

Da concorrência perfeita e imperfeita.

Andréa de Oliveira PELEGRINI¹
Isadora Ceolin BAÍS²

RESUMO: As formas de concorrência, perfeita e imperfeita, esta última que se reúne em três conjuntos, sendo eles monopólio, oligopólio, e concorrência monopolística. Um breve estudo sobre estes será tratado no decorrer do artigo.

Palavras-chave: Concorrência perfeita. Concorrência imperfeita. Monopólio. Oligopólio. Concorrência Monopolística.

1 INTRODUÇÃO

No direito empresarial não é apenas o empresário que deve ser estudado, mas sim toda a atividade empresarial, como um todo. Nesse presente artigo, falaremos sobre o que move as empresas, o que estipula os preços dos produtos e o que leva estas a entrar em determinados mercados, sendo todas esses tópicos reunidos em uma só palavra: concorrência.

Podendo ser perfeita ou imperfeita, sendo pouco conhecida, mas de enorme impacto para a atividade econômica.

2 O QUE É CONCORRÊNCIA

A concorrência é a disputa de várias empresas que atuam no mesmo segmento, para poder chamar a atenção do cliente e assim obter o lucro.

¹Discente do 2º ano do curso de direito do Centro Universitário Antônio Eufrásio de Toledo Presidente Prudente. andreapelegrini@toledoprudente.edu.br

²Discente do 2º ano do curso de direito do Centro Universitário Antônio Eufrásio de Toledo Presidente Prudente.
isadora_bais@toledoprudente.edu.br

Podemos dizer que a concorrência é uma forma de impulso, aonde os empreendedores buscam superar a rivalidade, aproveitando oportunidades de lucros antes dos demais.

Marcus Elidius Micheli de Almeida explica a importância e cuidados que devem ser considerados sobre a concorrência:

“Um pressuposto que se deve firmar antes mesmo de qualquer outra ponderação sobre o tema, e que a concorrência é salutar, bem como é protegida pelo ordenamento jurídico brasileiro, e visa, com isso o benefício do direito do consumidor. O que não se pode admitir, é, em favor dessa livre concorrência, utilizar-se de meios fraudulentos e desleais, em detrimento daqueles que efetivamente detêm um direito (privilégio).”

2.1 CONCORRÊNCIA PERFEITA

A concorrência perfeita ocorre quando há um número grande de empresas que comercializam seus produtos e/ou serviços para uma grande parcela de consumidores.

Nessa modalidade, nenhuma empresa sozinha pode influenciar no preço de mercado. As firmas produtoras e os consumidores quem determinarão a quantidade e preço a serem seguidos por todos nesse setor.

Fabiano Del Masso (2012, p. 213) nos dá as características dessa concorrência:

“A concorrência perfeita tem as seguintes características: a) tanto do lado da demanda quanto da oferta, existe um grande número de sujeitos econômicos em ação, e nenhum deles pode, sozinho, alterar o volume global da produção, o preço do produto ou qualquer outro dado; b) o produto produzido por qualquer agente é igual a de outro concorrente, de modo que o consumidor não tem motivos para preferir uma mercadoria em vez de outra; c) não há qualquer empecilho à entrada de novos agentes produtores no mercado; d) consumidores e produtores tem conhecimento de que está ocorrendo no mercado; e os fatores de produção podem deslocar-se, livremente, de um para o outro setor”.

Para exemplificar, imaginemos um produtor agrícola do ramo de frutas (maçã, banana, laranja, etc.), ele sozinho não consegue definir o preço de comércio, é, então, obrigado a aceitar o preço imposto pelo mercado.

Observemos que o conceito geral de concorrência e o de concorrência perfeita são praticamente opostos, visto que, no geral concorrência é uma rivalidade, uma empresa querendo mais que a outra. E na segunda, temos uma situação estática, em que nenhum empreendedor compete, todos fazem absolutamente o mesmo.

3 CONCORRÊNCIA IMPERFEITA

Enquanto na concorrência perfeita nenhuma empresa tem o poder de influenciar o preço de mercado, na imperfeita pode sim, empresas deter o controle do preço no mercado de determinado bem.

O grau de influência sobre o preço a cerca do produto e/ou serviço depende de setor para setor, levando em conta sua influencia sobre o mercado de atuação.

Ou seja, o que diferencia é que na verdade na concorrência imperfeita os bens e serviços oferecidos não são exatamente iguais. Os ofertantes procuram apresentar características próprias, diferenciando os seus bens dos demais, criando uma certa “fidelidade” do consumidor, em relação ao outro concorrente.

Valendo-se de características “psicológicas” do consumidor, como imagem, propaganda entre outras coisas que influenciam a compra, o empreendedor pode aumentar o preço do seu produto e/ou serviço, se perceber que o mercado está disposto a pagar mais por isso.

3.1 ESPÉCIES DE CONCORRÊNCIA IMPERFEITA

Como dito anteriormente, uma situação de concorrência imperfeita corresponde a uma estrutura de mercado em que existe pelo menos uma empresa ou consumidor com poder suficiente para influenciar o preço.

São exemplos de concorrência imperfeita: monopólio, oligopólio, e concorrência monopolística.

3.2 MONOPÓLIO

O caso intenso de concorrência imperfeita é o monopólio, em que somente uma empresa opera no mercado (monopólio do grego: mono para um e polist para vendedor).

Paul A. Samuelson, Wiliam D. Nordhaus dissertam que:

“(...) Consiste em um único vendedor com o controle total sobre um ramo de atividade. Um monopolista é a única empresa produzindo no respectivo setor de atividade, não existindo outro setor que produza um substituto próximo. Além disso por enquanto, considere que o monopolista tem de vender tudo a um mesmo preço – não existe discriminação de preço.”

Segundo a doutrina, os monopólios atualmente são raros, e a maioria persiste em virtude de alguma força de regulação estatal.

Um exemplo de monopólio, é a Petrobrás no que atinge a exploração de petróleo no Brasil. Embora legalmente, seja possível que outras empresas explorem o petróleo no país, a Petrobrás é muito grande em relação as suas concorrentes.

Mas, mesmo assim os monopolistas devem ficar alerta em relação a possíveis concorrentes. Pois, deve ser ressaltado que o conceito real e completo de monopólio diz que esta estrutura de mercado ocorre quando há apenas uma empresa capaz de influenciar nos preços, e não que há somente uma empresa ofertante.

3.3 OLIGOPÓLIO:

O termo oligopólio significa “poucos vendedores”, que pode ser desde 2, 10 ou 15.

O oligopólio é um mercado ponderado por um número menor de empresas, de forma que cada uma tenha que considerar o comportamento e as reações das outras quando toma alguma decisão no mercado.

Cada empresa por si só pode induzir o preço de mercado, mas de maneira menos decisiva como no sistema do monopólio.

As típicas circunstâncias do aparecimento de mercados oligopolistas são a escala mínima de eficiência, e características da procura. Nesses mercados, existe ainda alguma concorrência, mas as quantidades produzidas são menores e os preços maiores que nos mercados concorrenciais, ainda que relativamente ao monopólio as quantidades sejam superiores e os preços menores.

Os oligopólios são mais comuns nos Estados Unidos, principalmente os de manufatura, transporte e telecomunicações.

Um efeito dessa espécie de concorrência imperfeita no mercado e que este pode permitir as empresas obtivessem lucros elevados a custos dos consumidores e do progresso econômico. O lucro pode ser a curto ou em longo prazo.

3.4 CONCORRENCIA MONOPOLISTICA

Equivale a um mercado onde várias pequenas empresas disputam o mesmo tipo de consumidor.

Em uma situação desse tipo, cada empresa possui algum poder de mercado para motivar o preço do seu próprio produto ou serviço.

Essa situação acontece normalmente no mercado de varejo.

Paul A. Samuelson, e Wiliam D. Nordhaus, afirmam que:

“Ela difere de concorrência perfeita pelo fato de os produtos vendidos, pelas varias empresas diferentes, não serem idênticos. Produtos diferentes são aqueles que as características importantes variam. Os computadores pessoais, por exemplo, possuem características diferenciadas, como velocidade, memória, disco rígido, modem, tamanho e peso. Como são diferenciados, os computadores podem ser vendidos por preços ligeiramente diferentes.”

Ou seja, essa modalidade de concorrência imperfeita possui duas características evidentes: a primeira é que embora cada empresa tenha um produto que possa ser substituto próximo dos demais, cada um apresenta uma característica própria, diferenciadora. E a segunda, é que são empresas de porte e concorrência semelhantes, o que vai limitar o controle sobre o preço.

4 CONCLUSÃO

Conclui-se que a concorrência perfeita é difícil de ser encontrada atualmente, mesmo sendo o ideal para o equilíbrio do comércio. Mas o conceito dessa espécie de concorrência é usado apenas de forma analítica, visto que como dito em ela “foge” da rivalidade, onde todos os empreendedores agem da mesma forma, tirando assim, o conceito de competição.

O que mais se aproxima de concorrência perfeita é a concorrência imperfeita monopolística, com a única diferença e que na segunda apesar dos produtos serem substituíveis, não são idênticos.

Sobre as outras formas de concorrência imperfeita, na qual é a que esta em nossa realidade, temos o monopólio e o oligopólio, que na prática verifica-se dispõe-se que comece na concorrência, passando logo depois por grande número de vendedores, até chegar ao caso do monopólio.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DE ALMEIDA, Marcus Elidius Micheli. **Propriedade Industrial frente a concorrência desleal**. In: Simão Filho Adalberto de LUCCA, Newton (Coord.). *Direito Empresarial Contemporâneo*. 2. Ed. São Paulo: Juarez de Oliveira, 2014.

SAMUELSON, Paul A. e NORDHAUS William D. **Economia**. MC Graw Hill -19^o Edição. 2010.

DEL MASSO, Fabiano. **Direito econômico esquematizado**. São Paulo: Método, 2012. 369 p. ISBN 978-85-309-3931-1

Estrutura de Mercado [<http://pt.scribd.com/doc/221662353/Estrutura-de-Mercado-pdf>]

CENTRO UNIVERSITÁRIO ANTONIO EUFRÁSIO DE TOLEDO PRUDENTE
Presidente Prudente, 2014.