

Oligopólio

ASPECTOS GERAIS

- = quando poucas empresas dominam o mercado.
- as empresas concorrem entre si, mas não são tomadoras de preços, pois têm algum poder de mercado.
- ↳ há barreiras de entrada (economias de escala, patentes, concessões...)
- os oligopolistas preocupam-se com suas próprias curvas de custo e demanda, mas também com as decisões de seus concorrentes.

CARACTERÍSTICAS

- poucas firmas dominam a produção.
- os produtos podem ser homogêneos ou diferenciados
- as empresas devem tomar ações estratégicas considerando a reação de seus concorrentes.
- há barreiras de entrada relevantes

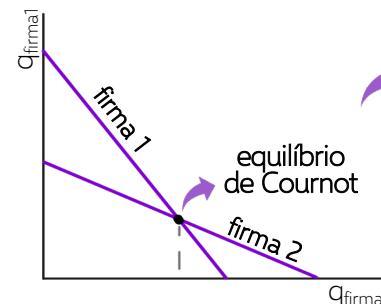
PRINCIPAIS MODELOS

- definem como as firmas oligopolistas interagem.
 - Modelo de Cournot (foco na quantidade)
 - Modelo de Bertrand (foco no preço)
 - Modelo de Stackelberg (uma das firmas decide a quantidade produzida primeiro)
 - Modelo de Sweezy (há demanda quebrada e rigidez de preços)
 - Cartel

MODELO DE COURNOT

PREMISSAS

- são firmas duopolistas que:
 - consideram a produção de seu concorrente fixa
 - decidem a quantidade que irão produzir simultaneamente.
 - produzem produtos homogêneos
- a quantidade que maximiza o lucro do oligopolista é função decrescente da quantidade que ele acredita que seu concorrente produzirá (curva de reação)



o equilíbrio do duopólio (Equilíbrio Nash) se dará na intersecção entre as curvas de reação das duas firmas

cada firma faz o melhor que pode diante do que está fazendo seu concorrente.

- o oligopólio de Cournot não se move em direção ao equilíbrio → caso uma das firmas produza uma quantidade diferente daquela do equilíbrio, nada garante que ele virá a ocorrer.

CARTEL (CONLUIO)

- os produtores cooperam entre si (coalizão)
 - ↳ eles combinam preços e quantidades
- operam como se fossem um monopólio → reduzem o excedente do consumidor e fixam o preço acima do custo marginal (se eles tiverem poder de mercado)