Microeconomia

9. Comportamento monopolista

Licenciaturas em Gestão e em Gestão de Marketing

Luís Clemente-Casinhas

https://luisclementecasinhas.org/

ISCTE-IUL - Departamento de Economia

16 de Novembro, 2026

Por que existem monopólios?

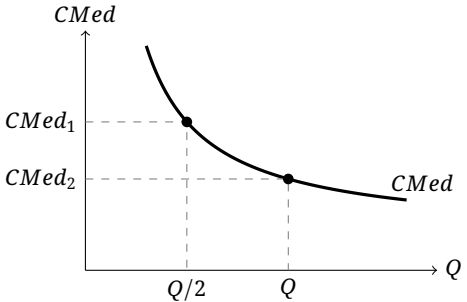
- O monopólio pode gerar uma perda de eficiência, mas existem características dos mercados que favorecem a concentração da produção numa única empresa.
- Entre as principais explicações encontram-se:
  - Economias de escala e monopólios naturais.
  - Economias de rede.
  - Barreiras à entrada, legais ou económicas.
- A existência de um monopólio não significa necessariamente que a concentração da produção seja indesejável, mas o exercício do poder de mercado pode justificar a intervenção pública.

Economias de escala e monopólio natural

- As economias de escala verificam-se quando o aumento da escala de produção reduz o custo médio de longo prazo.
- Designa-se por monopólio natural uma situação em que uma única empresa satisfaz a procura do mercado a um custo total inferior ao de várias empresas (por exemplo, distribuição de água).
- A existência de economias de escala não implica necessariamente um monopólio natural: é importante considerar a escala mínima eficiente relativamente à dimensão do mercado.

Economias de escala e monopólio natural

Representação gráfica



- Uma empresa que produz Q apresenta um custo médio inferior ao de cada uma de duas empresas que produzam $Q/2$.
- A concentração da produção permite reduzir os custos.
- Quando o custo médio diminui ao longo de toda a procura relevante, a existência de uma única empresa pode ser mais eficiente do ponto de vista produtivo.

Economias de escala e monopólio natural

Regulação do monopólio natural

- Regulação pelo custo marginal:
  - Permite atingir a quantidade socialmente eficiente.
  - A empresa regista prejuízos económicos e a sua viabilidade fica comprometida.
- Regulação pelo custo médio:
  - Permite cobrir os custos económicos da empresa.
  - Contudo, como $P > Cmg$, a quantidade continua a ser inferior à socialmente eficiente.
- Regulação pelo custo marginal com compensação pelos prejuízos resultantes dessa obrigação, através de um subsídio público.
  - Pode permitir atingir a quantidade socialmente eficiente.
  - Assegura a viabilidade da empresa.

Economias de rede

- Verificam-se quando o benefício que um consumidor obtém de um produto aumenta com o número de utilizadores desse produto ou de produtos compatíveis.
- Ao contrário das economias de escala, a vantagem da dimensão resulta do lado da procura, e não da redução dos custos médios de produção.
- A compatibilidade entre redes pode permitir a coexistência de várias empresas, mesmo na presença de efeitos de rede.

Barreiras à entrada

- Dificultam ou impedem a entrada de novas empresas, permitindo a manutenção de posições monopolistas.
- Incluem:
  - Patentes.
  - Licenças ou concessões governamentais.
  - Controlo de fatores de produção fundamentais.

Discriminação de preços

- Discriminação de preços: cobrar preços diferentes em função das características da procura.
- Pode permitir aumentar o lucro através da apropriação de uma parcela maior do excedente do consumidor.
- Condiçoes para discriminar preços:
  - Poder de mercado.
  - Heterogeneidade da procura.
  - Identificação ou autosseleção.
  - Dificuldade de arbitragem.
  - Ausência de restrições legais.

Discriminação de primeiro grau (perfeita)

- Ocorre quando a empresa cobra, por cada unidade vendida, o preço máximo que os consumidores estão dispostos a pagar.
- Como o preço das unidades anteriores não precisa de diminuir para vender unidades adicionais:

$$Rmg = P(Q)$$

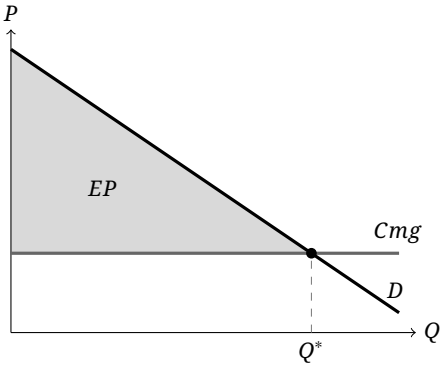
- A empresa maximiza o lucro produzindo até:

$$P(Q) = Cmg(Q)$$

- A quantidade produzida é socialmente eficiente, mas a totalidade do excedente é apropriada pelo produtor.

Discriminação de primeiro grau (perfeita)

Representação gráfica (simplificação para custo marginal constante)



- Cada unidade é vendida ao preço máximo que o comprador está disposto a pagar.
- A produção aumenta até ao ponto em que $P = Cmg$.
- Não existe carga excedentária.
- O excedente do consumidor é nulo e o produtor apropria-se do excedente total.

Discriminação de primeiro grau (perfeita)

Limitações e tarifas de duas partes

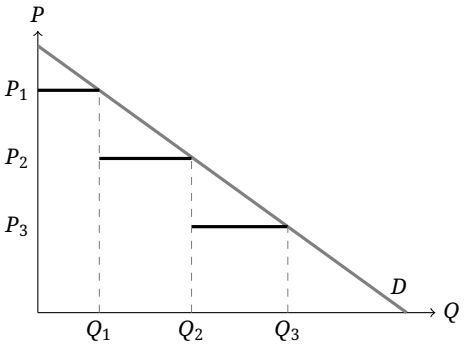
- Exige informação detalhada sobre a disposição a pagar de cada consumidor por cada unidade, que os consumidores têm incentivos para ocultar.
- Uma estratégia que pode aproximar-se deste resultado é a tarifa de duas partes:
  - Um pagamento fixo pelo acesso ao serviço.
  - Um preço por unidade consumida.
- Se o preço por unidade for igual ao custo marginal, o consumo pode ser eficiente.
- A componente fixa permite à empresa apropriar-se de parte do excedente do consumidor.

Discriminação de segundo grau

- O preço praticado depende da quantidade adquirida ou da modalidade de consumo escolhida.
- Autosseleção: os consumidores escolhem a opção que melhor corresponde às suas preferências.
- A discriminação de segundo grau pode aumentar a quantidade vendida e permitir à empresa apropriar-se de uma maior parcela do excedente do consumidor.

Discriminação de segundo grau

Representação gráfica



- As primeiras unidades são vendidas ao preço P_1.
- As unidades seguintes são vendidas a preços marginais progressivamente inferiores.
- Os descontos de quantidade incentivam a aquisição de unidades adicionais.
- A empresa consegue diferenciar os pagamentos sem identificar diretamente cada consumidor.

Discriminação de terceiro grau

- A empresa divide os consumidores em grupos identificáveis e cobra um preço diferente a cada grupo, visto que cada um apresenta uma curva da procura própria.
- Um monopolista que vende a dois grupos, A e B, com curvas da procura distintas, tem:

$$\pi = P_A(Q_A)Q_A + P_B(Q_B)Q_B - C(Q_A + Q_B)$$

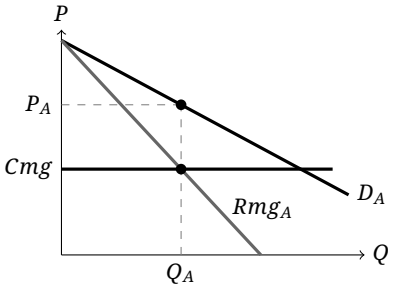
- A condição de maximização, para soluções interiores, é:

$$Rmg_A = Rmg_B = Cmg \qquad \Rightarrow \qquad P_A\left(1 - \frac{1}{|\varepsilon_A|}\right) = P_B\left(1 - \frac{1}{|\varepsilon_B|}\right) = Cmg$$

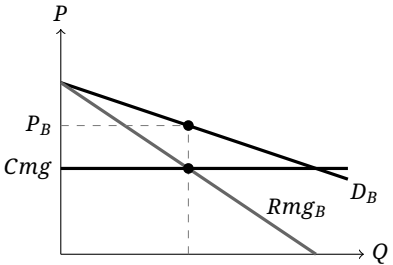
Discriminação de terceiro grau

Representação gráfica

Mercado A: procura menos elástica



Mercado B: procura mais elástica



$$p_A > p_B$$

Outras estratégias de diferenciação de preços

- As empresas podem utilizar diferentes mecanismos para explorar diferenças na disposição a pagar dos consumidores.
  - Saldos e promoções.
  - Programas de fidelização.
  - Venda conjunta de produtos (*bundling*).
- Estas estratégias podem facilitar a segmentação da procura, embora nem todas as diferenças de preço constituam necessariamente discriminação de preços.

Discriminação de preços e bem-estar

- Os efeitos da discriminação de preços sobre a eficiência e o bem-estar dos consumidores dependem da forma de discriminação.
- Quando permite realizar transações adicionais cujo benefício marginal excede o custo marginal, pode reduzir a perda de eficiência.
- Contudo, pode também limitar-se a transferir excedente dos consumidores para o produtor, sem aumentar a quantidade produzida.
- A avaliação económica exige, por isso, distinguir:
  - Eficiência na afetação dos recursos.
  - Excedente total.
  - Distribuição dos ganhos entre consumidores e produtores.