a mais de energia elétrica é relativamente pequeno.

Monopólios

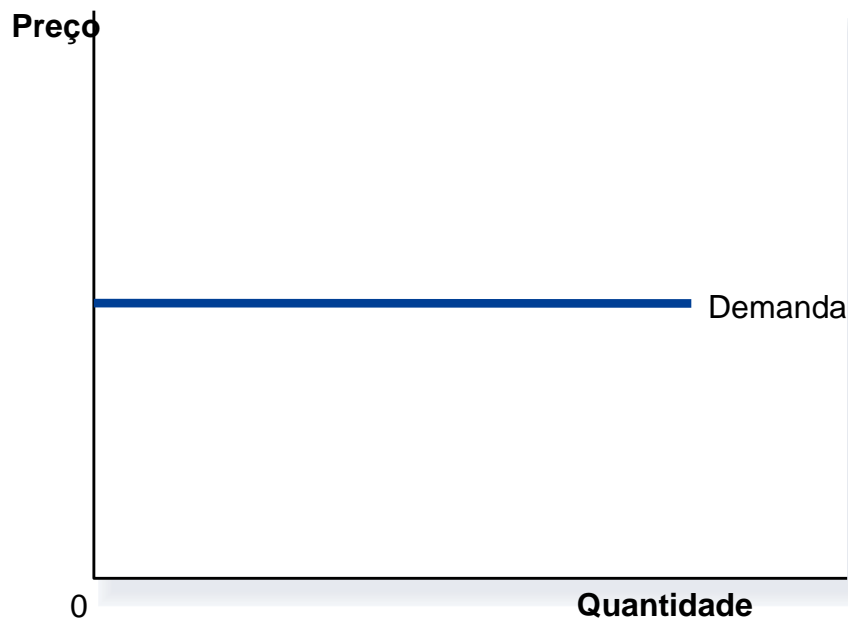
- Único Produtor
- Curva de demanda descendente
- Determina preços
- Reduz preços para aumentar vendas

Mercados Competitivos

- Um produtor em meio a muitos
- Curva de demanda horizontal (produtos homogêneos)
- Aceita o preço de mercado
- Produz mais ou menos com o mesmo preço

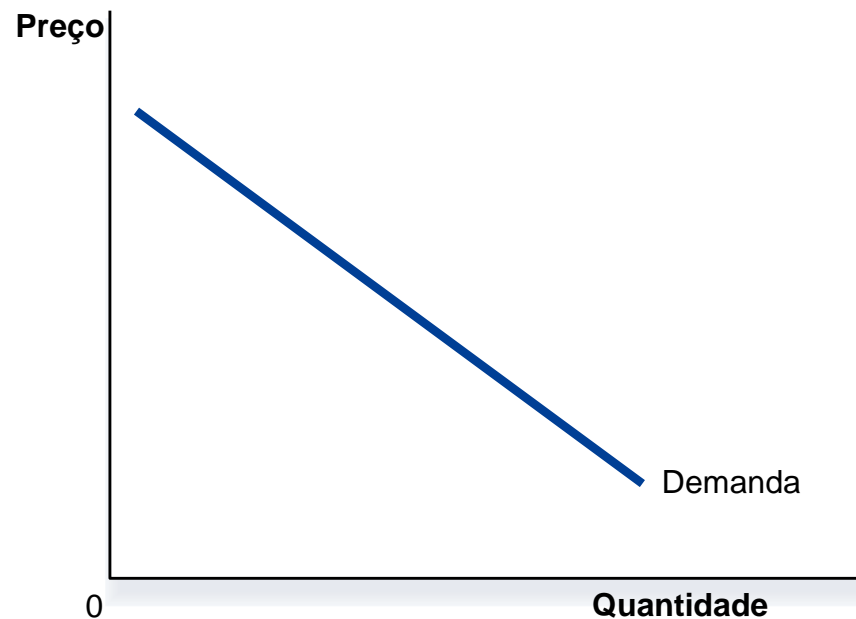
Curvas de Demanda

(a) Curva de Demanda para Empresa Competitiva



Uma empresa em um mercado competitivo vende qualquer quantidade ao preço do mercado

(b) Curva de Demanda para Monopólio



A curva de demanda do monopólio é igual à curva de demanda do mercado

Monopólios: curva de demanda



A curva de demanda do mercado impõe um limite à capacidade do monopólio de lucrar com seu poder de mercado

O monopolista preferiria, se possível, vender uma grande quantidade por um preço muito alto

Monopólios não têm Curva de Oferta



A curva de oferta mostra a quantidade oferecida por um produtor a um dado preço de mercado.

Como os monopólios decidem tanto a quantidade quanto o preço a ser praticado, não faz sentido falar em Curva de Oferta

Mas qual ponto da curva de demanda o monopolista escolheria ?

Receita Total

$$p \times Q = RT$$

Receita Média

$$RT/Q = RM = p$$

Receita Marginal

$$\Delta RT/\Delta Q = RMg$$

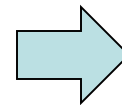
Exemplo

Quantidade	Preço	Receita total	Receita Média	Receita Marginal
0	11,00	0,00		
1	10,00	10,00	10,00	10,00
2	9,00	18,00	9,00	8,00
3	8,00	24,00	8,00	6,00
4	7,00	28,00	7,00	4,00
5	6,00	30,00	6,00	2,00
6	5,00	30,00	5,00	0,00
7	4,00	28,00	4,00	-2,00
8	3,00	24,00	3,00	-4,00

$P = R_{\text{méd}}$

$R_{\text{mg}} < P$

Qtidade 6 = efeito
preço maior do que o
efeito qtidade



Redução
da R_t

Receita do Monopólio

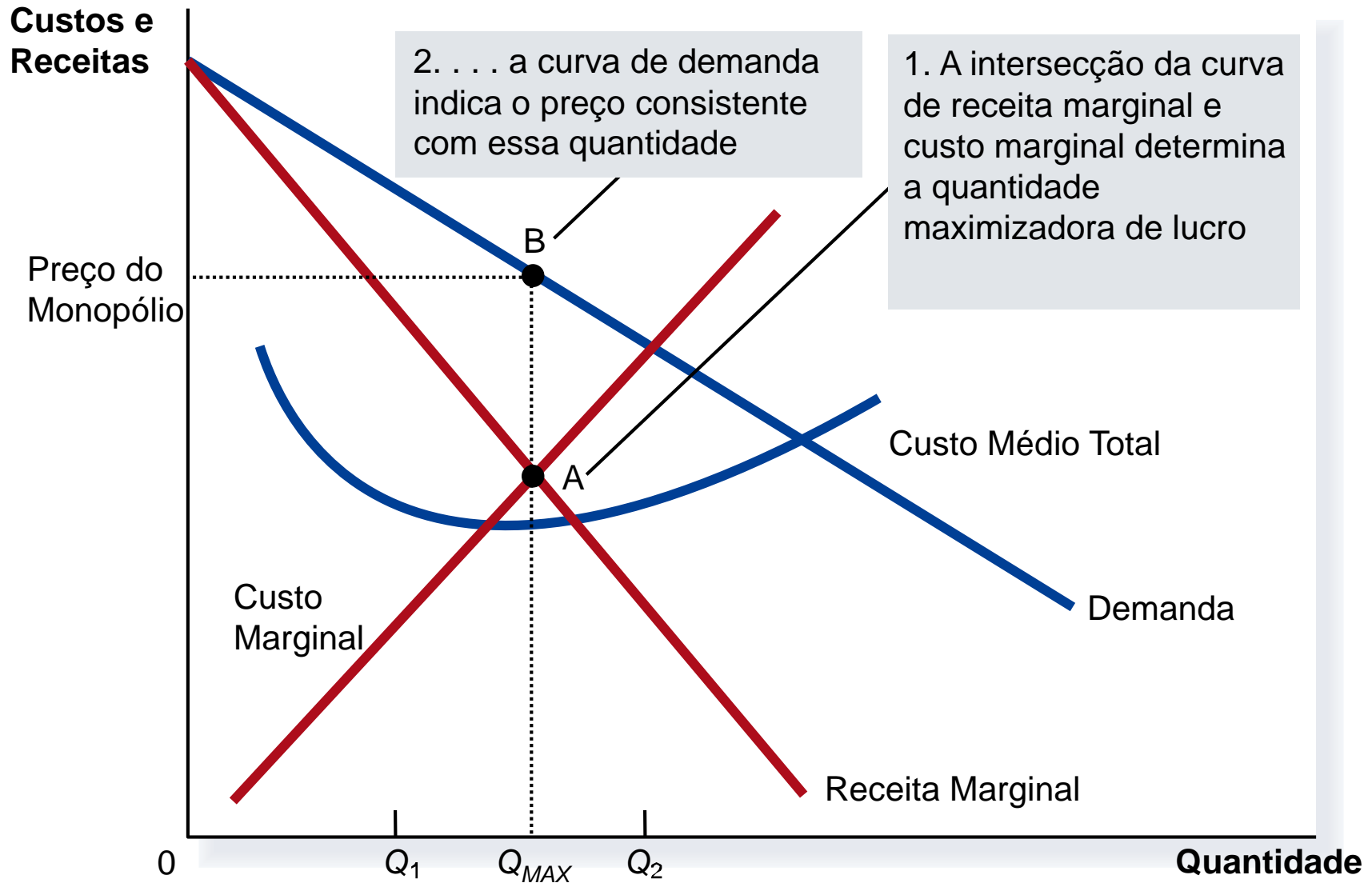
A receita marginal do Monopólio é sempre menor que o preço do produto

A curva de demanda é negativamente inclinada

Quando o monopólio aumenta a quantidade que vende, ele tem dois efeitos sobre a receita total:

- 1) Efeito sobre a produção: mais produto é vendido, de modo que Q é mais elevado**
- 2) Efeito preço: o preço cai, então P é menor**

Maximização de Lucros em um Monopólio



Maximização de Lucros em um Monopólio



Como no caso de Mercados Competitivos, o lucro do monopólio é máximo quando a receita marginal é igual ao custo marginal

O preço é definido a partir da quantidade maximizadora de lucros

O monopolista utiliza a curva de demanda para encontrar o preço que irá induzir os consumidores a comprar essa quantidade.

Monopólios e Mercados Competitivos

Mercado Competitivo

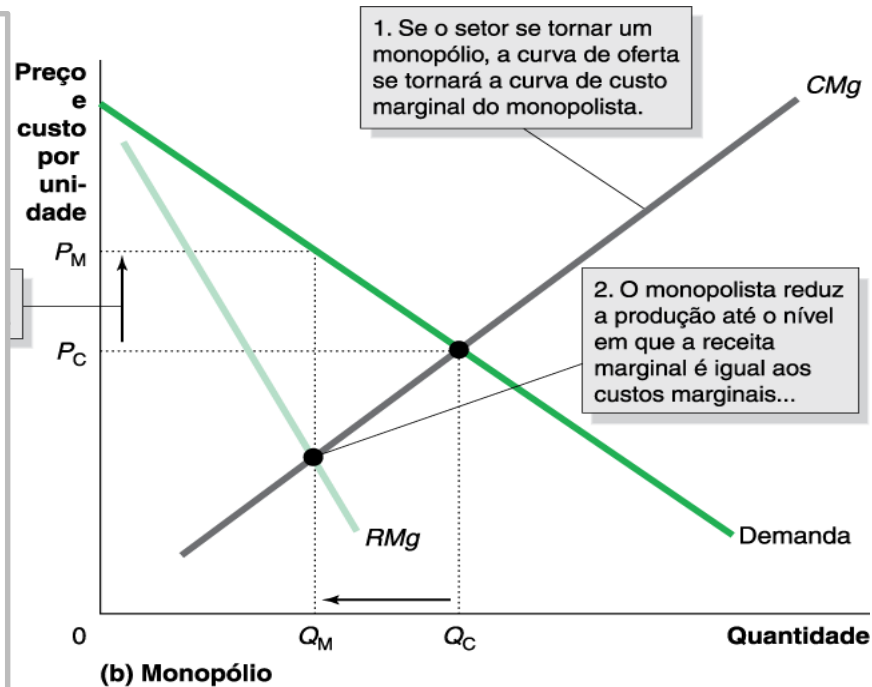
O preço é igual ao Custo Marginal

$$P = RMg = CMg$$

Monopólio

O preço é maior que o Custo Marginal

$$P > RMg = CMg$$



Lucro do Monopólio

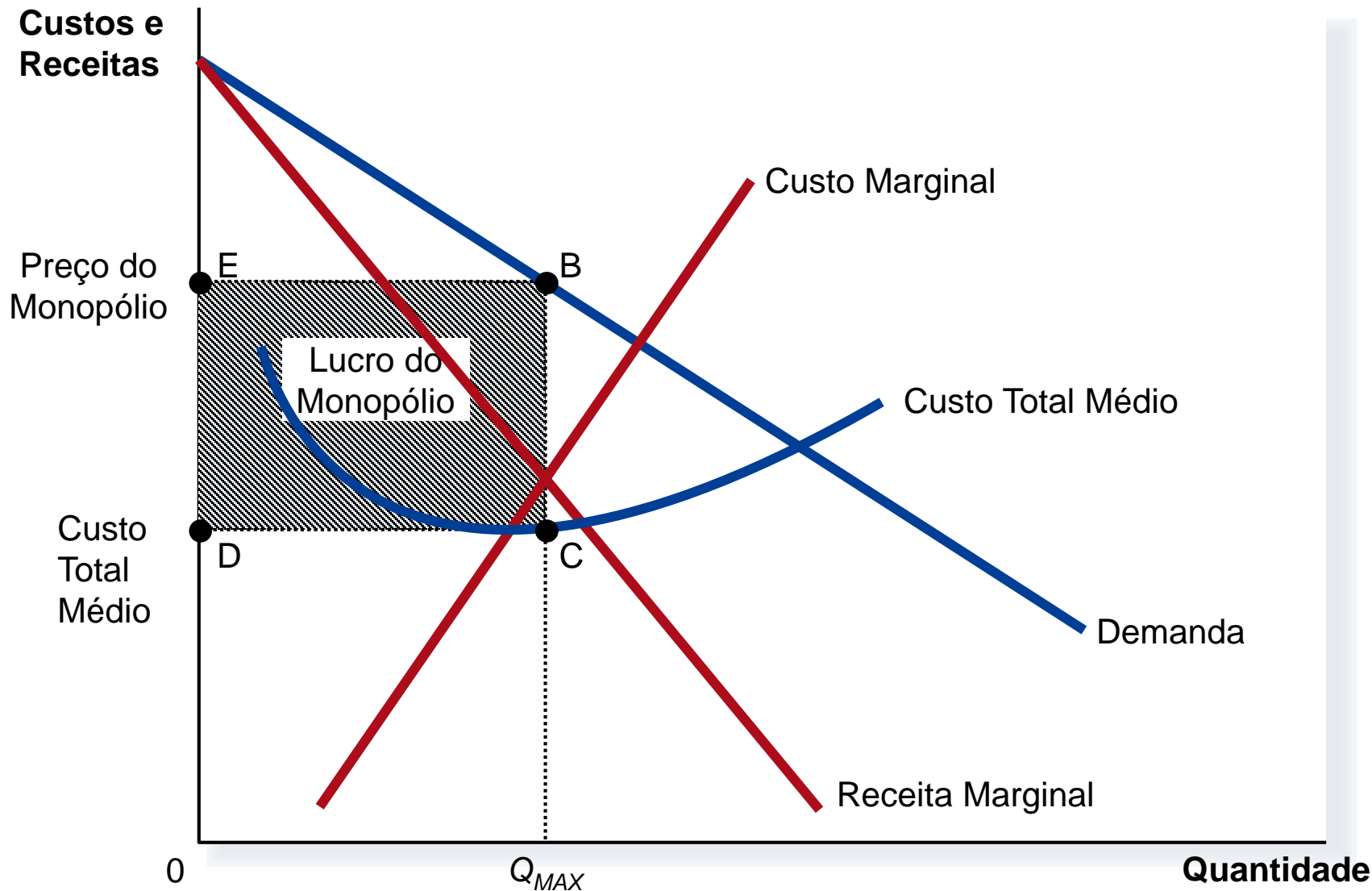


$$\text{Lucro} = RT - CT$$

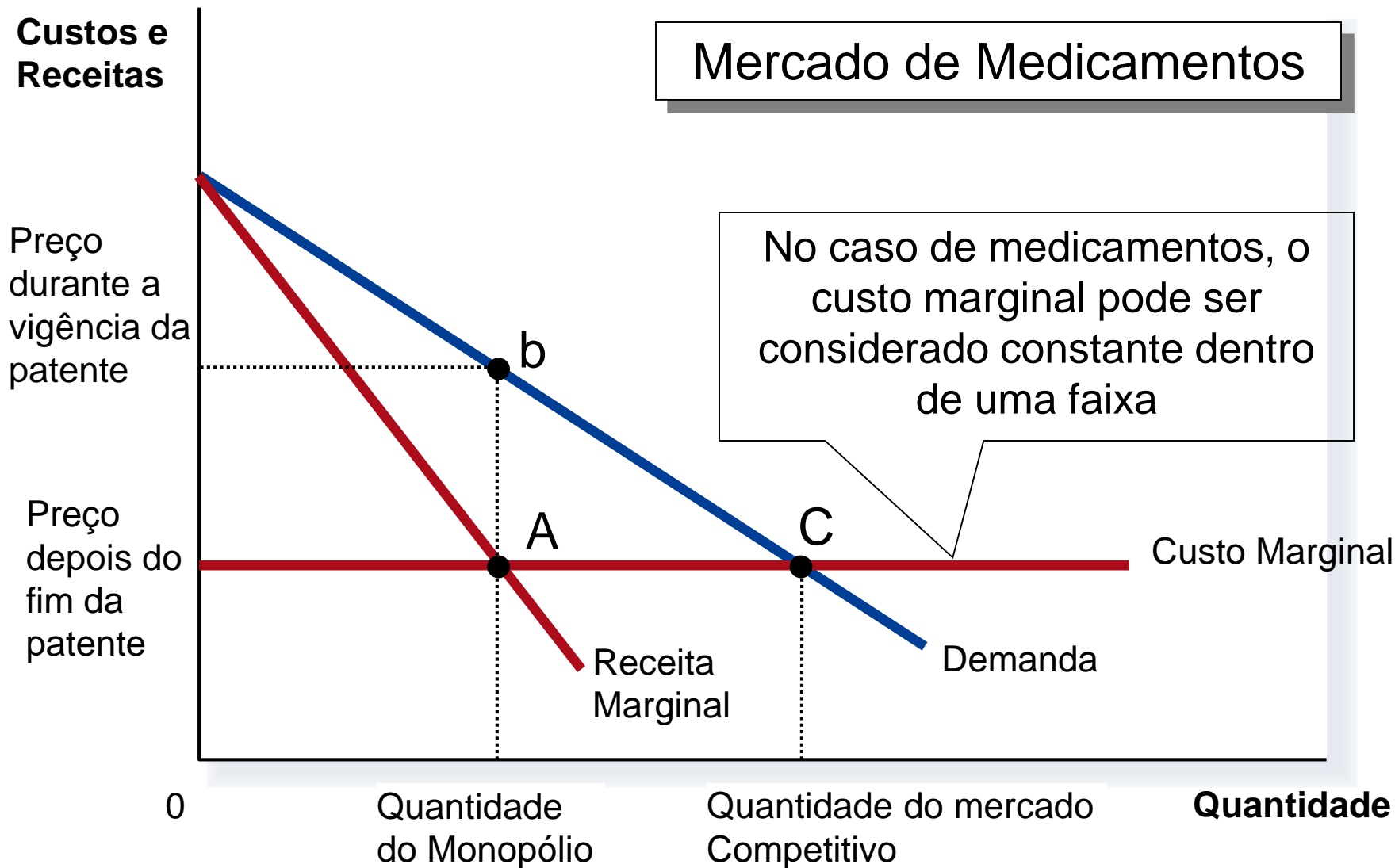
$$\text{Lucro} = (RT/Q - CT/Q) \cdot Q$$

$$\text{Lucro} = (P - CTM) \cdot Q$$

Lucro do Monopólio



Monopólio x Mercado Competitivo



Monopólios e Bem Estar



Excedente total = medida de bem-estar econômico
(valor que os consumidores atribuem ao produto menos os custos de produção do monopolista)

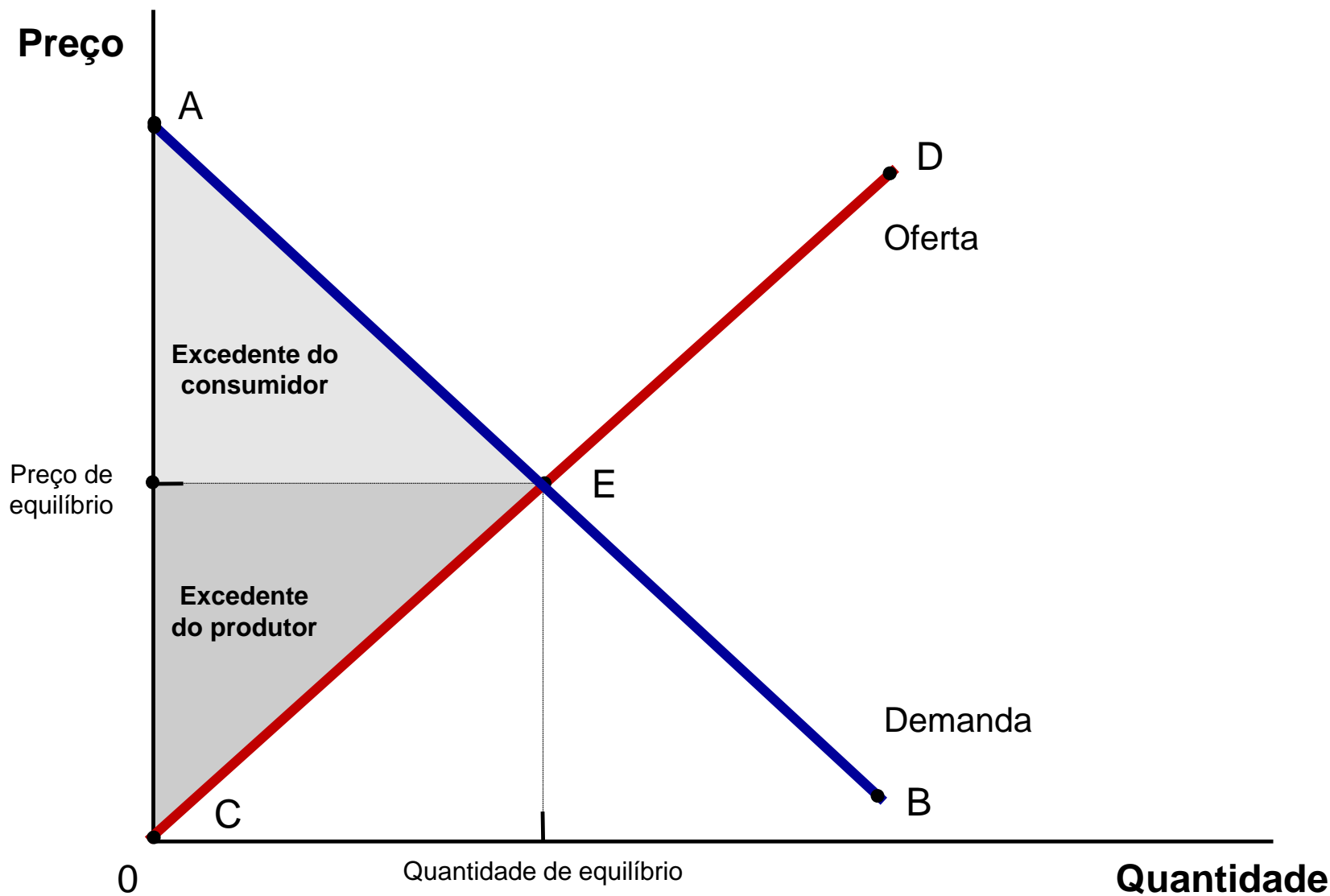
Excedente total = excedente do consumidor + excedente do produtor

Excedente do consumidor = é a disposição para pagar do consumidor menos a quantia efetivamente paga

Excedente do produtor = é a quantia que os produtores recebem menos o custo de produção

A mão invisível do mercado conduz a uma alocação de recursos que torna o excedente total o maior possível.

Excedentes no equilíbrio de mercado



Um mercado é eficiente quando a alocação de recursos maximiza o excedente total

O resultado da sociedade é o maior possível

Monopólios e Bem Estar



O Mercado Competitivo é a forma mais eficiente de se alocar recursos, maximizando o Excedente Total

Monopólios alocam recursos de forma diferente do Mercado Competitivo, e por isso devem falhar em maximizar o bem estar social

O Peso Morto do Monopólio

A quantidade socialmente eficiente é aquela onde o custo marginal é igual à demanda

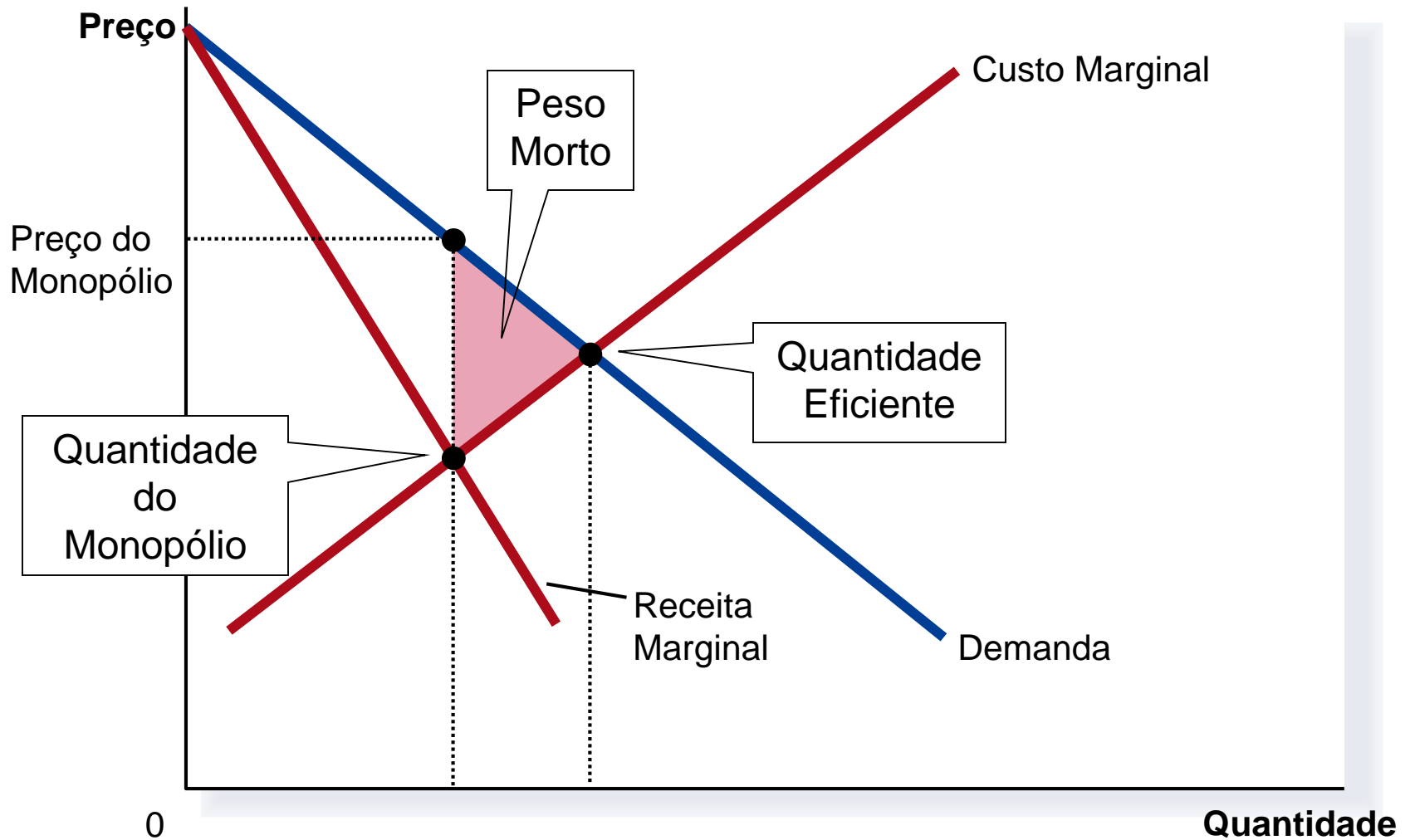
≠

O Monopólio vai visar maximização do lucro, conseguida quando a receita marginal é igual ao custo marginal

Monopólios produzem quantidades inferiores à quantidade socialmente eficiente

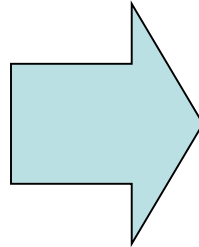
A diferença é o peso morto do monopólio

Peso Morto do Monopólio

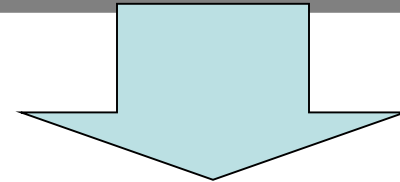


O Problema do Monopólio

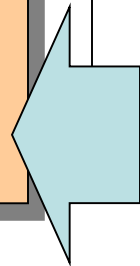
Do ponto de vista da eficiência econômica, o lucro do monopólio não é o problema



O problema é que o monopólio produz menos que a quantidade eficiente



A ineficiência do monopólio é não atender os consumidores que poderiam ser atendidos



O “bolo” econômico é menor (produtos mais caros, menos produtos vendidos, menos consumidores atendidos)

Políticas Públicas para Monopólios



Legislação anti-truste

Regulamentação

Propriedade Pública

CADE – Conselho
Administrativo de Defesa
Econômica

A fusão de Nestlé e Garoto foi firmada em 2002. Dois anos depois, foi vetada pelo conselho, tendo sido suspensa pela Justiça em 2005. Com isso a Nestlé teve de manter separados os ativos da Garoto e ficou impedida de incorporar totalmente a marca. No ano de 2016, a Nestlé procurou o Cade para apresentar uma proposta de acordo que possibilitasse dar fim ao processo e à longa disputa judicial. O conselho aprovou o pedido. Na época da fusão, a Nestlé tinha 34% de participação no mercado de chocolate do País – ao comprar a Garoto sua fatia chegaria a 58%, contra 33% da Lacta. Mesmo com a entrada de concorrentes, o mercado continuou sendo dominado pelas três empresas 15 anos depois. A Nestlé não poderá vender para concorrente de grande porte um pacote de marcas e ativos do qual terá de se desfazer para conseguir, 15 anos depois, que o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) aprove a compra da Garoto.

O caso Nestlé/Garoto é um dos mais emblemáticos da história do Cade e influenciou o trabalho a legislação posterior. Em 2002, fusões e aquisições eram analisadas depois de o negócio já ter sido fechado. Isso muitas vezes acontecia anos depois da operação, quando as duas empresas já estavam funcionando conjuntamente. Em 2012, com a nova lei da concorrência, os negócios passaram a ser analisados previamente. Empresas só podem fundir plantas de produção e administrações após o aval definitivo.

Discriminação de Preços



O poder de mercado permite ao monopólio praticar discriminação de preços

A prática da discriminação de preços permite aumentar os lucros

Discriminar preços significa praticar preços diferentes para segmentos de consumidores diferentes, de acordo com sua disposição para pagar

Exemplo

Uma editora vai lançar um novo livro, de uma autora conhecida, para o qual pagou \$2mi em direitos

O público fiel a essa autora é estimado em 100 mil pessoas, que se dispõe a pagar \$30 por exemplar

Existe um público menos fiel, estimado em 400 mil pessoas, que se dispõe a pagar \$5 por exemplar

Que preço a editora vai praticar?

Exemplo

Preço de \$30

$$\begin{aligned} \text{Receita} &= \$30 \times 100.000 \\ &= 3.000.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Lucro bruto} \\ 3.000.000 - 2.000.000 \\ 1.000.000 \end{aligned}$$

Preço de \$5

$$\begin{aligned} \text{Receita} &= \$5 \times 500.000 \\ &= 2.500.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Lucro bruto} \\ 2.500.000 - 2.000.000 \\ 500.000 \end{aligned}$$

Portanto o preço será de \$30

Exemplo

Se a editora conseguir separar os dois mercados (por exemplo, lançando em épocas diferentes), ela pode praticar os dois preços

Preço de \$30

$$\begin{aligned} \text{Receita} &= \$30 \times 100.000 \\ &= 3.000.000 \end{aligned}$$

Preço de \$5

$$\begin{aligned} \text{Receita} &= \$5 \times 400.000 \\ &= 2.000.000 \end{aligned}$$

Lucro bruto

$$\begin{aligned} & (3.000.000 + 2.000.000) - 2.000.000 \\ & 3.000.000 \end{aligned}$$

Exemplos de discriminação de preços



Descontos em passagens de avião

Descontos tipo “pague 5 leve 6”

Meia entrada no cinema às quartas