

Sebenta

Economia e Organização Industrial



SOMOS
PARA O TEU
SUCESSO

Este é um trabalho realizado por alunos, pelo que não está livre de conter gralhas ou falta de informação; torna-se, assim, essencial fazer uma análise crítica à sua leitura, tendo em conta a matéria lecionada nas aulas. Qualquer correção deverá ser enviada para **comissao2ano@aeefp.pt**

Capítulo 4 - Poder de Monopólio e Comportamento Predatório

4.1 - Conceito de comportamento predatório

Uma empresa que consegue, através da diminuição do seu volume de produção, aumentar o preço que vigora no mercado, tem poder de mercado.

Ex.: A Microsoft (95% dos sistemas operativos) e a Campbell (70% do mercado de sopas enlatadas nos EUA) são empresas gigantes nos respectivos mercados. A Sotheby's (EUA) e a Christie's (RU) controlaram durante mais de duas décadas 90% do mercado mundial de leilões e nos seus mercados domésticos têm quotas de mercado superiores a 50%. Estas empresas têm conseguido manter a sua posição dominante ao longo dos anos.

- Porque é que as empresas rivais não conseguem eliminar a posição dessas empresas?
- As rivais não são atraídas pela existência de lucros?

As empresas com poder de mercado podem *eliminar as rivais atuais* e/ou *impedir a entrada de novas empresas*.

O comportamento predatório apenas é rentável se as **rivais atuais** saírem do mercado ou as **rivais potenciais** não entrarem no mercado.

O comportamento predatório envolve custos e a sua única racionalidade é o lucro adicional que a empresa obterá se conseguir atingir os seus objetivos.

∴ Para um **comportamento** ser considerado **predatório ou anti-concorrencial** é necessário que **apenas seja lucrativo se expulsar ou impedir a entrada** de empresas rivais.

Ex.: a atividade de I&D com o intuito de diminuir os custos não é comportamento predatório.

Nota: Explicações para a empresa ser dominante:

→ Adotou medidas muito inovadoras e bem sucedidas => Levou a uma grande vantagem comparativa face às outras.

→ Dificil entrada no mercado

→ Conduta predatória => Impedir a entrada de novas empresas e/ou expulsar do mercado empresas já existentes.

Uma estratégia é racional se conseguir neutralizar o problema, ou seja, não terá que ter novamente um comportamento predatório mais tarde.

4.2 - Distinção entre preço limite e preço predatório

O comportamento predatório frequentemente envolve:

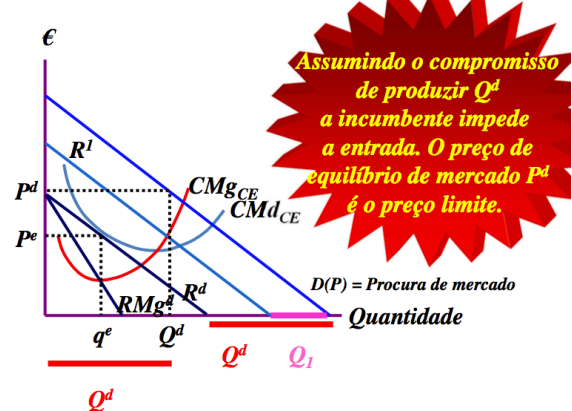
- **Preços predatórios:** quando o objetivo é expulsar do mercado empresas rivais atuais.
- **Preços limite:** quando o objetivo é impedir a entrada de novas empresas no mercado.

Normalmente, os tribunais preocupam-se com os preços predatórios e não com preço limite. No segundo caso, não há vítimas concretas.

4.3 - Modelo do preço limite (Bain, 1956 e Sylos-Labini, 1962)

1. A empresa instalada decide em primeiro lugar o seu volume de produção.

3. O custo de produção médio da candidata à entrada tem uma fase decrecente.



A empresa instalada (I) tem a opção estratégica de abandonar o preço e o volume de produção que lhe permitem maximizar o lucro, em favor de lucros que espera obter no futuro pelo facto de impedir a entrada.

Para o volume de produção de Qd, a função procura residual de E é dada por: $R_d = D(P) - Q^d$. A receita marginal de E é dada por Rmg^d . A entrada não é lucrativa.

Conclusão: existe um valor para a quantidade da empresa I para o qual a entrante não tem incentivo em entrar no mercado. O preço correspondente a essa quantidade é o preço limite.

q_e : $Rmg^d = cmg_{ce}$ (ce: candidata à entrada) e p_e : cmd_{ce}

(ou seja, está a fazer o melhor que pode ao entrar, maximizando a quantidade, mas só auferir o lucro normal. Não tem incentivos a entrar.)

Algumas questões:

- Será a estratégia de preço limite *mais lucrativa* do que outras estratégias?
- O compromisso com o volume de produção correspondente ao preço limite será *credível*? Se a empresa (E) entrar, o melhor para a empresa I poderá ser acomodar a entrada e não manter a produção em Q_d . A ameaça de manter a produção em Q_d só será credível se, apesar de ter ocorrido a entrada, o melhor para I for continuar a produzir Q_d .
- Bain e Sylos Labini argumentam que qualquer variação no volume de produção da incumbente acarretaria custos irreversíveis de ajustamento muito elevados.

4.4 – Modelo de Dixit

Produto homogêneo.

Duas empresas (instalada e entrante) e dois momentos de decisão (jogo dinâmico com dois estágios).

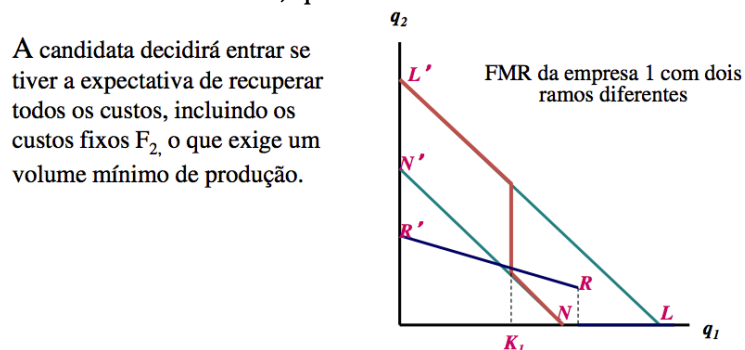
No 1º estágio/fase, a empresa instalada (empresa 1) escolhe a sua capacidade produtiva.

O **investimento em capacidade** produtiva é **irreversível**. Ou seja, no 2º estágio, a empresa instalada pode aumentar a capacidade produtiva, mas não a pode diminuir. No 2º estágio, a empresa 2 decide se entra ou não no mercado. A candidata à entrada, antes de decidir, observa a escolha de capacidade efetuada pela empresa instalada (importância da visibilidade do investimento em capacidade).

Se ocorrer a entrada, as duas empresas interagem à Cournot. Logo, as duas empresas escolhem simultaneamente:

- as quantidades, q_1 e q_2 ,
- a capacidade produtiva, K_1 e K_2 .

Contudo, esta última escolha para a empresa instalada está condicionada pelo facto de já ter realizado um investimento na capacidade produtiva: **a capacidade escolhida no 2º estágio não pode ser menor** do que a capacidade do 1º estágio. Se a empresa instalada **aumentar a capacidade**, terá um **custo marginal superior**. Portanto, a incumbente tem duas FMRs: uma, incluindo o custo do aumento da capacidade, e outra não o incluindo, que se resumem a uma FMR com dois ramos.



A FMR2 da entrante é válida para volumes de produção superiores ao **ponto crítico das vendas** (ponto em que as receitas igualam os custos). O ponto crítico de vendas não ocorre para $q_2 = 0$, porque existem custos fixos positivos.

O equilíbrio depende das “quebras” das FMR.

- Se F_2 muito elevado (**B à esquerda de T**) a entrada está bloqueada pelos custos fixos da entrante. Não há entrada e não há comportamento predatório.
- Se F_2 elevado (**B entre T e S**) não há entrada e não há comportamento predatório. Poderia haver entrada lucrativa se a empresa 1 reduzisse a quantidade (para o ponto T) mas esta não é uma melhor decisão da empresa 1.
- Se F_2 muito baixo (**B à direita de V**) há entrada. A empresa 1 maximiza o lucro se produzir M_1 (e escolher $K_1 = M_1$ no 1º estágio), uma vez que obtém o lucro de líder de Stackelberg, maior que lucro de Cournot que obteria em V.
- Se F_2 intermédio (**B entre S e V**) a empresa 1 pode escolher entre:
 - a) instalar $K=M_1$ e produzir $q_1=M_1$: há entrada e empresa 1 obtém lucro de líder.
 - b) instalar $K>M_1$ ($K=K'$) e produzir $q_1=K'$: não há entrada e a empresa 1 segue um comportamento predatório.

$q_1=K'$ é a melhor decisão porque a empresa 1 realizou um investimento irreversível no 1º estágio.

$q_1=K'$ é a melhor decisão ainda que exista entrada. Logo, é uma ameaça credível.

Dependendo da capacidade da empresa instalada e dos custos fixos da entrante, o **equilíbrio** pode acontecer em 3 situações diferentes:

1. A entrada não ocorre porque os custos da entrante são muito elevados.

- A entrada está bloqueada
- Não há comportamento predatório

2. A entrada é acomodada

- Os custos da entrante são baixos
- A incumbente tem vantagem por já estar no mercado (*firstmover*)
- Não há comportamento predatório

3. A entrada é estrategicamente impedida

- A detenção estratégica é rentável para a empresa instalada
- A capacidade excessiva é uma estratégia de impedimento da entrada
- O compromisso é credível

A expansão de capacidade é predatória no sentido habitual do termo. A expansão de capacidade é uma estratégia credível de detenção da entrada, porque, uma vez adquirida, o seu custo é irreversível. Se os investimentos em capacidade não fossem irreversíveis, o custo de oportunidade incluiria também o preço ao qual se poderia vender a capacidade – r – e o custo marginal da incumbente seria $w+r$. Então, o equilíbrio no subjogo das quantidades para qualquer K_1 ocorreria em T (resultado simétrico de Cournot). A incumbente não poderia credivelmente ameaçar produzir mais do que o resultado de Cournot.

Este modelo mostra a importância da irreversibilidade (um compromisso preço é muito menos credível, porque pode ser muito mais facilmente alterado – é reversível).