

PODER DE MERCADO

Economia –
UFPE
Prof. Rafael
Costa Lima

FALHAS DE MERCADO

- Já falamos sobre bens público e externalidades
- Hoje falaremos sobre poder de mercado
- Poder de mercado é um tipo de falha de mercado
- Existe sempre que uma empresa é capaz de influenciar o preço de mercado

CONCORRÊNCIA PERFEITA

- Existem diversos mercados onde as empresas são capazes de influenciar o preço.
- Monopólio: Uma única empresa opera no mercado
- Oligopólio: poucas empresas operam no mercado
-
- Competição monopolista: várias empresas monopolistas, mas com bens diferenciados

PODER DE MERCADO

- Monopólio existe quando apenas uma empresa oferece o bem
- Quando pensamos em produtos com marcas conhecidas, há algum tipo de concorrência.
- Mas o modelo de monopólio é uma referência para entender os efeitos de poder de mercado.
- A depender da definição de mercado, podem existir muitos monopólios.

PODER DE MERCADO

- Exemplos: Lâminas de barbear
- Provedor de internet em certas localidades.
- Sites de busca
- Redes sociais
- Serviços de utilidade pública como água/esgoto, energia elétrica, gás,...
- Já foram monopólios:
- Sistema operacional, navegador de internet, rolo de filme para fotografia, cerveja,...

PODER DE MERCADO

- Também dizemos que há poder de mercado quando uma empresa tem uma participação de mercado muito grande.
- Quando faltam empresas concorrentes
- Nesses casos, a empresa é capaz de influenciar o preço do bem

PODER DE MERCADO

- Nesse caso, não faz sentido pensar em curva de oferta.
- A empresa não é mais tomadora de preços

PODER DE MERCADO

■ Motivos:

■ Economias de Escala:

- Com um escala grande em relação ao mercado, a empresa se torna mais eficiente.

§ Ex. Companhias aéreas em rotas regionais

§ Provedor de internet em regiões pode baixa densidade.

■ Barreiras à entrada

§ Quando existem limitadores a entrada de novas empresas

§ Patentes, tecnologia, regulação, acesso a recursos essenciais.

§ Restrições de acesso a pontos de venda

PODER DE MERCADO

- Padrões tecnológicos: economias de rede
 - § Sistemas operacionais, navegadores, redes sociais,...
- Monopólios naturais
 - § Ganhos de escala grandes demais para que haja concorrência §
Distribuição de água, luz, gás, etc.
- Vantagens de eficiência
 - § Quando uma empresa é mais capaz que as concorrentes

PODER DE MERCADO

- Patentes: poder de mercado pode ser um incentivo a inovação

Por isso existem as patentes, para proteger empresas que inovam

Por isso que medicamentos estão sujeitos à patentes.

A duração da patente é um elemento importante.

Se for muito longa pode ser ruim

PODER DE MERCADO

- Primeiro ponto: Não existe curva de oferta do monopolista.
- Curva de oferta é uma relação quase mecânica entre preço e quantidade.
- O monopolista escolhe o seu preço e a sua quantidade.
- Ele está só no mercado.
- Isso não significa que ele pode fazer qualquer coisa.
- Ele não pode obrigar o consumidor a comprar.

PODER DE MERCADO

- Vamos olhar para a curva de demanda/
Como há apenas uma empresa, a sua produção é tudo que há no mercado
A curva de receita tem um ponto de máximo
O monopólio obtém lucros extraordinários.

PODER DE MERCADO

- Sua produção será menor do que aquela que faz o preço ser igual ao custo marginal
 - O monopólio será ineficiente.
 - Ele gera peso morto

PODER DE MERCADO

- Impostos? Não!
- O imposto que reduz a ineficiência do monopólio é na realidade um subsídio.
- Geraria desigualdade demais
- A solução é promover concorrência, sempre que possível.
- Como?

PODER DE MERCADO

- Essas questões são tratadas pelos órgão do sistema de defesa da concorrência.
 - No Brasil são o Cade, a Seae e a SDE
 - O Cade é o "Tribunal."
 - A Seae promove estudos para dar subsídios aos casos
 - A SDE é como o ministério público, pode iniciar casos ■
- Brasil tem pouca experiência na defesa da concorrência
- O sistema é recente.
 - As vezes é atropelado por outros interesses
 - Mas vem sendo aperfeiçoado

PODER DE MERCADO

- Quando há mais de uma empresa, a ineficiência se reduz, mas não é eliminada
 - Maior número de empresas é um bom sinal, mas não elimina preocupações com poder de mercado
 - Poucas empresas podem agir como um cartel
 - E também podem criar barreiras à entrada

PODER DE MERCADO

- Eliminar ou reduzir barreiras à entrada.
- Regular o mercado contra práticas anti-competitivas
- Restringir fusões e aquisições quando aumentarem demasiadamente o poder de mercado.
- Casos extremos: fixar preços
- Desmembrar empresas
- Essas práticas sempre funcionam? Não!
- É difícil definir qual o “remédio” correto.