

# ASPECTOS INTRODUTÓRIOS DA ECONOMIA

UM CURSO PARA PROVOCAR  
DEBATE E IDEIAS NOVAS

## O INTERVENÇÃO DO ESTADO

# 2

MÓDULO



INSTITUTO  
**Millenium**

[www.imil.org.br](http://www.imil.org.br)



### A Intervenção no mercado

**Discussão N° 1:** O monopólio é ruim? O que é mais eficiente: um bairro ter vários mercadinhos ou um supermercado? (10 minutos)

As definições de monopólio (do grego *monos*, um + *polein*, vender) são diversas e variadas. Iremos aqui optar pela seguinte: “Um monopólio é a exclusividade que uma empresa detém na oferta de algum bem”. Entre suas características, destacamos:

- Alta porcentagem do mercado
- Poucos competidores

**Leitura N° 1:** “A questão do monopólio”, de Albergo Benegas Lynch (1940, economista argentino) – (20 minutos)

### A QUESTÃO DO MONOPÓLIO

*Albergo Benegas Lynch*

Do mesmo modo que se considera que os preços devem ser livres fora de “situações de exceção”, é comum argumentar-se que os preços devem ser “controlados” em casos de monopólio.

Para adentrarmos este argumento é necessário, em primeiro lugar, compreendermos a noção de *igualdade*: a igualdade, a rigor, sempre é uma abstração; no universo não há duas coisas que sejam efetivamente iguais – nem duas moléculas, nem mesmo dois átomos são idênticos entre si; de modo que cada um de nós detém o monopólio de sua personalidade; e se continuarmos o raciocínio, concluiremos que tudo que existe é, na verdade, monopólio. Certo, mas para podermos analisar o argumento a respeito das situações monopolistas, diremos a grosso modo que o monopólio implica a exclusividade de um determinado bem – ainda que, se aprofundássemos esta definição, voltaríamos ao problema mencionado.

#### O monopólio natural

Um monopólio pode ser *natural* ou *artificial*.

No primeiro caso, o monopólio é consequência de que é o monopolista que melhor oferta o valor – um bem ou serviço – naquele contexto. O monopólio natural não conta com nenhuma barreira protetora ou privilégio; é simplesmente a melhor das possibilidades disponíveis no momento. Isto é, dadas às circunstâncias, qualquer um pode tentar competir diretamente com o monopolista, mas enquanto não ocorre isso é ele quem melhor satisfaz as necessidades dos consumidores, dadas as alternativas.



Se certo cirurgião é o único cirurgião no mundo que realiza o transplante de um determinado órgão vital, ele detém o monopólio desta habilidade. Do mesmo modo, outros valores cuja oferta é naturalmente restrita são monopólios naturais.

Se um monopólio natural traz ao monopolista benefícios especialmente grandes, estes benefícios chamarão a atenção da sociedade, que canalizará recursos para a área em questão, terminando o monopólio.

Quando nos referimos a *livre mercado* não queremos dizer com isso que em todos os mercados específicos deve haver um ou mais ofertantes. O livre mercado se baseia na liberdade de qualquer um, em qualquer momento, poder entrar no mercado como ofertante. A situação de monopólio natural, em livre mercado, não é uma situação irrevogável, devendo ser confirmada ou questionada todos os dias no mercado.

Neste sentido, o progresso depende da aparição de novos monopólios naturais, referentes a novas descobertas, nova tecnologia, melhor qualidade de bens e serviços etc. O monopólio natural se alimenta do apoio do público consumidor. Se vivêssemos sob uma rigorosa legislação antimonopólio, seria impossível que surgissem novos remédios ou produtos de tecnologia; nenhuma empresa poderia ofertar isoladamente um novo produto.

### **O monopólio artificial**

Diferentemente do monopólio natural, o monopólio artificial se deve a uma legislação que garante isenção fiscal, proteção tarifária, subsídios, licenças de atuação etc. Em outras palavras, o monopólio artificial é um custo para o consumidor, que deve pagar um preço mais alto e aceitar um produto ou serviço de qualidade inferior do que se houvessem concorrentes ao monopolista, ou seja, do que se não houvesse a proteção legal para o monopolista.

Na verdade, é difícil dar exemplos de monopólios naturais que perdurem ao longo do tempo. Já os monopólios artificiais são muito comuns – sejam empresas públicas ou empresas privadas detentoras de privilégios – produzindo graves inconvenientes para a sociedade, por determinarem uma alocação de recursos pior do que haveria na ausência do monopólio. Um mercado livre torna indispensável à eliminação de todos os privilégios individuais.

### **A intervenção governamental sobre os monopólios**

Independente disto, devemos considerar brevemente os resultados da intervenção estatal sobre os monopólios naturais. As medidas mais frequentes são as proibições puras e simples, o estabelecimento de preços máximos ou de tetos para as taxas de lucro, e as quotas de produção. A proibição dos monopólios, como vimos, no limite leva à paralisação do progresso e da inovação. O estabelecimento de preços máximos e o controle dos lucros produzem resultados parecidos.

O desejo governamental de controlar os preços e lucros do monopólio natural é fruto da crença de que o monopolista pode cobrar o preço que bem entender. No entanto, o monopolista, do mesmo modo que qualquer outro ofertante no mercado, cobra o preço mais alto que pode, e não o preço que mais lhe agrada. Se um monopólio da venda de galinhas decide cobrar um milhão de reais por cada galinha, o resultado será que ninguém comprará



galinha alguma. Ninguém, monopolista ou não, pode fixar o preço e a quantidade vendida. O vendedor pode definir um preço e ver a quantidade que os clientes demandam àquele preço, ou definir uma quantidade a ser vendida e ver o preço que os clientes estão dispostos a lhe pagar por aquela quantidade. Em um processo de mercado, o preço e a quantidade transacionados dependem do valor atribuído ao objeto da transação tanto pelo vendedor quanto pelo comprador. Em última instância não existe algo como um “preço de monopólio” de determinação distinta das situações em que há mais de um ofertante. Para qualquer bem, o preço em situação de monopólio pode tanto ser igual, maior ou menor do que o preço seria em situação de concorrência.

Enquanto isso, as quotas de produção são consequência da escassez provocada por tetos de preço, ou simplesmente pela consideração de que o monopolista está produzindo menos do que deveria, devendo, portanto, ampliar sua produção. Neste último caso, ignora-se o fato de que todos os agentes de mercado (e todos os indivíduos em todas as esferas da vida) restringem a produção de bens ou serviços específicos até igualar a utilidade derivada de um aumento na produção de qualquer um deles (isto é, os agentes produzem cada bem e serviço até igualar a *utilidade marginal* derivada da produção de cada um deles). O empresário não despende todos os recursos possíveis para obter ou produzir o máximo de um bem ou serviço específico, mas distribui seus esforços de modo que o retorno total de todas as suas atividades seja maior. O fato de que em uma área específica o empresário seja monopolista natural é irrelevante para a distribuição de esforços que otimiza o retorno monetário conjunto. Se os investimentos incorridos não geram os retornos monetários projetados ou mesmo se geram prejuízos, o próprio processo de mercado obrigará esses empresários incapazes de satisfazer as necessidades alheias a saírem do mercado. Se forem definidas quotas de produção e se o monopolista, do mesmo modo que qualquer outro empresário, acatar a imposição das cotas, o resultado é que a utilidade conjunta será menor do que a resultante da que haveria resultado da livre operação do mercado, o que significa capitalização menor para a empresa, menores rendas e portanto menores salários. Como já visto, a virtude do mercado consiste em corrigir automaticamente os investimentos equivocados simplesmente porque estes trazem retornos menores ou mesmo prejuízos ao investidor.

Além disso, o mercado limita a atuação e o crescimento do monopolista (e mesmo do não-monopolista) pela *concorrência potencial*, pela *elasticidade da demanda*, pela *lei dos rendimentos decrescentes*, pelo *fator competitivo permanente* e pelos *bens e serviços substitutos*.

A *concorrência potencial* é a possibilidade permanente de que outros agentes ingressem no mercado atraídos pelas condições daquele nicho específico.

A *elasticidade da demanda* é o grau de sensibilidade que a demanda tem frente aos aumentos de preço. Um produto tem demanda inelástica quando os aumentos de preços não provocam grandes contrações na demanda (por exemplo, uma pessoa gravemente doente tentará comprar remédios, não importando o preço cobrado). Por outro lado, se uma redução no preço provoca um aumento no gasto dos consumidores neste artigo, ou se o gasto diminui quando os preços aumentam, dizemos que a demanda é elástica. Finalmente, se o gasto total se mantém inalterado com aumentos ou reduções do preço, dizemos que a elasticidade da



demanda é neutra. Em todos os casos a elevação do preço provoca uma redução na quantidade demandada, independentemente do que ocorra com o gasto total (preço X quantidade).

Há, no entanto exceções a esta última regra: bens ou serviços cuja quantidade demandada aumenta se o preço aumentar. São os chamados “bens de Giffen”, em homenagem ao economista britânico que os estudou<sup>1</sup>. Por exemplo, se as pessoas compram mais de uma marca de determinado bem à medida que aumentam os preços, este comportamento pode estar relacionado ao valor atribuído à ostentação. Outro caso são aumentos de preço que obrigam o demandante a abandonar o consumo de substitutos do bem em questão (por exemplo, se a passagem de ônibus encarece, o consumidor, empobrecido, pode deixar de tomar um táxi eventual, utilizando ônibus mais ainda). Nesta situação, o aumento da demanda não se deve ao aumento de preço, mas ao empobrecimento do consumidor.

Já a *lei dos rendimentos decrescentes* mostra que a relação “produção/capital investido” melhora com os primeiros investimentos, pois o capital investido aumenta em muito a produtividade, mas a partir de um ponto máximo o capital acrescentado não traz mais os mesmos ganhos. Isto se deve à distribuição que o consumidor realiza entre os diversos ramos de produção. O perfil deste espectro de decisões que o consumidor toma ao investir recursos ou abster-se de realizar determinadas transações determina a alocação dos fatores produtivos pelas empresas, o que por sua vez determina a dimensão relativa dessas empresas.

Mencionamos que o *fator competitivo permanente* se relaciona ao fato de que todos os agentes econômicos estão em competição entre si pelos recursos do consumidor, ainda que se trate de setores distintos da economia.

Por fim, os *bens e serviços substitutos* muitas vezes superam as propriedades do bem ou serviço original, e constituem um limite para o tamanho do seu mercado.

Todas estas reflexões são também aplicáveis aos casos dos “oligopólios” (poucos ofertantes de grande porte), dos “trustes” (fusão de várias empresas em uma) e do “cartel” (acordos entre empresas concorrentes de um mesmo ramo). Ainda que essas três situações possam ser compreendidas a partir do caso do monopólio, deve-se destacar que, caso apareçam como consequência do processo de mercado irrestrito (natural), significa que, dadas as circunstâncias imperantes, são a melhor opção que o mercado consumidor pode adotar. Se, pelo contrário, essa situação for consequência de privilégios (artificiais), os resultados serão distorções nas prioridades dos consumidores.

Finalmente, cabe considerarmos o chamado *monopólio técnico*. Se, devido à própria natureza do bem, apenas uma empresa pode abastecer o mercado, a empresa em questão é um monopólio técnico, caso em que, como se argumenta, deve ser controlada pelo governo.

---

<sup>1</sup> Robert Giffen (1837-1910) foi um estatístico e economista britânico. Em 1895, o renomado economista americano Alfred Marshall escreveu em seu *Princípios de Economia*: “Como apontado pelo Sr. Giffen, um aumento no preço do pão drena muitos recursos dos trabalhadores pobres e aumenta por conseguinte a utilidade marginal do dinheiro para eles a ponto de forçá-los a cortar seu consumo de carne e de outros alimentos mais caros; e sendo o pão ainda o alimento mais barato à sua disposição, irão consumir mais desta mercadoria, e não menos.”



Geralmente os exemplos citados são empresas de “serviço público”, como empresas de água e esgoto, onde a competição não seria possível (seria desastroso haver diversas malhas de saneamento na cidade, uma para cada empresa). Tais exemplos logo são estendidos ao sistema de metrô, aos trens; eventualmente à telefonia, e até mesmo a elevadores, pois “não faria sentido haver competição entre diversos elevadores de um mesmo prédio”. Se continuarmos este raciocínio veremos que o mesmo sucede com todos os bens e serviços no mercado: em um mesmo espaço geográfico não é possível que coexistam várias empresas, ainda que isto não implique que deva haver uma única empresa no mercado a oferecer o bem ou serviço em questão. Em se tratando da via pública, é o governo quem contrata, baseado em determinadas condições (qualidade de serviço, preço etc.), já que a rua é “sua propriedade” (do mesmo modo que os proprietários de um edifício contratam uma empresa de elevadores). Em ambos os casos, se as condições estipuladas não se cumprirem, devem-se aplicar sanções ao contratado.

O monopólio técnico não é, portanto, de natureza distinta dos casos antes comentados. Se o monopólio se sustenta em privilégios, será *artificial*; se, pelo contrário, opera em mercado aberto, será *natural*.

Após a leitura, discuta as seguintes perguntas:

1. Um monopólio natural ou de mercado é o que surge:
  - a) Por uma lei do congresso.
  - b) Por um decreto do poder executivo.
  - c) Por subsídios do governo.
  - d) Por ser o mais eficiente em um mercado livre.
  - e) Por ser o mais eficiente graças à proteção de uma lei.
2. Um monopólio legal é o que surge:
  - a) Da competição em livre mercado.
  - b) Por uma lei de preços máximo.
  - c) Por uma lei que impede a entrada de novos produtores.
  - d) Por salários máximos impostos pelo governo.
  - e) Nenhuma das anteriores.
3. Quais dos seguintes elementos impedem o monopolista natural de fixar preços arbitrariamente?
  - a) Substitutos
  - b) Produtos estrangeiros
  - c) Fator competitivo permanente
  - d) Sensibilidade do bem
  - e) As opções A e C estão corretas
  - f) Todas as opções estão corretas

Definição dos conceitos:

- *Substitutos*: Bens cujo consumo pode potencialmente substituir o consumo do outro. Exemplos: chá e café; carne e galinha; gasolina e álcool.



- *Produtos estrangeiros*: Bens que satisfazem as mesmas necessidades, mas são produzidos no exterior.
- *Fator competitivo permanente*: Todos os bens competem entre si. De certo modo, todos os bens são substitutos, por mais que não satisfaçam à mesma necessidade. Se uma pessoa compra um livro, deixa de comprar um relógio.
- *Sensibilidade do bem*: É a relação que mostra o quanto varia a quantidade de bens comprados em relação a variações no seu preço. Se por exemplo um chocolate que custava R\$ 5,00 passa a custar R\$ 6,00 e isso faz com que as vendas praticamente se interrompam, o bem tem uma sensibilidade alta. O conceito econômico relacionado é a *elasticidade da demanda*.

**Atividade Nº 1:** Ler o texto a seguir “Tom Smith e a incrível máquina de fazer pão”<sup>2</sup>, de R. W. Grant (15 minutos)

### TOM SMITH E A INCRÍVEL MÁQUINA DE FAZER PÃO

R. W. Grant

INSPIRADO

Esta nossa triste história  
É de Tom Smith, o inventor

Que inventou o fim da fome

E foi por isso um malfeitor

Ele era inventor, e fabricava

Brinquedos – e adorava

Mas que surpresa tiveram então

Quando um dia foi assar pão!

A máquina que o Tom nos fez

Fazia pão, fazia empada

De toda forma pro freguês

---

<sup>2</sup> Para o poema original, em inglês, ver <http://mises.org/daily/3801/> (acesso em setembro/2013).



De todo jeito, sem cobrar nada

Imagine esse milagre!

Imagine a consequência!

O mundo todo se fartando

Graças a Tom e sua ciência

O presidente o recebeu

E todo o mundo o festejou

E honras e distinções

Choveram sobre a sua cabeça

Mas há algo mais volúvel

Do que a fama traiçoeira?

Do nosso Tom, hoje herói

Amanhã ninguém se lembra

O tempo voa, e Tom Smith

Empresário e milionário

Não é ninguém para aqueles

Que comem o seu pão diário

Perguntados de onde vinha

O pão que enche sua barriga

O povo logo respondia

“Não foi sempre assim?” E sorria

INSTITUTO



Millenium





Tudo vai bem, ou não, Tom Smith?

Mal sabia o que viria

Pois veja só o que passou

A partir daquele dia

Em que subiram o imposto,

De Tom Smith, e do seu pão

Que pra pagar ao seu governo,

Já um centavo, custava então!

“O que é isso?” o povo grita

“É um ultraje, não tem nem nome!”

“Não tem direito a ser tão rico,

Lucrar em cima da nossa fome!”

INSTITUTO

(E no jornal, o desenhavam

Gordo e com nariz suíno

Tirando o pão da pobre boca

Do clemente, pobre menino!)

E como o povo é o primeiro

Ninguém pode discutir

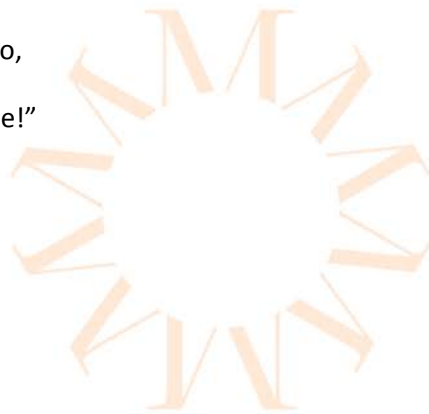
Que em assuntos dessa ordem

A ele cabe decidir

Pois interviram, diligentes

Os agentes do governo

E encontraram, rapidamente



Millenium



O “truste do pão”, nada menos

A coisa fica logo séria

Mas Tom Smith quer o ajuste

E decide ir passar

No escritório antitruste

Chapéu na mão, os olhos baixos

A mão suando, ele pergunta

“É um engano, eu asseguro

Pois não quebrei nenhuma lei”.

Ao que o advogado respondeu:

“Neste tempo de hoje em dia

A lei não é mais o que era

Melhor deixar nossos assuntos

Nas mãos dos homens, como eu

E se você já não distingue

A quem deve obedecer

Deixe então que eu lhe diga

A regra que deve temer

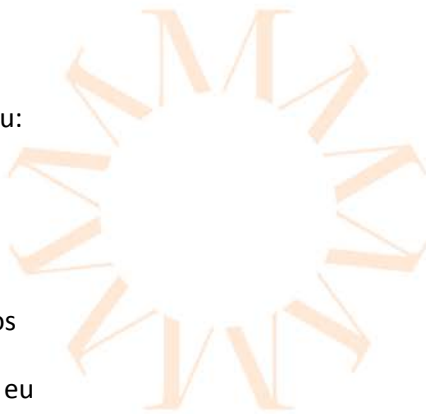
Aumento ilegal de preço

É cobrar mais que o colega

Se você cobrar de menos

É desleal à concorrência

INSTITUTO



Millenium



Tenha isto bem presente

Não faça a confusão

Que se todos cobram o mesmo

Será confabulação

Deve competir, isso está claro

Mas com cuidado! Não vá demais,

Pois se conquista todo o mercado

É monopólio! Não se faz!”

Preço abusivo? Ou desleal?

Por qual dos crimes condenar?

Mas se é o Público aqui em jogo,

Por que não escolhem logo o par?

E não custa trabalho algum

Incriminar mais o coitado

Pois *monopólio* é o que fez

De todos os três! Ele é culpado.

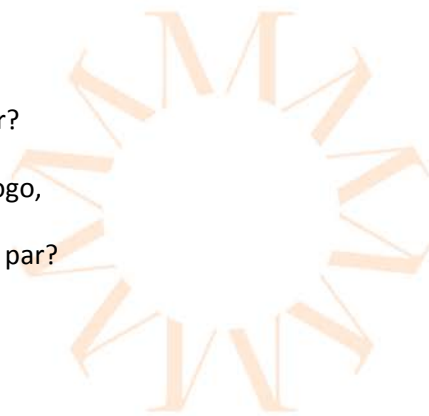
“Cinco anos!” diz o juiz,

“E bem podia ser muitos mais.

Devo ensinar a essa gente

A respeitar os seus iguais”

INSTITUTO



Millenium



Agora o pão faz o governo

E como podiam esperar

Tudo, tudo controlado

E o público a amparar

E o pão já custa um dólar

Mas o governo se esforça

Vende o pão por um trocado

(e põe impostos para o resto!)

Com base no texto:

1. O que faz o preço do pão subir a um centavo?
2. Como reagem as pessoas a este encarecimento? E os agentes antitruste do governo?
3. Qual o veredito do juiz?
4. Quem produz finalmente o pão?
5. Qual é o preço final de venda e os custos de fabricação do pão?

**Vídeo N° 1:** Milton Friedman – Monopólio (15 minutos)

<http://www.youtube.com/watch?v=tdLBzFGFQU>

Milton Friedman defende que, sem a ajuda do governo, é muito difícil que um monopólio prospere. Mas mesmo que prospere, você acredita que isto é necessariamente prejudicial para a economia?

**Discussão N° 2:** O monopólio da Kodak (20 minutos)

Leia breve relato a seguir sobre a história da empresa Kodak e responda às perguntas abaixo:

### **O caso da Kodak: Podem viver para sempre as empresas gigantes?**

19 de janeiro de 2012

Nos últimos anos, o mundo tem visto o desmoronamento de diferentes gigantes corporativos, desde empresas financeiras como o Lehman Brothers até fabricantes de automóveis como a



Saab. A crise econômica, as dívidas e a concorrência levaram à emblemática quebra de algumas grandes marcas e colocou muitas outras contra a parede.

A última é o gigante da fotografia Kodak, que acaba de declarar falência nos Estados Unidos enquanto tenta administrar empréstimos e vender milhares de suas patentes para sair do vermelho.

### **O caso da Kodak**

Eastman Kodak Co., o gigante da fotografia que inventou a câmera portátil e imortalizou as primeiras imagens da lua, declarou falência esta quinta-feira depois de um ano de prejuízos constantes diante da feroz concorrência da fotografia digital, tecnologia que ironicamente a mesma empresa inventou em meados dos anos 1980.

Desta maneira, a pioneira da fotografia, com 130 anos de história, se prepara para vender mais de 1.100 patentes e administrar empréstimos bancários da ordem de 1 bilhão de dólares.

Seus diretores devem remodelar os negócios sem deixar de pagar a 17.000 funcionários – uma cifra residual se comparados aos 140.000 empregados que teve a Kodak em seu esplendor nos anos 1980, quando se via seu logotipo em todas as atrações turísticas.

### **Vítima de sua própria invenção**

A Kodak não somente antecipou a mudança que se aproximava com a fotografia digital, mas em muitos sentidos foi pioneira neste campo.

A empresa criou o primeiro sensor de megapixels em 1986, e mesmo a câmera QuickTake lançada pela Apple em 1994 havia sido desenvolvida em grande medida pela própria Kodak. A câmera parecia um binóculo, armazenava 32 fotos e podia se conectar ao computador.

O rendimento limitado da câmera e o alto custo desta tecnologia inovadora (uma câmera pequena custava cerca de US\$ 800 enquanto que as de fotojornalismo chegavam a US\$ 15.000) reduziam o mercado a alguns quantos aficionados.

A Kodak se dedicou integralmente ao seu principal negócio: películas para o cinema e câmeras analógicas. Apesar disso, quando o negócio começou a apresentar sinais de decadência, as novas empresas de fotografia digital já haviam superado a gigante.

Ainda que a Kodak tenha transformado seus produtos de fotografia digital e aberto novos mercados em setores como a saúde, o alarme soou ano passado quando seus diretores anunciaram a necessidade de US\$ 500 milhões para seguir operando em 2012.

1. Uma grande empresa que domina um mercado durante muitos anos tem sucesso garantido para sempre?
2. Quais foram os principais erros que a Kodak cometeu, no seu ponto de vista?



**Leitura N° 2:** “Os argumentos contra o monopólio”<sup>3</sup>, de Murray Rothbard (1926-1995, economista americano da Escola Austríaca de economia) (20 minutos)

## OS CARTÉIS E SUAS CONSEQUÊNCIAS

*Murray Rothbard*

### A. Cartel e “preço de monopólio”

Por acaso não é ato monopolístico a restrição da produção, e não é tal restrição um ato antissocial demonstrável? Começemos por examinar o caso em que tal ato aparece em seu pior aspecto possível: a *destruição material* de parte de uma produção, executada por um cartel. Isto é feito para tirar vantagem de uma curva de demanda inelástica e com o fim de elevar o preço e obter maior benefício monetário para todo o grupo de produtores. Podemos observar, por exemplo, o caso de um cartel de café que destrói grandes quantidades deste produto queimando-o.<sup>4</sup>

Em primeiro lugar, tais atos seguramente ocorrerão com pouca frequência. A destruição material do produto é claramente enorme desperdício, mesmo para um cartel; é óbvio que os fatores de produção investidos pelos cafeicultores foram gastos em vão. A produção total de café, em si mesma, foi um erro e a queima apenas é consequência deste erro. Contudo, devido à incerteza do futuro, frequentemente se cometem erros nesta escala. Um homem pode se esforçar trabalhando e investindo durante anos na produção de um bem pelo qual, no fim, nenhum consumidor se interessa. Por exemplo, se o gosto dos consumidores mudar tanto de modo que nenhuma pessoa mais se interesse por café, seja qual for seu preço, outra vez será necessário destruí-lo, com ou sem cartel.

Ainda que o erro seja um infortúnio, não podemos considerá-lo antissocial ou imoral; ninguém se dedica deliberadamente a cair no erro. É evidente que, se o café fosse um bem não perecível, o cartel *não* o destruiria, mas o armazenaria para vendê-lo gradualmente no futuro aos consumidores, tirando proveito desta oferta “extra”. Em uma economia de circulação uniforme, em que os erros, por definição, estariam excluídos, não poderia haver destruição de bens, já que os estoques ótimos para a obtenção de rendimentos monetários seriam produzidos com antecipação. A produção de café seria menor já de saída. *O desperdício está*

<sup>3</sup> Original parte do livro em inglês “Man, economy and state – A treatise on economic principles” disponível em <http://home.aubg.bg/faculty/kpetrov/other/textbook%20downloads/rothbard%20-%20man%20economy%20state.pdf>, pp. 735-757 (acesso em setembro de 2013).

<sup>4</sup> Foi este o caso no Brasil, nos anos 1930, no contexto de uma superprodução de café que levou ao programa de “sustentação de preços”. O caso brasileiro ocorreu devido a extenso apoio estatal à cafeicultura, através do barateamento excessivo do crédito para esta atividade, de subsídios à compra de safras, da organização da importação de mão-de-obra; em suma, distorções profundas na alocação ótima do mercado. A “superprodução” foi aqui resultado direto da intervenção do governo, mais do que qualquer “erro de previsão” individual. A “sustentação de preços”, como tantas outras políticas no Brasil, impediu o funcionamento do mecanismo regulatório dos prejuízos para a iniciativa privada, com o que a produção não se reduziu como deveria.



na produção excessiva de café e não de outros bens que poderiam haver sido produzidos em seu lugar. *O desperdício não está no fato de que o café seja efetivamente queimado.* Depois de diminuir sua produção, os demais fatores que haviam sido dedicados a semear e colher o café tornam-se disponíveis; a terra, o trabalho etc. serão empregados de modos diferentes e mais produtivos. Está certo que fatores específicos em excesso permanecerão sem uso; mas isto sempre é o destino de fatores específicos quando a realidade da demanda não justifica que sejam usados na produção. Por exemplo, se ocorre uma súbita contração na demanda consumidora de um determinado bem, até o ponto em que não seja mais remunerativo o trabalho com certo maquinário especializado, essa “capacidade ociosa” não constitui um desperdício do ponto de vista social, mas é na verdade algo socialmente útil. Foi um erro haver produzido estas máquinas, e mesmo agora que estão prontas ainda é mais proveitoso trabalhar em outras terras e com outras máquinas para produzir algo diferente do que forçar-se a utilizá-las. Consequentemente, o avanço econômico está em deixá-las ociosas, ou mesmo utilizar o material que as compõe para outros usos. É claro, em uma economia livre de erros, não se produziriam bens de capital específicos em excesso.

Suponha-se, por exemplo, que antes de iniciar suas atividades o cartel de café estivesse utilizando uma quantidade de trabalho X e de terra Y para produzir 100 milhões de sacas de café por ano. O cartel, no entanto determina que a produção mais lucrativa seria de apenas 60 milhões de sacas, e por isso reduz a produção a esta cifra. Haveria sido absurdo, é claro, continuar a produção excessiva de 100 milhões de sacas e a queima de 40 milhões todo ano. Mas o que será feito agora do excesso de terra e de trabalho? Esses fatores serão transferidos para a produção de outra coisa, digamos de 10 milhões sacas de trigo e 50 mil horas de prestação de serviços de guia para a selva etc. Quem poderia afirmar que a segunda estrutura de produção, a segunda aplicação dos fatores, é menos “justa” do que a primeira? Na verdade, poderíamos dizer que é *mais* justa, visto que a nova aplicação de fatores resultará mais proveitosa e, por conseguinte, mais *produtora de valor* para os consumidores. *Relativo ao valor*, a produção total na verdade sofreu uma *expansão*, e não uma contração. Não poderíamos dizer, evidentemente, que a produção em conjunto se restringiu, pois que a dos bens restantes, à exceção do café, aumentou, e a única comparação possível entre a diminuição de um bem e o aumento de outro deve ser efetuada *sob a ótica da valoração*. Na realidade, a transferência dos fatores à produção de trigo e ao serviço de guias não *restringe* mais a produção de café do que uma transferência anterior de fatores para a produção de café haveria *restringido* a produção de trigo e do serviço em questão.

Todo o conceito de “restringir a produção” é, portanto, uma falácia quando se aplica ao mercado livre. No mundo real de recursos escassos em relação às destinações possíveis, *toda* produção implica escolher e colocar os fatores a serviço da finalidade a que se atribui maior valor. Em suma, a produção de *tudo* é sempre e necessariamente “restringida”. Tal “restrição” é uma simples consequência da escassez universal de fatores e da decrescente utilidade marginal de todo produto dado. Portanto, é absurdo falar de “restrição”.

Não podemos dizer, então, que o cartel “restringiu a produção”. Depois que a correção na aplicação dos fatores elimina o erro dos produtores, os atos do cartel determinam um aumento nas suas rendas pelos seus serviços aos consumidores; o mesmo ocorre com as demais aplicações dos fatores de produção no mercado livre. Esse é o resultado que as



peças no mercado tendem a obter, em consonância com sua habilidade enquanto empresários previsoress, e é a única situação na qual o homem, como consumidor, se encontra em harmonia ao homem como produtor.

De nossa análise se depreende que a produção original de 100 milhões de sacas foi um erro lamentável, posteriormente corrigido pelos produtores.<sup>5</sup> Ao invés de se tratar de uma maliciosa restrição da produção em detrimento do consumidor, o processo descrito é, pelo contrário, apenas a retificação do erro em que antes se incorria. Devido a que unicamente o livre mercado pode destinar recursos para servir ao consumidor, de acordo com a rentabilidade monetária, deduzimos que na situação anterior se estava produzindo café “em demasia” e “pouco” trigo e serviço de guias para a selva etc. O cartel, ao reduzir a produção de café e causar um aumento na de trigo e de serviços de diversos, produziu um *aumento* no poder produtivo dos recursos destinados a satisfazer os desejos dos consumidores.

Eventuais anticartelistas em discordância com a afirmação precedente, convencidos de que a estrutura produtiva *anterior* servia melhor ao consumidor, sempre poderão efetuar ofertas pela terra, pelo trabalho e pelos fatores de capital, retirando tais elementos dos produtores de trigo e das agências de guias etc., e dedicando-se *eles mesmos* à produção das 40 milhões sacas de café presumidamente “em falta”. *Como não o fazem*, dificilmente estão em posição de atacar os atuais produtores de café por não o fazerem. Como afirmou concisamente Ludwig von Mises (1881-1973, Áustria, figura central na Escola Austríaca de economia):

Certamente os envolvidos na produção de aço não podem ser responsabilizados pelo fato de outras pessoas não entrarem neste mercado... Se alguém pode ser culpado que não seja maior o número de voluntários na organização da defesa civil, não é, com certeza, os que nela participam, mas os que dela não tomam parte.

A posição dos anticartelistas implica que alguém está produzindo algum outro produto *em excesso*; contudo, não oferecem outro critério para determinar *qual* é a produção excessiva do que seus próprio decretos arbitrários.

A crítica aos proprietários das empresas de aço, ou aos cafeicultores, de que não produzem aço ou café “suficiente” implicaria também a existência de um sistema de castas pelo qual uma casta está permanentemente destinada a produzir aço, outra café etc. Somente numa sociedade assim teriam sentido essas críticas. O mercado livre, no entanto, é o oposto de um sistema de castas. Na verdade, a escolha entre diversas opções implica a possibilidade de que umas possam ser substituídas por outras, e essa mobilidade é válida tanto para os empresários quanto para os emprestadores que têm dinheiro para investir na produção.

Além disso, como já apontamos, uma curva de demanda inelástica é puramente o resultado das escolhas dos consumidores. Suponhamos que 100 milhões de sacas de café tenham sido produzidas e estejam estocadas, e que um grupo de proprietários decide que a queima de 40 milhões de sacas irá, digamos, dobrar o preço em ouro da saca de café, aumentando, portanto o retorno total da venda do café. Isto seria impossível se os cafeicultores soubessem que seriam confrontados com um boicote de consumo ao novo preço. E mais, os consumidores

---

<sup>5</sup> No caso brasileiro, como o governo se dispunha a arcar com grande parte dos prejuízos, o produtor individual não tinha incentivos tão fortes para corrigir sua alocação de recursos.





dispõem de outro meio, *se assim preferirem*, de evitar a destruição da mercadoria. Vários consumidores, individual ou conjuntamente, poderiam fazer uma oferta para comprar o café a um preço *mais alto do que os preços correntes*. Poderiam fazê-lo pelo seu desejo de obter café ou mesmo pela sua convicção filantrópica contra a destruição de um artigo útil, ou alguma combinação de ambos os motivos. Em qualquer caso, se assim procedessem, impediriam que o cartel de produtores diminuísse a oferta para vender no mercado.

O boicote contra um preço mais alto, assim como também o aumento da demanda ao preço menor, modificariam a característica da curva de demanda, convertendo-a em elástica no atual nível de recursos, eliminando todo o incentivo para a formação de um cartel.

A consideração do cartel como algo contrário à moral ou que de certa maneira obstrui uma espécie de “soberania do consumidor” é, por conseguinte, totalmente infundada. Isto se confirma ainda no aparentemente “pior” dos casos, um cartel supostamente formado *somente* com objetivos “restritivos” e no qual, como consequência de um erro de previsão e do caráter perecível dos artigos, haverá efetivamente destruição desses artigos. Se os consumidores realmente querem evitar tal coisa, tudo o que devem fazer é modificar o seu perfil de demanda pelo produto, seja através de uma mudança efetiva em seu gosto pelo café, seja por uma combinação de boicote e filantropia. O fato de que em nenhuma circunstância se adote tal procedimento significa que os produtores ainda maximizam suas rendas monetárias pelo seu serviço ao consumidor – em sua intervenção cartelizada, tanto quanto em qualquer outro método de intervenção. Alguns leitores poderão objetar que, ao aumentar a demanda pelas dotações atuais, os consumidores estariam subornando os produtores, o que representaria uma extorsão injustificável. Mas esta acusação não se sustenta. Os produtores se guiam pelo objetivo de maximizar sua renda monetária; eles não estão extorquindo, mas simplesmente produzindo onde seus ganhos sejam os maiores, através de transações voluntárias entre produtores e consumidores. Há aqui tanta “extorsão” quanto no caso do trabalhador que deixa um emprego de salário baixo para assumir um cargo bem remunerado, ou do empresário que se dedica a um projeto por julgá-lo mais lucrativo que outro.

É preciso reconhecer que, uma vez cometido o erro, como no caso contemplado, o procedimento racional não consiste em se lamentar pelo passado, nem em tentar “recuperar” custos históricos, mas em retirar a melhor vantagem possível (*ceteris paribus*<sup>6</sup>, a maior quantidade de dinheiro) da situação. Reconhecemos isso em relação a bens de capital já produzidos que enfrentam uma queda na demanda pelo seu produto. Vimos que, no processo produtivo, a energia do trabalho atua sobre fatores naturais e produzidos para obter os artigos que os consumidores demandam com maior urgência. Já que o erro é algo inevitável, esse processo pode ser concluído acumulando considerável quantidade de bens de capital “inativos” em qualquer momento dado. De maneira semelhante, muitas terras ficarão inativas enquanto o fator trabalho encontrar tarefas mais proveitosas em outras terras. Para terminar, o café acumulado está “inativo” por causa de um erro de previsão e não deveria ser considerado mais criticável ou repreensível do que a “capacidade ociosa” referente a qualquer outro tipo de bem de capital.

---

<sup>6</sup> Expressão latina utilizada no sentido de “tudo o mais estando constante”.



Esta argumentação é tão aplicável a uma empresa individual, produtora de um artigo único e com demanda inelástica, quanto a um cartel de empresas. Uma empresa cujo produto tem demanda inelástica poderia também destruir individualmente parte de seu estoque de mercadoria depois de haver cometido um erro em suas previsões. Nossas críticas às doutrinas de “oposição ao preço de monopólio” e de soberania do consumidor são igualmente aplicáveis a este caso.

## **B. Cartéis, fusões e corporações**

Um argumento comum qualifica de *conluio* o que o cartel faz, ainda que uma empresa possa conseguir um “preço de monopólio” através de sua habilidade natural ou pelo entusiasmo do consumidor pelo seu produto particular, enquanto que o cartel de várias empresas supostamente se sustenta em um “conchavo” ou uma “conspiração”. No entanto, essas expressões não passam de termos emotivos, destinados a provocar uma reação desfavorável. Há na realidade uma *cooperação* para aumentar os rendimentos dos produtores. Qual é essencialmente a ação do cartel? Certa quantidade de produtores individuais decide reunir suas fortunas em um conjunto comum, e essa organização central unificada deverá tomar decisões quanto à produção e aos preços em nome de todos os proprietários para em seguida distribuir os retornos monetários entre eles. *Não é este o mesmo procedimento que segue qualquer forma de sociedade ou mesmo uma corporação, internamente? O que acontece quando se forma uma sociedade ou corporação? Os indivíduos concordam em reunir seus bens sob uma administração central, que deverá fixar as políticas a serem adotadas pelos proprietários e distribuir os retornos monetários entre eles. Em ambos os casos, a reunião de bens, o exercício da autoridade e a distribuição dos retornos obedecem a regras acordadas entre todos desde o princípio. Não há, portanto diferença essencial entre um cartel e uma sociedade ou corporação comum.* Pode-se objetar que as sociedades e corporações compreendem apenas *uma* empresa, enquanto o cartel inclui a totalidade de uma “indústria”, isto é, todas as empresas que produzem determinado artigo. Tal distinção, no entanto, não é necessariamente válida. Nada impede que várias empresas se recusem a integrar o cartel, enquanto uma única empresa pode muito bem ser “monopolista” na venda de sua mercadoria particular, com o que domina uma “indústria” inteira.

A semelhança entre a cooperação interna de uma sociedade ou corporação – não considerada, em geral, como repreensível – e a de um cartel se torna ainda mais evidente se observarmos o caso da *fusão* entre várias empresas. Fusões têm sido acusadas de “monopolistas”, mas não com tanta veemência quanto os cartéis. As empresas que se fundem reúnem seus bens de capital, e os donos das empresas individuais se convertem parcialmente em donos da nova empresa resultante. Eles irão decidir normas quanto à proporção com que serão convertidas as ações das diversas empresas. Caso as empresas em questão compreendam toda a indústria, a fusão é na verdade uma forma permanente de cartel. A única diferença entre uma fusão e a *formação original de uma única corporação* é que a fusão reúne bens de capital já existentes, enquanto que a corporação reúne ativos *monetários*. É evidente que, do ponto de vista econômico, a diferença é pouca. Uma fusão é um ato realizado por indivíduos, cada um com certa quantidade de bens de capital já produzidos, acomodando-se às condições atuais e à expectativa das condições futuras, reunindo aqueles bens para atuar em colaboração. A formação de uma nova companhia é uma acomodação à expectativa das condições futuras



(antes que qualquer investimento específico tenha sido feito em bens de capital) através da reunião de bens em cooperação. A semelhança essencial está em que se trata sempre de uma reunião voluntária de bens dentro de uma organização mais centralizada, com o propósito de aumentar os retornos monetários.

Os teóricos que atacam cartéis e monopólios não reconhecem a identidade das duas atividades que acabamos de analisar. O resultado é que se considera uma fusão menos repreensível do que um cartel e, individualmente, uma corporação, muito menos perigosa do que uma fusão. Contudo, uma fusão que abarque integralmente determinada indústria é, em seus efeitos, um cartel permanente, uma fusão e combinação permanentes. Por sua vez, um cartel que por acordo voluntário mantenha a identidade separada de cada empresa é por sua própria natureza um arranjo altamente transitório e efêmero, que, como veremos adiante, tende a desfazer-se no mercado. A realidade é que, em muitos casos, um cartel pode ser considerado simplesmente como um passo preliminar na direção de uma fusão permanente. Como vimos, não há diferença essencial entre uma fusão e a formação original de uma corporação. Aquela é uma adaptação do tamanho e do número de empresas em uma indústria a novas condições ou uma correção de previsões erradas. A corporação, por seu lado, consiste em uma tentativa inicial de adaptação às condições atuais e futuras do mercado.

### **C. A instabilidade do cartel**

A análise demonstra que o cartel é uma forma de operação inerentemente instável. Se a reunião dos ativos para um objetivo comum se provar proveitosa para cada um dos integrantes individuais do cartel, eles procederão formalmente a *fundir-se* em uma única grande empresa, com o que o cartel desaparecerá. Se, no entanto, a ação conjunta demonstrar não ser proveitosa para um ou mais integrantes, a empresa ou as empresas insatisfeitas se separarão do cartel e, como veremos em seguida, qualquer ato independente desta natureza quase sempre destrói o cartel. A forma cartel está, portanto, fadada a ser evanescente e instável em alto grau.

Se a ação conjunta é o procedimento mais eficaz e eficiente para cada um dos integrantes, logo deverá ocorrer uma fusão. O próprio fato de que cada uma das empresas que integra o cartel conserva sua independência potencial significa que a qualquer momento pode haver a separação. O cartel tem que decidir metas de produção total e quotas para cada empresa que o compõe. Isto tende a resultar em disputas acirradas entre as empresas acerca da atribuição das quotas, conforme cada um dos integrantes deseja uma participação maior. Toda quota básica que se atribui terá necessariamente que ser arbitrária e estará sempre sujeita a ser questionada por um ou mais integrantes. Em uma fusão, ou na formação de uma corporação, os acionistas, pela resolução da maioria, formam uma única organização tomadora de decisões. Já em um cartel, surgem disputas entre entidades com direitos de propriedade *independentes*.

Particularmente propensos à desobediência da ação conjunta imposta pelo cartel serão os produtores mais eficientes, desejosos de expandir seus negócios e não se ver constrangidos por limites ou quotas destinadas a proteger seus concorrentes menos eficientes. Claro está que serão as empresas mais eficientes as que provocarão a dissolução do cartel. Isto será cada



vez mais saliente à medida que o tempo passe e se modifiquem as condições que imperavam quando se formou o cartel. As quotas, os tratos arranjados de acordo com o interesse de cada um e que antes lhes pareciam tão plausíveis, mais tarde serão restrições intoleráveis, prejudicando as empresas mais eficientes e com isso o cartel não tardará a se desfazer. Uma vez que uma empresa saia do cartel, aumente sua produção e reduza os preços, as demais tenderão a segui-la.

Mesmo que a dissolução do cartel não venha de dentro, ela tanto é mais provável vindo de fora. Na medida em que o cartel proporciona inusitados lucros de monopólio, empresas e produtores fora deste mercado procurarão ingressar no ramo. O que ocorre é que os de fora rapidamente entrarão para tirar vantagem dos lucros elevados. Contudo, uma vez que se apresenta um forte concorrente ao cartel, este está perdido. Limitadas por quotas de produção, as empresas cartelizadas verão a expansão dos novos concorrentes lhes conquistar o mercado. O cartel, portanto não resistirá ao ingresso de novos concorrentes no mercado.

#### **D. Livre-concorrência e cartéis**

Existem outros argumentos de que os adversários dos cartéis se utilizam para desacreditá-los. Uma tese aponta para a perversidade do fato de empresas que antes eram concorrentes se unirem, por exemplo, “restringindo a concorrência” ou “restringindo o comércio”. Supõe-se que tais restrições prejudicam a liberdade de escolha do consumidor. Ora, como asseverou William Hutt<sup>7</sup>: “Os consumidores são livres, e a soberania dos consumidores é realizável, na medida em que exista a capacidade de substituir”.

Há, entretanto uma concepção profundamente equivocada do significado da liberdade. Robinson Crusó e Sexta-Feira barganhando em uma ilha deserta possuem pouca diversidade ou mesmo possibilidade de escolha; a capacidade de substituição lhes é severamente limitada. Ainda assim, se nenhum deles interfere na pessoa ou na propriedade do outro, cada um é absolutamente *livre*. Pretender o contrário seria incorrer no erro de confundir liberdade com abundância ou com diversidade de escolha. *Nenhum produtor individual é responsável pela capacidade de substituição dos outros indivíduos*. Nenhum cafeicultor ou produtor de aço, em sua ação individual ou conjunta, tem de responder a qualquer pessoa pelo fato de não haver produzido mais. Se o professor X ou o consumidor Y consideram que não há cafeicultores em número suficiente, ou que não é suficiente o que eles produzem, estes críticos têm perfeitamente a liberdade para se dedicar ao negócio do café ou do aço na forma que lhes parecer melhor, com o que aumentarão tanto o número de concorrentes quanto à quantidade do bem produzida.

Se a demanda do consumidor realmente justificasse a existência de mais concorrentes, produção maior ou maior diversidade de produtos, os empresários haveriam aproveitado a oportunidade de lucro satisfazendo tal demanda. Isto não estar ocorrendo em caso algum demonstra a inexistência de tal demanda de consumo insatisfeita. Se isto é verdade, devemos concluir que *nenhuma ação humana pode melhorar a satisfação da demanda do consumidor em maior medida do que é realizado pela atuação livre de entraves do mercado*. A confusão entre liberdade e abundância se origina em um erro de distinção entre as *condições que a*

---

<sup>7</sup> William Harold Hutt (1899-1988), economista inglês identificado com a Escola Austríaca de economia.



*natureza oferece e as ações humanas destinadas a transformar a natureza.* Em um estado de natureza selvagem não existe abundância; na verdade, se há alguns bens, são poucos. Crusoé se encontra em completa *liberdade*, e, no entanto à beira da inanição. É claro, seria mais agradável a todos se as condições oferecidas pela natureza significassem abundância muito maior, mas não nos deixemos levar por estas fantasias. Confrontado com a natureza, é esse o melhor dos mundos *possíveis*, posto que seja o *único* mundo possível. A condição do homem é tal que ele deve trabalhar dentro das condições naturais dadas e melhorá-las através da ação humana. A *“liberdade para morrer de fome”* é consequência da natureza, e não do livre mercado.

A ciência econômica demonstra que os indivíduos que entram em relações mútuas em um mercado livre dentro de uma sociedade livre – e somente em tais relações – podem atingir a abundância tanto para si quanto para a sociedade por inteiro. (No presente trabalho o termo “liberdade” sempre é empregado no sentido impessoal de não ser incomodado por outras pessoas.) O uso da palavra “liberdade” como se fosse equivalente à abundância dificulta a compreensão destas verdades.

No mundo da produção, o mercado livre pode se qualificar como de “livre concorrência” ou “livre entrada”, para significar que em uma sociedade livre todos têm liberdade para competir e produzir no terreno de sua escolha. “Livre concorrência” é a aplicação da liberdade à esfera da produção: a liberdade de comprar, vender e transformar os próprios bens sem intervenção violenta de nenhum poder externo.

Vimos que, em um regime de livre concorrência, a satisfação dos consumidores tende a maximizar-se dentro das condições naturais existentes. Aqueles que fazem melhor suas previsões tenderão a tornar-se os empresários dominantes, e se alguém descobre uma oportunidade não aproveitada, está livre para tirar vantagem de sua visão mais aguçada. O regime que tende a maximizar a satisfação do consumidor não é, portanto, o da “pura concorrência” ou “concorrência perfeita” ou o da “concorrência sem cartéis”, nem qualquer outra coisa que não seja simplesmente a *liberdade econômica*.

Alguns críticos clamam que não existe “verdadeira” liberdade de entrada ou de concorrência em um sistema de livre mercado. Pois como pode alguém competir ou ingressar em determinada esfera da produção se são necessárias enormes quantidades de dinheiro para constituir fábricas e empresas eficientes? É fácil ter “entrada” na “indústria” dos carrinhos de mão, que requer tão pouco capital; mas é quase impossível estabelecer uma nova fábrica de automóveis, com as elevadas inversões de capital necessárias para tanto.

Este argumento não passa de uma nova variante da confusão onipresente entre liberdade e abundância. Neste caso, a abundância se refere ao capital em dinheiro que uma pessoa foi capaz de acumular. Todo homem possui completa liberdade para se tornar um jogador de futebol, mas tal liberdade não implica que ele será um jogador tão bom quanto qualquer outro. Os limites da capacidade de ação do homem dependem de sua habilidade e do valor de troca de suas propriedades. É algo completamente diferente de sua liberdade. Como já vimos, em longo prazo, a sociedade livre conduz à abundância geral, e a liberdade é condição necessária para que tal abundância seja concretizada. Ambas as coisas, no entanto devem



permanecer conceitualmente distintas, evitando as confusões possíveis das expressões como “liberdade verdadeira” ou “liberdade real”. Por conseguinte, o fato de que todos sejam *livres* para ingressar em uma indústria não significa que todos sejam *capazes* de fazê-lo, seja quanto às suas qualidades pessoais, seja quanto ao capital monetário. Nas indústrias que requerem mais capital haverá menos indivíduos em condições de aproveitar sua liberdade de abrir uma nova empresa do que nas indústrias que requerem menos capital. Do mesmo modo, são menos os trabalhadores em condições de exercer sua liberdade de assumir postos altamente especializados do que em relação aos postos que exigem capacitação menor. Não há, portanto, nada de misterioso em nenhuma das duas situações.

Na realidade, a falta de capacidade é muito mais relevante no caso dos trabalhadores do que no da concorrência empresarial. O que são os dispositivos modernos tais como as corporações, senão meios para reunir o capital de pessoas de maior ou menor riqueza? A “dificuldade” de investir em uma nova empresa de automóveis não deve ser considerada em relação aos milhões de dólares necessários para o investimento total, mas aos cinquenta e poucos dólares necessários para a compra de uma ação. Mas enquanto o capital pode ser reunido, desde suas unidades menores, a habilidade de trabalho jamais pode ser reunida.

Há casos nos quais a argumentação chega a extremos absurdos. Por exemplo, frequentemente se afirma que hoje, em nosso mundo moderno, as empresas são tão grandes que as novas pessoas não podem entrar na concorrência ou se dedicar à indústria, porque lhes é impossível conseguir o capital necessário. Estes críticos não enxergam que o conjunto de capitais e riquezas dos indivíduos se elevou junto com o aumento da quantidade de riqueza necessária para lançar uma nova empresa. Na verdade, são duas faces da mesma moeda. Não há razão alguma para supor que fosse mais fácil conseguir o capital requerido para abrir uma nova mercearia séculos atrás do que é hoje a obtenção de capital para uma empresa de automóveis. Se há capital suficiente para o financiamento das grandes empresas hoje existente, tem de haver capital para financiar uma a mais; na verdade, o capital que se encontra nas grandes empresas existentes poderia ser retirado e transferido para outras novas. É claro que, se a nova empresa não produz lucros, não sendo, portanto útil aos seus consumidores, é fácil ver por que no livre mercado há relutância em embarcar nesta empreitada.

Ninguém deveria se surpreender que no mercado haja desigualdades de habilidade e de rendimento monetário. Como vimos, os homens não são “iguais” em seus gostos, interesses, habilidades e localizações. Os recursos não estão “igualmente” distribuídos pela Terra. Essa desigualdade ou diversidade de habilidades e de distribuição de recursos determina no livre mercado a desigualdade de rendimentos. E já que os bens monetários de um homem provêm da sua habilidade e da habilidade de seus antepassados de prestar serviço aos consumidores dentro do mercado, não há nada de surpreendente em haver também a desigualdade de *riqueza* monetária.

A expressão “livre concorrência” será, portanto dúbia a menos que seja interpretada como liberdade de ação, isto é, liberdade para competir ou não, de acordo com a vontade do indivíduo.



Deve estar claro a partir do precedente que não há nada que seja particularmente repreensível ou contrário à liberdade do consumidor no estabelecimento de um “preço de monopólio”, nem na atuação de um cartel. A atividade do cartel, quando voluntária, não pode prejudicar a liberdade de competir e, se for proveitosa, não prejudica, mas *beneficia* os consumidores. Encontra-se em perfeita consonância com a existência de uma sociedade livre, com a própria soberania individual e com a remuneração monetária aos serviços prestados aos consumidores.

A essa conclusão chega de forma brilhante Benjamin R. Tucker<sup>8</sup> quando trata do problema dos cartéis e da concorrência:

“O direito de cooperar é tão inquestionável quanto o direito de competir; o direito de competir inclui o direito de abster-se de competir; frequentemente a cooperação é uma maneira de competir, e a concorrência, em um ponto de vista mais amplo, é um método de cooperar. [...] Ambos direitos constituem um exercício da vontade individual, legítimo, ordenado e não invasivo, dentro da lei social de igualdade na liberdade. [...]

À luz destas proposições irrefutáveis, o truste, como toda outra combinação industrial para realizar em conjunto o que todo integrante poderia esforçar-se para realizar individualmente, é *per se* uma instituição inobjetable. O ataque, o controle ou a interdição dessa forma de cooperação, baseado no argumento de que ela impede a concorrência é em si absurdo. É absurdo porque prova em demasia. *O truste não é uma negação da concorrência em nenhum outro sentido que não seja aquele em que a concorrência nega a si mesma* [grifos nossos]. O truste nega a concorrência somente pelo fato de que produz ou vende mais barato do que podem fazer aqueles que se encontram fora dele; mas neste sentido todo competidor individual que obtém êxito também nega a concorrência. [...] A verdade é que existe uma negação da concorrência a que todos têm direito, e que há outra negação da concorrência a que ninguém tem direito. Todos nós, dentro ou fora de um truste, temos o direito de impedir a concorrência ao competirmos, mas ninguém, dentro ou fora de um truste, tem direito a impedir a concorrência por meio de um decreto arbitrário, por interferência no esforço voluntário, pela supressão forçada da iniciativa.”

Isto não quer dizer, é claro, que a cooperação conjunta ou que as combinações sejam necessariamente “melhores do que” a concorrência entre as empresas. Simplesmente chegamos à conclusão de que a extensão relativa das áreas *dentro* das empresas ou *entre* elas, em livre mercado, estará precisamente na proporção que mais resulte em bem-estar, tanto para os consumidores quanto para os produtores. Esta conclusão é igual à conclusão anterior de que a dimensão de uma empresa tende a ser estabelecida no nível que melhor serve aos consumidores.

#### **E. O problema de um único grande cartel**

O mito do cartel nocivo tem grande apoio na imagem aterradora de “um único grande cartel”. “Tudo isto está muito bem”, poderiam nos dizer, “mas suponhamos que todas as empresas de um país se misturem ou se cartelizem dentro de ‘um único grande cartel’”. Quantos horrores não serão produzidos?”

Podemos responder a esta pergunta com base no que dissemos anteriormente, quando vimos que o mercado livre põe limites definidos e efetivos à dimensão da empresa; os limites relativos à possibilidade de calcular no mercado. De forma a calcular ganhos ou perdas em

---

<sup>8</sup> Benjamin Tucker (1854-1939) foi o principal defensor americano do anarquismo individualista. “Se o indivíduo tem o direito de governar a si mesmo, todo governo externo é tirania”.



cada ramo, uma empresa deve poder referir suas operações internas a *mercados externos* para *cada um* de seus vários fatores e produtos intermediários. Quando um destes mercados externos desaparece, porque todos foram absorvidos *dentro* de uma única firma, a calculabilidade se perde, e não há maneira de a empresa racionalmente alocar fatores para aquela área. Quanto mais estes limites se estreitam, maior será a esfera da irracionalidade, e mais difícil será evitar prejuízos. Um único grande cartel não seria absolutamente capaz de alocar bens de produção e por isso não poderia evitar volumosas perdas. Consequentemente, jamais conseguiria ser realmente estabelecido e, se tentado, rapidamente se desmantelaria.

Na esfera da produção, o socialismo é equivalente a “um único grande cartel”, compulsoriamente organizado e controlado pelo Estado. Aqueles que defendem o “planejamento central” socialista como o método mais eficiente de produção para o consumidor devem responder à questão: Se este planejamento central é efetivamente mais eficiente, por que não foi estabelecido pelos indivíduos buscando lucro no livre mercado? O fato de que “um único grande cartel” jamais se formou voluntariamente e que necessita da força coerciva do Estado para se formar demonstra que não pode ser o método mais eficiente de satisfazer os desejos do consumidor.

Suponhamos por um momento que “um único grande cartel” pudesse ser estabelecido em livre mercado e que não houvesse o problema da calculabilidade. Quais seriam suas consequências econômicas? Poderia o cartel “explorar” alguém? Em primeiro lugar, os consumidores não poderiam ser “explorados”, porque suas curvas de demanda continuariam a ser elásticas ou inelásticas conforme o caso. Já que estas curvas, como veremos depois, em relação a uma empresa são sempre elásticas acima do preço de equilíbrio de mercado, se deduz que o cartel não poderá elevar os preços nem aumentar seus lucros à custa dos consumidores.

E quanto aos fatores? Não poderiam seus proprietários ser explorados pelo cartel? Em primeiro lugar, para que o cartel universal fosse efetivo, precisaria incluir os proprietários de terra; caso contrário, quaisquer ganhos auferidos poderiam ser imputados a terra. Para afirmá-lo em seus termos mais agudos, poderia um cartel universal de *todas as terras e bens de capital* “explorar” os trabalhadores ao sistematicamente pagar-lhes menos do que o valor descontado do seu produto marginal? Não poderiam os membros do cartel concordar em pagar uma soma extremamente reduzida aos trabalhadores? Se isto acontecesse, no entanto, seriam criadas grandes oportunidades para empreendedores iniciarem atividades fora do cartel ou mesmo sair do cartel e auferir lucros contratando trabalhadores a um salário maior. Tal concorrência teria o efeito de (a) quebrar o cartel universal e (b) renovar a tendência a remunerar o trabalho pelo valor descontado de seu produto marginal. Enquanto houver livre concorrência, sem entraves e restrições governamentais, não há cartel universal que possa explorar os trabalhadores nem continuar sendo universal em nenhum período.

Responda às seguintes perguntas:

1. Os cartéis:
  - a) Quando empresas individuais decidem se fundir, isso é um ato ilegal? É um ato “justo”?





- b) Por que é muito difícil que um cartel prospere? Que ameaças internas e externas possui?
2. Compra de companhias:
  - a) A compra de companhias é ruim?
  - b) É ruim que uma companhia compre as empresas de todos os concorrentes em sua indústria?

Leia o seguinte trecho e responda às perguntas abaixo:

Suponha que um monopólio seja formado, como era a U.S. Steel, por financistas que compram muitas das empresas existentes. Suponha também que não existe aqui uma questão de monopólio natural; que uma firma muito menor do que o novo monstro poderia produzir com a mesma eficiência, senão maior. Frequentemente ouvimos que a grande empresa irá ainda assim ser capaz de alcançar e de manter o controle da indústria inteira. Este argumento, como muitos outros, se baseia na falsa analogia entre a competição em mercado e a batalha onde o mais forte vencerá.

Suponha que o monopólio começa com 99% do mercado e que um único concorrente detém o 1% restante. Para deixar as coisas mais dramáticas, deixe que eu faça o papel do competidor. Diz-se que o monopólio, sendo maior e mais poderoso, poderá facilmente me fazer sair do negócio.

Para fazê-lo, o monopólio precisa cortar seu preço a um ponto em que eu estarei perdendo dinheiro. Mas como o monopólio não é mais eficiente do que eu próprio, estará perdendo tanto dinheiro quanto eu *por unidade vendida*. Seus recursos podem ser 99 vezes maiores do que os meus, mas isto também quer dizer que perderá dinheiro 99 vezes mais rápido do que eu.

O monopólio está na verdade pior do que isso. Para me forçar a baixar meus preços, o monopólio precisará vender a quem quer que deseje comprar; do contrário os consumidores não atendidos irão comprar comigo pelo preço antigo. Como no novo nível de preços os consumidores desejam comprar mais do que antes, o monopolista precisa expandir sua produção, perdendo com isso ainda mais dinheiro. Se o bem que produzimos pode ser estocado, a antecipação dos aumentos de preço futuros (quando a guerra de preços terminar) incrementará a demanda atual ainda mais.

1. Por que comprar companhias e subir o preço do produto a vender não gera um monopólio?
2. Quais são as desvantagens para o empresário ao tentar subir os preços?
3. Você acredita que a concorrência em livre mercado poderia solucionar este problema? Justifique.

**Discussão N° 3:** No Brasil, um exemplo de monopólio coercivo ocorre na exploração de petróleo, que era exclusivamente feita pela Petrobrás até 1997.



A partir de 1995, uma emenda na Constituição Federal flexibilizou esse monopólio, admitindo que a União pode contratar empresas estatais ou privadas para realizar atividades econômicas objeto de monopólio (pesquisa, lavra, refino, importação exportação e transporte), observadas as condições estabelecidas em lei.



Com base nos conceitos que acabamos de ver, quais as consequências que esse monopólio pode trazer para o consumidor brasileiro? E para o produtor brasileiro? Mas então, qual o resultado final?

**Leitura N°3:** “Concorrência desleal”, de Murray Rothbard

## CONCORRÊNCIA DESLEAL

*Murray Rothbard*

Um tema popular na literatura é a assim alegada concorrência desleal, também conhecida popularmente como “*dumping*”. Curiosamente, concorrência desleal, ou “excessiva”, é associada pelos críticos à obtenção de um preço de monopólio. A acusação normalmente é de que uma “grande” empresa, por exemplo, deliberadamente vende abaixo do preço mais lucrativo, por vezes até mesmo incorrendo em prejuízos. A empresa age desta maneira para forçar a concorrente a também baixar o seu preço. A empresa “mais forte”, com recursos de capital para suportar essas perdas, desta forma tira a empresa “mais fraca” do mercado e estabelece um monopólio.

Mas, em primeiro lugar, o que há de errado com esse monopólio? O que está errado com o fato de que a empresa mais eficiente em servir o consumidor se mantém no mercado, enquanto os consumidores se recusam a patrocinar a empresa ineficiente? Uma empresa sofrendo prejuízos significa que ela não é tão bem sucedida quanto outro em seu serviço aos desejos do consumidor. Os fatores então saem das empresas ineficientes e vão para as empresas eficientes. Uma empresa ir à falência não prejudica nenhum proprietário de nenhuma das fábricas que ela utiliza, mas apenas o empresário que fez cálculos errados em suas decisões de produção. Uma empresa sai do mercado precisamente porque sofre perdas empresariais, isto é, as receitas monetárias de suas vendas para os consumidores são menores do que o valor pago aos proprietários dos fatores. Mas esse valor tão expressivo teve de ser pago pelos fatores, isto é, os custos foram tão altos, porque esses fatores poderiam gerar esse valor se aplicados em outro lugar. Se este empresário não consegue empregar lucrativamente os fatores aos seus preços dados, a razão é que os proprietários dos fatores podem vender os seus serviços para outras empresas. Na medida em que os fatores sejam específicos para a empresa, e na medida em que os seus proprietários aceitam reduzir seus preços e



rendimentos conforme diminui o preço do produto da empresa, os custos monetários totais podem ser reduzidos e a empresa se manter em operação. Deste modo, a falência de empresas de negócios se deve unicamente a erros de previsão empresariais e à inabilidade empresarial de assegurar fatores de produção ao oferecer tratos melhores do que os das empresas mais bem-sucedidas em seu serviço ao consumidor. Por isso, a eliminação das empresas eficientes não pode prejudicar os proprietários dos fatores ou levar ao seu “desemprego”, pois seu fracasso se deveu precisamente às mais atraentes ofertas feitas pelas empresas concorrentes (ou, em alguns casos, às alternativas de lazer ou produção fora do mercado). Suas falências também beneficiam o consumidor ao transferir recursos de produtores que desperdiçam demais para produtores eficientes. São os empresários que, em grande medida, sofrem dos seus próprios erros, erros incorridos na adoção voluntária de certos riscos.

É curioso que os críticos da “competição desleal” são geralmente os mesmos que protestam contra o mercado subverter a “soberania do consumidor”. Pois vender um produto a preços muito baixos, mesmo que isso incorra em prejuízos no curto prazo, é um presente para os consumidores, e não há razão para que este presente seja desdenhado. Além disso, se os consumidores estivessem realmente indignados com essa forma de competição, eles arrogantemente se recusariam a aceitar esse presente e continuariam a patrocinar o supostamente “vitimizado” concorrente. Quando não o fazem e ao invés disso correm para adquirir as benesses, eles indicam sua perfeita aceitação do estado de coisas. Do ponto de vista da soberania do consumidor ou da soberania individual, não há absolutamente nada de errado com a “concorrência desleal”.

O único problema concebível é o habitual: que depois de a empresa haver expulsado todas as suas concorrentes do mercado com suas continuadas vendas a preços baixos, que então essa empresa monopolista irá restringir suas vendas e subir o preço a um preço de monopólio. Mesmo se aceitarmos por ora a tentação do conceito de preço de monopólio, essa situação não parece provável. Em primeiro lugar, há tempo suficiente para protestar *depois* que o preço de monopólio estiver estabelecido, especialmente dado que não podemos considerar “monopólios” como nocivos *per se*<sup>9</sup>. Em segundo lugar, uma empresa não será sempre capaz de impor um preço de monopólio. Em todos esses casos, incluindo (a) os em que nem todas as outras empresas na indústria podem ser expulsas do mercado, e (b) onde a curva de demanda é tal que não permite que o monopolista imponha um preço de monopólio, a “concorrência desleal” não passa de um presente sem maiores consequências.

A propósito, é absolutamente falso que as empresas *grandes* serão as mais fortes em uma “guerra de preços”. Frequentemente, dependendo das condições concretas, será a empresa menor, mais flexível, sem pesados investimentos a lhe restringir, que poderá “cortar custos” (particularmente quando os fatores forem mais específicos para ela, como a mão-de-obra da sua administração) e ganhar o mercado da empresa maior. Nesses casos, é claro, não haverá problema de preço de monopólio algum. O fato de que os pequenos camelôs por séculos

---

<sup>9</sup> Uma divertida ocorrência desse raciocínio foi este argumento pela cartelização legal compulsória feito por industriais da Alemanha Ocidental: “*Que a concorrência irrestrita iria produzir uma catástrofe, na qual as indústrias mais fortes iriam destruir as mais fracas e se estabelecer como monopólios*”. Criemos um monopólio *ineficiente* agora para evitar um monopólio *eficiente* depois!



foram excluídos através da violência governamental em favor de seus competidores mais ilustres e capitalizados comprova as possibilidades práticas dessa situação.<sup>10</sup>

Suponhamos, no entanto, que após esse longo e custoso processo, a empresa finalmente foi capaz de atingir o preço de monopólio através da “concorrência desleal”. O que impede que esses lucros de monopólio atraiam outros empresários que irão vender mais barato e auferir lucros para si mesmos? O que impede novas firmas de entrarem e baixarem o preço de volta para níveis competitivos? Irá a empresa voltar à “concorrência desleal” e aos prejuízos deliberados mais uma vez? Nesse caso, teremos consumidores recebendo presentes com mais frequência do que enfrentando preços de monopólio.<sup>11</sup>

O professor Leeman apontou que a empresa menor, expulsa pela “concorrência desleal”, pode simplesmente fechar as portas, esperar que a empresa grande imponha seu “preço de monopólio”, e então reabrir! Mesmo que a pequena empresa seja levada à falência, suas *instalações físicas* se mantêm intactas, e podem ser compradas por um novo empresário a preços baixos. Como resultado, a nova empresa poderá produzir a um custo muito baixo e prejudicar a empresa “vitoriosa” consideravelmente. Para evitar esta ameaça, a grande empresa teria que adiar o aumento de preços por tempo demais para que aquelas instalações perdessem sua função.

Leeman também demonstrou que a grande firma não poderia manter fora do mercado novas e pequenas empresas meramente com a *ameaça* de concorrência desleal. Isso porque (a) as novas empresas provavelmente interpretarão o preço alto cobrado pelo “monopolista” como um sinal de ineficiência, ou seja, boa oportunidade para lucros; e (b) o “monopolista” só pode demonstrar seu poder satisfatoriamente ao *efetivamente* vender a preços baixos por longos períodos de tempo. Portanto, apenas ao manter seus preços baixos e seus custos reduzidos, isto é, ao *não* cobrar um preço de monopólio, pode a empresa “vitoriosa” manter seus potenciais rivais fora do mercado. Mas isso significa que a concorrência desleal, longe de levar ao preço de monopólio, foi unicamente um presente para os consumidores e um grande prejuízo para a empresa “vitoriosa”.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> E quanto ao supostamente vasto “poder financeiro” das grandes empresas, que as torna imunes aos custos? Em um brilhante artigo, o professor Wayne Leeman ressaltou que uma empresa maior também terá maior volume e portanto maiores perdas ao vender abaixo do custo. O que é relevante, portanto, não é o tamanho *absoluto* dos recursos financeiros das empresas concorrentes, mas o tamanho dos seus recursos em relação ao volume de suas vendas e despesas. Com isso a coisa muda drasticamente de figura.

<sup>11</sup> Após investigar as condições do mercado varejista de gasolina (que é particularmente sujeito à alegação de “concorrência desleal”), um economista declarou: “Algumas pessoas pensam que os líderes do mercado por vezes reduzem seus preços para expulsar os concorrentes do mercado, de forma a desfrutarem posteriormente de monopólios. Mas, como um empresário bem afirmou, “*isso seria como tentar afastar o oceano para conseguir um lugar seco para sentar...*” Os concorrentes nunca se intimidam, nunca hesitam por muito tempo, e entram no mercado assim que os preços são restaurados, deixando pouco espaço para que uma empresa recomponha seus prejuízos”. (Harold Fleming, 1953)

<sup>12</sup> Como um empresário da indústria petrolífera explicou a Leeman; “Nós investimos demais nessas instalações e equipamentos para querer atrair a concorrência para baixo de um guarda-chuva de preços altos”.



Mas e quanto a um problema comum colocado pelos críticos da concorrência desleal? A grande empresa não pode impedir a entrada de empresas pequenas e eficientes ao simplesmente comprar as instalações rivais e colocá-las fora de funcionamento? Talvez um curto período de preços desleais convença a nova firma pequena da vantagem de ser vendida e permita ao monopolista evitar os longos períodos de prejuízos mencionados.

Ninguém parece perceber, no entanto, os altos custos que essa compra envolve. Leeman ressalta que a pequena empresa realmente eficiente pode pedir um preço tão alto pelos seus ativos que faça o procedimento proibitivamente custoso. Além disso, qualquer tentativa futura da grande empresa de recuperar suas perdas cobrando o preço de monopólio irá apenas convidar novas empresas a entrar no mercado e repetir os custos do processo de compra novamente. Comprar a concorrência, então, será ainda mais custoso do que a simples concorrência desleal, que já vimos não ser lucrativa.<sup>13 14</sup>

Um último argumento contra as doutrinas da “concorrência desleal” é de que *é impossível determinar se ela está ocorrendo ou não*. O fato de que um monopólio possa ocorrer em seguida nem sequer estabelece seu motivo e certamente não é *critério* algum sobre concorrência desleal. Um critério proposto foi o de vender “abaixo dos custos”, ou, mais convincentemente, abaixo do que usualmente se chamam os “custos variáveis”, as despesas no uso dos fatores de produção descontando o investimento fixo nas instalações. Mas isto tampouco é critério algum. Como já declaramos, *não existem custos* (exceção feita à especulação sobre preços futuros) *depois que o lote foi produzido*. Os custos se dão no curso das decisões de produção – a cada etapa em que são feitos investimentos (dinheiro e esforço) em fatores. As alocações, as oportunidades perdidas, se dão a cada etapa em que decisões sobre investimento futuro precisam ser tomadas e compromissos firmados. Depois que o lote já foi produzido, no entanto (e se não houver expectativas de aumentos de preço), a venda é *sem custo*, pois não há nenhuma vantagem perdida em vender o produto (os custos da realização da venda considerados aqui como insignificantes por simplificação). Deste modo, o lote tenderá a ser vendido a qualquer que seja o preço que se consiga. Portanto, simplesmente não existe “vender abaixo dos custos” em relação a lotes já produzidos. A redução de preço pode perfeitamente ser por incapacidade de vender o lote por um preço acima daquele da “concorrência desleal”, e é impossível para um observador separar os dois elementos.

---

<sup>13</sup> Leeman ressalta, em uma refutação surpreendente de um dos maiores mitos da nossa época, que isto é *precisamente* o que aconteceu com John D. Rockefeller. De acordo com uma visão amplamente aceita, ele enfraquecia os concorrentes pequenos no mercado de petróleo através de um período de intensa guerra de preços, depois comprava-os por uma bagatela, e então aumentava seus preços para reaver os prejuízos. Na verdade, o processo de enfraquecimento não funcionava, pois Rockefeller normalmente acabava pagando tão caro que os concorrentes, frequentemente violando promessas feitas, logo construíam novas instalações, esperando mais uma vez conseguir a “recompensa” de seu benfeitor. Após algum tempo Rockefeller se cansou de pagar esses “subornos” e chegou à conclusão de que o melhor jeito para manter a posição dominante que desejava era de manter as margens de lucro pequenas todo o tempo.

<sup>14</sup> Leeman conclui, corretamente, que grandes firmas, e não as pequenas, dominam muitos mercados *não* devido a concorrência desleal vitoriosa e preços de monopólio, mas por tirarem vantagem dos baixos custos da produção em larga escala, e ao manter os preços baixos temendo tanto rivais existentes quanto *rivais potenciais*.



Perguntas:

1. É incorreto que uma empresa realize *dumping*? Como isso impactaria os consumidores?
2. Que diferença você vê entre um monopólio legal (beneficiado pelo governo) e um monopólio que chegou ao seu estado monopolista por oferecer produtos de qualidade a preços baixos?
3. Leia o seguinte extrato:

“Foi frequentemente afirmado que Rockefeller utilizou táticas como essa para construir a Standard Oil, mas há pouca ou nenhuma evidência que sustentem este pleito. Dirigentes da Standard Oil eventualmente tentaram utilizar a *ameaça* de um corte de preços e do início de uma guerra de preços para persuadir os concorrentes a manterem baixos níveis de produção e altos preços. Mas os concorrentes compreendiam a lógica da situação”.

Você acredita que realizar *dumping* é uma garantia para estabelecer um monopólio? Por que a estratégia da Standard Oil não funcionou?
4. Imagine dois países: o país A e o país B. Imagine que ocorra um terremoto prejudicando a indústria automotiva em ambos os países. O governo do país A decide intervir e criar subsídios para as empresas automotivas. O governo do país B decide deixar o mercado atuar. O que acontecerá em cada caso?

**Discussão N°4: “O monopólio de Obelix” (10 minutos)**

INSTITUTO

O MONOPÓLIO DE OBELIX

Millenium

Na história em quadrinhos “Asterix”, ambientada no ano 50 antes de Cristo, uma aldeia na Gália (noroeste da França) resiste aos avanços do Império Romano. Apesar das muitas tentativas romanas de conquistar a aldeia, eles nunca alcançam o sucesso. Isto acontece porque os “irredutíveis” habitantes da aldeia gaulesa tomam uma poção mágica preparada por seu druida Panoramix que os torna praticamente invencíveis.

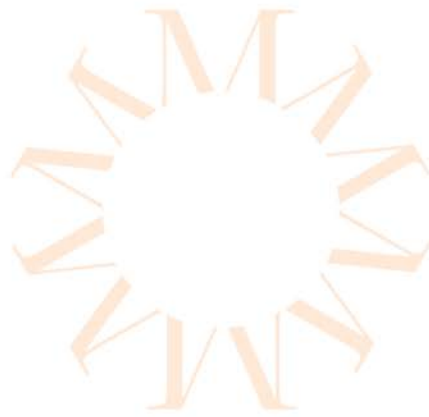
Um dos habitantes da aldeia gaulesa, Obelix, quando pequeno caiu dentro do caldeirão do druida adquirindo força sobre-humana para toda a vida. Por esta razão, Obelix se dedica a esculpir menires, pedras gigantes que se utilizava como monumentos ou para honrar os mortos.

Obelix, ao possuir permanentemente uma força sobre-humana, é capaz de transportar e de vender os pesados menires com suas próprias mãos; este é o seu negócio. Obelix possui na verdade o monopólio dos menires, e ao dar-se conta disso, decide subir os preços, pouco a pouco. Logo Obelix está ganhando rios de dinheiro. No entanto, Asterix, seu melhor amigo, se sente incomodado pela prática do amigo, e decide distribuir a poção mágica entre todos os habitantes da aldeia para que também elaborem menires e os vendam. Deste modo, Obelix subitamente se descobre frente a uma concorrência feroz dentro da aldeia, perdendo assim o monopólio.



1. O que você acha que aconteceu com os preços dos menires, uma vez introduzida a concorrência?
2. Você acha que Obelix pode obter alguma vantagem sobre seus competidores por estar há mais tempo no negócio dos menires?

INSTITUTO



Millenium