

CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

ESDRAS FELIPE FELIX DE LIMA
LARISSA GABRIELA BANDEIRA DE OLIVEIRA
SAMYRA MONTEIRO BEZERRA

**OLIGOPÓLIO E A COMPETITIVIDADE DE
MERCADO: UMA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA**

RECIFE
2024

ESDRAS FELIPE FELIX DE LIMA

LARISSA GABRIELA BANDEIRA DE OLIVEIRA

SAMYRA MONTEIRO BEZERRA

OLIGOPÓLIO E A COMPETITIVIDADE DE MERCADO: UMA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado ao Centro Universitário Brasileiro -
UNIBRA, como requisito parcial para obtenção do
título de Bacharel(a) em Administração de
Empresas.

Professor Orientador: Dr. Jadson Freire Silva

RECIFE

2024

Ficha catalográfica elaborada pela
bibliotecária: Laís Cardoso, CRB-4/PE-1753/P.

L732o Lima, Esdras Felipe Felix de.
Oligopólio e a competitividade de mercado: uma revisão
bibliográfica / Esdras Felipe Felix de Lima, Larissa Gabriela
Bandeira de Oliveira, Samyra Monteiro Bezerra. - Recife: Edição do
Autor, 2024.
33 p. : il. color.

Orientador(a): Dr. Jadson Freire Silva.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Centro
Universitário Brasileiro – Unibra. Bacharelado em Administração,
2024.

Inclui Bibliografia.

1. Oligopólio. 2. Competitividade. 3. Teoria dos Jogos. I. Oliveira,
Larissa Gabriela Bandeira de. II. Bezerra, Samyra Monteiro. III.
Centro Universitário Brasileiro - Unibra. IV. Título.

CDU: 658

ESDRAS FELIPE FELIX DE LIMA
LARISSA GABRIELA BANDEIRA DE OLIVEIRA
SAMYRA MONTEIRO BEZERRA

OLIGOPÓLIO E A COMPETITIVIDADE DE MERCADO: UMA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado
ao Centro Universitário Brasileiro - UNIBRA, como
requisito parcial para obtenção do título de
Bacharel(a) em Administração de Empresas.

Prof. Dr. Jadson Freire da Silva (Orientador)
Centro Universitário Brasileiro (UNIBRA)

Prof. Dr. Bruno Melo Moura
Centro Universitário Brasileiro (UNIBRA)

Prof. Me. Jean Gama dos Passos
Centro Universitário Brasileiro (UNIBRA)

Recife, ____ de _____ de 2024.

NOTA: _____

DEDICATÓRIA

Dedicamos esse trabalho a Deus, cuja luz e conhecimento sempre nos orientaram em nossa trajetória. Agradecemos por cada obstáculo e vitória, pois temos certeza de que faziam parte do Seu plano.

AGRADECIMENTOS

Desejamos expressar nossa profunda gratidão a todos que colaboraram para a execução deste trabalho.

Primeiramente, agradecemos ao nosso bom Deus, que esteve conosco por todo o tempo durante a graduação.

Aos nossos familiares, que nos apoiaram e serviram de alicerce, proporcionando carinho e apoio em todas as circunstâncias. Sem sua contribuição, esta vitória não seria possível.

Agradecemos a todos os nossos professores e colegas do Centro Universitário Brasileiro, cuja partilha de conhecimentos e vivências enriqueceu nossa educação e nos auxiliou a vencer os obstáculos que encontramos.

Agradecemos em especial ao nosso orientador, Jadson Freire da Silva, por sua orientação, paciência e suporte durante todo o processo. As suas valiosas sugestões e observações foram cruciais para a evolução desse projeto.

“Eu sou contra essa ditadura do dinheiro, do lucro a qualquer preço, que desconsidera a cultura e as raízes de um povo.”

(Ariano Suassuna)

RESUMO

O presente estudo aborda as variadas formas de estruturas de mercado, tais como concorrência perfeita, monopólio, oligopólio e concorrência monopolista. O oligopólio, especificamente, é definido pela existência de poucas grandes corporações que controlam a oferta de produtos ou serviços. Esta configuração prejudica a competitividade, limitando a concorrência aberta e afetando diretamente os consumidores. Algumas práticas dessa estrutura podem levar à criação de cartéis e trustes, ações que manipulam o mercado em proveito das grandes empresas. O texto também discute a Teoria dos Jogos, proposta por John von Neumann e Oskar Morgenstern, e seu uso em mercados oligopolizados. A teoria é empregada para entender as interações estratégicas entre as empresas, evidenciando como as escolhas de uma empresa impactam diretamente as outras. O conceito de Equilíbrio de Nash, crucial nesta teoria, demonstra como as organizações se ajustam para maximizar seus lucros em um contexto de interdependência. A pesquisa emprega uma metodologia quantitativa e qualitativa, concentrando-se na avaliação de dados coletados através de revisão bibliográfica. O objetivo do estudo exploratório é compreender o efeito da estrutura de oligopólio na competitividade econômica, empregando o Google Acadêmico como principal recurso para a obtenção de dados.

Palavras-chave: Oligopólio; Competitividade; Teoria dos Jogos.

ABSTRACT

The present study addresses the various forms of market structures, such as perfect competition, monopoly, oligopoly and monopolistic competition. Oligopoly, specifically, is defined by the existence of a few large corporations that control the supply of products or services. This configuration harms competitiveness, limiting open competition and directly affecting consumers. Some practices of this structure can lead to the creation of cartels and trusts, actions that manipulate the market to the benefit of large companies. The text also discusses Game Theory, proposed by John von Neumann and Oskar Morgenstern, and its use in oligopolized markets. The theory is used to understand the strategic interactions between companies, showing how the choices of one company directly impact the others. The concept of Nash Equilibrium, crucial in this theory, demonstrates how organizations adjust to maximize their profits in a context of interdependence. The research employs a quantitative and qualitative methodology, focusing on the evaluation of data collected through literature review. The objective of this exploratory study is to understand the effect of oligopoly structure on economic competitiveness, using Google Scholar as the main resource for obtaining data.

Key-words: Oligopoly; Competitiveness; Game Theory.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Metodologia aplicada para obtenção dos resultados.	22
--	----

LISTA DE TABELAS

Quadro 1 – Resultados obtidos.....	23
------------------------------------	----

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	13
2.1	ESTRUTURA DE MERCADO	13
2.2	COMPETITIVIDADE DE MERCADO.....	17
2.3	A TEORIA DOS JOGOS	19
3	METODOLOGIA	20
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO	23
4.1	ESTRATÉGIAS ADOTADAS EM MERCADOS OLIGOPOLISTAS PARA MANTER E CONTROLAR A COMPETITIVIDADE DE MERCADO	24
4.2	BARREIRAS EXISTENTES À ENTRADA DE NOVOS CONCORRENTES EM MERCADOS OLIGOPOLISTAS	27
4.3	A INOVAÇÃO COMO FERRAMENTA PARA AUMENTAR A COMPETITIVIDADE EM MERCADO OLIGOPOLISTA	28
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	30
	REFERÊNCIAS	31

1 INTRODUÇÃO

Para compreender a forma de organização do Mercado houve-se a criação das Estruturas de Mercado, que consiste em três tipos de estrutura, a Concorrência perfeita, onde existem vários compradores e vendedores com produtos e serviços homogêneos, não podendo influenciar no preço de mercado e gerando assim ausência de barreiras para a entrada e saída de mercado (Varian, 2014).

A estrutura de Monopólio, que segundo Paul Samuelson e William Nordhaus (2010), consiste em um mercado onde existe uma única empresa que oferece aquele bem ou serviço, tendo total poder para dominar preços e produção, existe também a concorrência monopolística e a estrutura de oligopólios, onde a primeira acontece quando muitas empresas possuem produtos diferenciados uma das outras, mas que são produtos substitutos um dos outros, permitindo assim a influência de todos os vendedores nos preços, enquanto a segunda estrutura compreende-se em um número reduzido de grandes empresas que oferecem um determinado bem ou serviço onde existe uma concorrência limitada, existindo ainda acordos e combinações entre elas (Ribeiro et al, 2020).

Diferente da concorrência perfeita, onde as empresas e consumidores não influenciam os preços ou quantidade do produto de maneira individual, já que os produtos oferecidos nesse modelo de estrutura econômica são homogêneos havendo uma transparência nas condições em que o mercado opera, sendo considerado por muitos economistas o modelo ideal de concorrência, porém nesse modelo a margem de lucro não é muito elevada, podendo ser prejudicial e insustentável economicamente a longo prazo (Frankenthal, 2022). A competitividade nesse modelo de negócio é de suma importância, podendo ser caracterizadas por: oligopólio concentrado e oligopólio competitivo, gerando assim dilemas entre as empresas.

A partir do século XX, as empresas dominantes de um determinado mercado, passou a utilizar a matemática para tomar suas decisões estratégicas. Através do livro *Theory of Games and Economic Behavior*, publicado por John von Neumann e Oskar Morgenstern surgiu os conceitos fundamentais da “Teoria dos Jogos” e buscaram aplicar esta teoria em problemas econômicos, mostrando que decisões econômicas importantes podem ser analisadas matematicamente (Ribeiro, L. R.,2017).

A teoria dos jogos nos mostra que as ações tomadas por determinada empresa, impacta diretamente as escolhas e os resultados dos outros, buscando sempre

maximizar seus ganhos considerando as escolhas das outras empresas, pensando nisso foi desenvolvido o Equilíbrio de Nash, que se caracteriza em uma abordagem mais sólida que traz soluções mais expansivas (Pestana, S. L., 2022).

A teoria dos jogos é utilizada em diversas áreas, desde que seja necessário tomar decisões estratégicas, como na economia, política, biologia e social. Sua versatilidade na economia é aplicada desde as negociações comerciais até comportamentos competitivos entre as empresas (Pontes, 2018).

Um Mercado Oligopolista afeta negativamente a competitividade e a livre concorrência, influenciando diretamente o dinamismo empresarial e os consumidores, trazendo malefícios econômicos e mal-estar social, pois a interdependência que esse mercado proporciona acaba limitando a variação de preços e gerando assim uma dificuldade para a entrada de novas empresas (Sauaia, Kallás 2007). Todas estas empresas buscam o lucro, coordenando entre si suas decisões e estratégias para maximizá-lo de todas as formas possíveis, podendo levar a formação de cartéis e até mesmo de trustes, manipulando o mercado de forma a beneficiá-las, mas tanto um quanto o outro prejudica de forma significativa o mercado competitivo e principalmente o bem-estar dos consumidores. Por estes motivos se tornou necessário as políticas antitrustes, como a Lei Nº 8.884 do dia 11 de junho de 1994, e a criação do Código de Defesa do Consumidor (“CDC”) para prevenir práticas anticompetitivas realizadas pelas empresas que compõem esta estrutura de oligopólios (Ribeiro et al, 2020).

Diante do que foi exposto, o presente estudo tem como objetivo, mapear os dados resultantes de pesquisas, realizando uma análise crítica em relação os mercados oligopolistas, e investigar as estratégias aplicadas pelas empresas dominantes, visando compreender as influências que estas exercem entre si, bem como o impacto dessas interações na competitividade do cenário econômico.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 ESTRUTURA DE MERCADO

A Estrutura de Mercado refere-se a forma como as empresas se organizam em um determinado mercado, envolvendo o número de participantes, o segmento e o grau de competitividade entre elas (Perloff, 2012). A estrutura de mercado determina

as decisões das empresas, além de influenciar o bem-estar social, ou seja, impacta diretamente os consumidores, moldando a sociedade.

Conforme Wagner (2007) descreve, o preço e a quantidade de equilíbrio de um dado bem ou serviço, são estabelecidos pela relação entre a oferta e demanda no mercado. Porém esses fatores variam dependendo da estrutura de mercado em que estão inseridos, caso o mercado seja competitivo ou caso seja um mercado concentrado, o preço e a quantidade serão diferentes, pois em um mercado concentrado, poucas empresas ou talvez até mesmo apenas uma empresa controla a oferta e o preço, já em um mercado competitivo várias empresas influenciarão.

De acordo com Hal Varian (2014) a Concorrência Perfeita se caracteriza quando há uma grande quantidade de compradores e vendedores onde nenhum deles podem impactar o preço, dentre as características também podem ser citadas os produtos homogêneos, a transparência de mercado e a livre entrada e saída das empresas no mercado, ou seja as barreiras são inexistentes (Trostes , 2014) e de acordo com Vasconcellos e Garcia (2009), este tipo de estrutura caracteriza-se pela homogeneidade dos produtos, o que corrobora com Hal Varian e Trostes citados acima, o que significa que mesmo em mercados onde a diversificação é feita em excesso, ainda assim não existem diferenças entre os bens ou serviços oferecidos pelas empresas, não tendo então poder de alterar os preços, e caso tentem aumentar preços acabam perdendo a participação de mercado. Havendo também a inexistência de barreiras, permitindo a livre participação de qualquer competidor.

Entretanto a Concorrência perfeita é um conceito teórico e idealizado, usando apenas para avaliar, comparar e compreender as outras estruturas, pois os mercados existentes na atualidade não atingem esse estado perfeito devido aos vários fatores que influenciam neste quadro (ALMEIDA, Simone da Silva, 2019).

O monopólio, segundo Paul Samuelson e William Nordhaus (2010), conceitua-se pelo fato de uma única empresa fornece um dado bem ou serviço, controlando assim preços e a quantidade produzida. Este tipo de mercado busca maximizar os lucros, restringindo a produção e aumentando preços (Stiglitz, 2002), causando assim uma dominação de uma única empresa sobre um mercado, mas esse tipo de estrutura não é vantajoso para os consumidores, tendo em vista que prejudica a livre concorrência, pois pode-se cobrar e ofertar determinado bem ou serviço o valor e quantidade que desejar, pelo fato de não existir outras empresas que ofertem o mesmo produto (ALMEIDA, Simone da Silva, 2019). As características mais

marcantes do Monopólio é a existência de uma única empresa dominando o mercado, onde ela produz um produto que não há substitutos e existem muitas barreiras para a entrada de novas empresas como: produtos patenteados, proteção do governo por meios de leis e o controle das fontes de matérias – primas para a produção daquele produto (Troster, 2014).

Já na Concorrência Monopolística, cada vendedor oferece um produto que é diferente entre eles, mas que são facilmente substituídos. Segundo Mankiw (2009) decorrente da inexistência de barreiras, facilitando a entrada de outras empresas no mercado, reduz assim os lucros devido a introdução de bens similares que facilmente podem ser substituídos entre si, como por exemplo o tomate que pode ser substituído pelo molho de tomate. Por tanto a demanda é quem determina a variação do preço dos itens, pois por serem semelhantes e facilmente substitutos, os consumidores que atribuem a distinção aos bens ofertados (Martinelle e Silva, 2012).

Esta estrutura é formada por vários vendedores e vários consumidores, poucas são as barreiras para a entrada de novas empresas, por exemplo a diferenciação de produtos. Apesar de ser uma estrutura mais vantajosa para os compradores, as empresas tendem a ter algum tipo de poder sobre o preço de seu próprio produto, embora seja um mercado competitivo (Kupper, 2022).

Portanto a estrutura de mercado impacta diretamente o comportamento econômico. Os três pontos que devem ser observados para a determinação do tipo da estrutura do mercado são: o número de empresas, o tipo de produto ou serviço ofertado e se existem ou não barreiras à entrada de novas empresas na comercialização do bem ou serviço em questão. Os principais tipos de estrutura de mercado são: Concorrência perfeita, Monopólio, Concorrência Monopolística e Oligopólio.

Por existir inúmeras empresas no mesmo segmento de mercado, as empresas tendem a buscar produzir produtos com características ou qualidade diferenciadas, como por exemplo, embalagens, promoções, atendimentos diferenciados e um pós-venda de alta qualidade (Kupper, 2022).

O Oligopólio é uma estrutura de mercado onde um número pequeno de grandes empresas dominam a oferta ou produção de um determinado bem ou serviço, onde as decisões de feitas por uma empresa influenciam diretamente a outra. A principal característica que diferencia a estrutura de oligopólio em relação a estrutura de Concorrência Perfeita seria a dependência mútua entre as empresas, pois estão

interligadas de tal forma que a decisão de uma impacta a outra de forma significativa. Outras características que diferem esta estrutura das outras são: a quantidade reduzida de empresas dominando o mercado, tendo inúmeras barreiras que impossibilitam a entrada de novos ofertantes, como as barreiras legais, culturais que fidelizam os consumidores e os altos custos para a entrada, nesta estrutura as empresas buscam o tempo todo a inovação de seus produtos para que possa existir algum tipo de competição entre elas. (Manikim, 2005).

O Truste se caracteriza quando ocorre a fusão ou a integração de várias empresas em uma única, controlando assim o mercado em que está inserida, extinguindo a interdependência entre elas e eliminando a concorrência. Em Cartéis, as empresas permanecem separadas, mas estão associadas entre si, combinando decisões para assim padronizarem os preços, limitarem a produção e a oferta, para que possam maximizar seus lucros e dominem o mercado.

Já os Holdings, se formam quando grandes empresários compram ações ou cotas de outras empresas, todas de um mesmo segmento de mercado, conseguindo assim o controle sobre duas ou três empresas concorrentes, se tornando ainda mais fácil controlar os preços, maximizar os lucros e minimizar a concorrência.

Os casos de trustes e carteis são considerados ilegais, por se tratarem de práticas prejudiciais ao mercado competitivo, pois tem como objetivo a concentração de poder e impedir o crescimento e desenvolvimento de novas empresas, tornando a livre concorrência quase impossível de se existir, por isso o governo brasileiro criou órgãos do Ministério da Justiça, o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) e Secretaria de Acompanhamento Econômico (SEAE) que atuam com base na lei brasileira 12.529 de 2011, para proteger a livre concorrência, prevenir o surgimento de monopólios e oligopólios abusivos, controlar fusões e aquisições entre as organizações e reprimir práticas anticompetitivas (Vasconcelos, Garcia, 2017). Já os Holdings, no Brasil foram instituídos a luz da Lei das Sociedades Por Ações – Lei número 6.404/76, que permite o controle de uma empresa sobre a outra através da compra de ações ou cotas.

Na estrutura de oligopólio não há uma competição real entre si e prejudica a entrada de outras empresas neste mercado, isso prejudica os consumidores, pois se opõem a ideia de livre concorrência e competitividade de mercado, trazendo o aumento de preços, pois coordenam suas ações, reduzindo a competição e elevando os preços, reduz a inovação, pois sem a pressão competitiva, as empresas não tem o

incentivo de inovar nos produtos ou na forma de produção, causando estagnação tecnológica, além de resultar em um uso ineficiente de recursos, a competitividade de mercado, por outro lado estimula a entrada de novas empresas nos mais diversos ramos, aumenta a qualidade dos produtos e gera a oferta de preços mais acessíveis, além de forçar as empresas inovarem na produção e na forma de ofertar os produtos para o mercado, trazendo inúmeros benefícios para os compradores (Vasconcelos, Garcia, 2009). A não proteção desta competitividade de mercado pode causar diversos maléficos a sociedade, pois ela é crucial para o bem-estar social e o funcionamento saudável da nossa economia.

2.2 COMPETITIVIDADE DE MERCADO

A competição em oligopólios é um fenômeno intrincado, no qual poucas corporações controlam o mercado, mas ainda assim competem de formas relevantes. A rivalidade aprofundada, embora existam poucos participantes, é uma competição que pode ser intensa, com as companhias buscando diferenciar seus produtos e ganhar quota de mercado. Os métodos de precificação e qualidade é uma das formas com que as empresas frequentemente disputam, por meio de táticas de preço, promoções e aprimoramentos na qualidade do produto, com o objetivo de atrair clientes sem desencadear disputas de preços. A concorrência pode fomentar a inovação, pois as companhias procuram obter vantagens competitivas por meio de novos produtos ou tecnologias, o que é vantajoso para os clientes (Reis, 2023).

Segundo Tiago Reis (2023), os oligopólios se encaixam na concorrência imperfeita, que se refere a uma circunstância de mercado em que as condições ideais da concorrência perfeita não estão presentes. Em um mercado com competição perfeita, existem várias empresas disputando, produtos idênticos, informações precisas e liberdade para entrar e sair. Na competição imperfeita, algumas dessas condições não são cumpridas.

No mercado, os oligopólios podem ser divididos em oligopólio concentrado e oligopólio competitivo. O oligopólio concentrado ocorre quando um grupo restrito de empresas detém a maior parte da oferta. Apenas algumas corporações possuem uma participação considerável, o que simplifica a supervisão das atividades umas das outras. As decisões de uma organização, como alterações no preço ou introdução de novos produtos, têm um impacto direto nas demais. Custos elevados, controle

tecnológico ou fidelidade à marca são obstáculos para a entrada de novas empresas, existindo a possibilidade de formação de cartéis ou acordos informais para regular preços e produção, o que pode afetar negativamente a concorrência. Este modelo de oligopólio pode resultar em preços elevados e menos inovação (Reis, 2023).

Já o mercado com oligopólio competitivo é aquele em que poucas corporações dominam, porém ainda há competição relevante. Ao contrário de um oligopólio concentrado, onde poucas empresas detêm total controle, no oligopólio competitivo as empresas procuram diferenciar seus produtos e adotar estratégias de marketing para atrair clientes. Apesar de possuírem algum controle sobre os preços, as companhias devem levar em conta as reações dos concorrentes, prevenindo alterações drásticas. A competição diminui a chance de formação de cartéis, pois as companhias estão mais focadas em superar suas rivais. Este cenário pode oferecer uma gama mais ampla de produtos e preços mais competitivos.

Para entrar no mercado de oligopólios existem barreiras elevadas, que têm o potencial de restringir a concorrência, tornando mais difícil a entrada de novas empresas, o que pode diminuir a competição, podendo causar a interdependência entre as empresas resultando em tentativas de colaboração, nas quais as corporações se unem para estabelecer preços ou gerir a produção (Market business News, 2024).

A interconexão nos oligopólios é um traço essencial que os diferencia de outros mercados, como a concorrência perfeita. Em um mercado oligopolista, as escolhas de uma companhia afetam diretamente as demais. A interdependência pode resultar em práticas colusivas, nas quais as empresas estabelecem acordos informais para estabelecer preços ou restringir a produção, visando maximizar os lucros compartilhados. Portanto, a interdependência é um dos elementos que tornam os oligopólios complexos e dinâmicos, afetando as escolhas de preço, produção e estratégia de mercado (Maestrovirtuale, 2024).

O cenário de um oligopólio pode ser convertido em um "jogo", no qual as corporações devem levar em conta diversas estratégias e possíveis reações dos concorrentes, o que é examinado com base na teoria dos jogos, investigando como as escolhas de uma organização impactam as táticas e os resultados de outras. As companhias oligopolizadas são interligadas, as escolhas de uma afetam as escolhas das demais. Isso estabelece um cenário em que cada organização precisa levar em conta as possíveis reações dos concorrentes (Paiva, 2018).

A teoria dos jogos é um instrumento de análise crucial para compreender a interação entre empresas em oligopólios. Ela investiga como as escolhas de uma organização impactam as táticas e os resultados de outras. As companhias oligopolizadas são interligadas, as escolhas de uma afetam as escolhas das demais. Isso estabelece um cenário em que cada organização precisa levar em conta as possíveis reações dos concorrentes. Um princípio fundamental da teoria dos jogos, no qual cada jogador toma a decisão mais acertada, considerando as ações dos demais.

Dentro de um oligopólio, isso implica que, se as empresas alcançam um equilíbrio, nenhuma delas possui motivação para alterar unilateralmente sua estratégia. Os jogos contribuem para compreender a formação de cartéis por empresas. Se os integrantes de um cartel colaboram, podem potencializar os ganhos coletivos. Contudo, a tentação de enganar (diminuir os preços para atrair mais clientes) pode resultar na desintegração do cartel (Paiva, 2018).

2.3 A TEORIA DOS JOGOS

A Teoria dos Jogos é uma área interdisciplinar da matemática aplicada que estuda o comportamento estratégico em situações de interdependência. Desde sua formalização por John von Neumann e Oskar Morgenstern, a teoria vem sendo usada para entender interações competitivas e cooperativas entre agentes racionais. Seu objetivo central é prever os possíveis resultados de decisões estratégicas em cenários onde o sucesso de cada participante depende das escolhas dos outros (Santos; Carvalho, 2017).

Um dos exemplos mais conhecidos da Teoria dos Jogos aplicado ao contexto dos oligopólios é o dilema do prisioneiro. No contexto dos oligopólios, as empresas enfrentam um dilema estratégico: se todas cooperarem e limitarem a produção ou mantiverem preços altos, seus lucros serão maiores. No entanto, cada empresa tem o incentivo de "trair" as outras, reduzindo o preço ou aumentando a produção para ganhar participação de mercado (Ribeiro et al, 2017).

A formação de cartéis, por exemplo, pode ser vista como uma tentativa de cooperar formalmente a fim de maximizar os lucros, mas esse tipo de arranjo é instável, pois há sempre a desconfiança de que uma empresa pode trair a outra (Campos; Cardoso, 2015).

Nos últimos anos, a Teoria dos Jogos tem se expandido e se diversificado, abrangendo áreas como economia, ciências políticas, biologia e até inteligência artificial. Diversos estudos recentes têm explorado sua aplicação em mercados financeiros, leilões eletrônicos e a modelagem de comportamentos sociais. Por exemplo, autores como Osborne e Rubinstein destacam a importância da teoria para entender não apenas jogos de soma zero, mas também interações complexas de não-soma zero, onde os ganhos ou perdas não são estritamente opostos. Além disso, trabalhos de Nash ampliaram a teoria para incluir jogos não cooperativos, permitindo a modelagem de situações em que não existem acordos vinculantes entre os jogadores (Dias et al 2022).

Esses avanços recentes destacam o uso da Teoria dos Jogos como uma ferramenta analítica poderosa para examinar decisões estratégicas em uma variedade de contextos. Estudos como os de Maynard Smith, têm contribuído para a evolução dessa abordagem, demonstrando sua aplicabilidade em áreas tão diversas quanto a biologia evolutiva e a negociação política (Da Silva; Vitale, 2016).

Dado o contexto e os conceitos apresentados, o próximo subcapítulo abordará como os princípios da Teoria dos Jogos têm sido aplicados na análise de oligopólios, onde poucas empresas dominam o mercado e as decisões estratégicas de uma afetam diretamente as outras. A Teoria dos Jogos permite modelar comportamentos como a formação de cartéis, guerras de preços e cooperação tácita, oferecendo uma visão robusta de como as empresas em oligopólios tomam decisões interdependentes e influenciam o equilíbrio do mercado (Cinquetti, 2016).

3 METODOLOGIA

O presente estudo tem como procedimentos técnicos mapear pesquisas, reunindo e organizando o conhecimento já existente sobre a Estrutura de oligopólio e a competitividade de mercado, relacionando- os entre si para orientar e embasar este trabalho, utilizando a técnica de pesquisa bibliográfica que é crucial para a construção de qualquer pesquisa científica, pois busca o aprofundamento do tema estudado, pode ser usado livros, teses, artigos científicos e outras fontes, para que possa coletar informações e realizar uma análise crítica com conhecimentos significativos que colaborem com a evolução do estudo (De Sousa et al,2021).

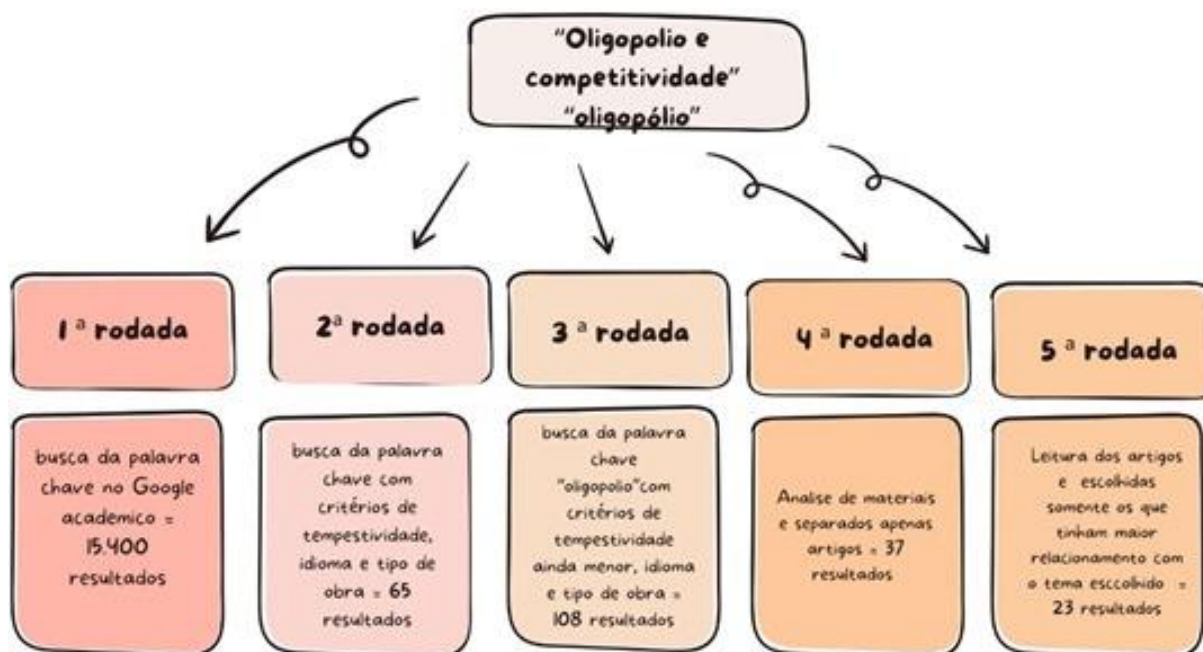
Já a abordagem foi considerada a metodologia Quanti-qualitativa que tem como objetivo analisar primeiramente a quantidade de dados levantados e logo depois a qualidade deles, que segundo Flick (2008), este tipo de pesquisa visa uma análise de forma interpretativa e minuciosa dos fenômenos, levando em consideração a complexidade e enfatizados os significados. A abordagem escolhida para este estudo se trata de uma qualitativa abordando e dando mais importância aos maiores impactos do mercado oligopolizado sobre a competitividade de mercado e a sociedade.

Enquanto o objetivo da pesquisa tem por finalidade o tipo exploratório, pois tem um certo grau de familiaridade com o tema, realizando um levantamento bibliográfico, apresentando conhecimentos, teses e teorias levantadas por autores que se aprofundaram na temática abordada neste trabalho. Segundo Gerhardt e Silveira (2009) a pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar uma visão geral do problema proposto, com certa familiaridade, trazendo mais informações de forma que fique mais aprofundado e permita a criação de hipóteses.

Esta pesquisa explorará o comportamento de mercados oligopolistas e seu impacto na competitividade econômica e consequentemente nos consumidores, utilizando a plataforma Google Acadêmico. O mesmo foi utilizado por ser uma fonte de pesquisa e referências muito utilizado e construída por pesquisadores de diversos temas, ele possibilita a localização de pesquisas científica, teses, livros e outros tipos de obras. Por sua facilidade de utilização e gratuidade se torna uma plataforma extremamente famosa entre os pesquisadores (Da Silva et al, 2024).

A pesquisa revelou que muitos estudos foram publicados em relação aos oligopólios existentes e o impacto desta estrutura na economia, mas poucos tratavam do seu impacto na competitividade de mercado, para o presente estudo foi acessado o Google acadêmico através das palavras-chave: “Oligopolio e a competitividade”, “oligopolio”, utilizou-se o critério de tempestividade até o ano de 2024, aplicado critérios de inclusão e exclusão, por fim obtendo se 23 resultados, conforme figura 1.

Figura 1 – Metodologia aplicada para obtenção dos resultados.



Sendo assim, percebe-se que a princípio foi pesquisado na plataforma Google acadêmico as palavras-chave “Oligopólio e competitividade” trazendo assim 15.400 resultados, aplicando os critérios de tempestividade entre os anos de 2005 a 2024, critério de idioma para somente páginas em português e o tipo de obra para apenas artigos revisados, foram encontrados 65 resultados, em busca de dados mais recentes para o presente estudo foi aplicado a palavra chave “oligopólio” e mais uma vez o critério de tempestividade, agora entre os anos de 2010 a 2024, utilizando ainda os mesmos critérios para o idioma e tipo de obra, resultou em 108 resultados. Em seguida foi analisado todas as páginas oferecidas pela plataforma, de onde foi separado 37 artigos e que possuía algum tipo de relação com o tema. Após baixar todos os documentos e ordená-los por ano, foi realizado a leitura dos materiais e escolhidos somente 23, tais quais se encaixam melhor na temática escolhida pelo presente estudo.

Assim, é válido indicar que todos os 23 artigos foram lidos minuciosamente, realizando o levantamento das informações mais relevantes para o tema explorado neste trabalho, tendo isto em vista, o próximo capítulo contemplará tal discussão categorizada em subtópicos.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Observa-se a planilha 1 a seguir, onde será demonstrado todos os resultados obtidos através dos critérios de inclusão e exclusão apresentados nos processos metodológicos.

Quadro 1 – Resultados obtidos

ANO	TÍTULO	AUTORES	TIPO DE PESQUISA	NOME DO PERIODICO	GRUPO DE ANALISE
2005	Esforço tecnológico da indústria de transformação brasileira: uma comparação com países selecionados.	ZUCOLOTO, Graziela Ferrero; et al.	Revisão Bibliográfica	Revista de Economia contemporânea	Grupo 01
2005	Contributo para a revisão da literatura sobre produtividade no Âmbito da economia empresarial.	FERREIRA, Leonor Fernandes; TORRES, Miguel Matos.	Revisão Bibliográfica	Revista Brasileira de Gestão de Negócios-RBGN	Grupo 01
2009	Arranjos produtivos locais e cadeias agro-alimentares: revisão conceitual	VIAL, Luis Antônio Machado et al.	Revisão Bibliográfica	Revista Gestão da Produção Operações e Sistemas	Grupo 01
2017	Aplicações da Teoria dos Jogos na gestão da cadeia de abastecimento: revisão de literatura.	LOUREIRO, José Guilherme Guimaraes.	Revisão Bibliográfica	Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro	Grupo 01
2017	A teoria da firma Pós-Keynesiana: uma Revisão dos Elementos Relevantes.	AIDAR, Gabriela Lima; et al.	Revisão Bibliográfica	Análise Econômica	Grupo 01
2023	Eficiência na atenção à saúde no SUS: revisão para uma crítica às recomendações do Banco Mundial	ARAUJO, Moisés; et. Al	Revisão Bibliográfica	JMPHCJ Journal of Management & Primary Health CareJ ISSN 2179-6750	Grupo 01
2017	Análise da literatura sobre vantagem competitiva em arranjos empresariais: revisão sistemática, lacunas da literatura e tendências de pesquisa.	DE AZEVEDO FAUSTINO, Cinthia et al.	Revisão Bibliográfica	Revista Produção Online	Grupo 01/ Grupo 02
2022	Bovinocultura de corte no Brasil: uma revisão sistemática de literatura.	NEVES, Gabriel Victor Silva et al.	Revisão Bibliográfica	Revista Ibero-Americana de Ciências Ambientais	Grupo 01
2023	AGROFINANCEIRIZAÇÃO E NOVAS FRONTEIRAS DO SETOR SUCROENERGÉTICO NO BRASIL: O CASO DO GRUPO BUNGE NO ESTADO DE MINAS GERAIS.	CASTRO DE ARAÚJO, Daniel Féo et al.	Revisão Bibliográfica	Pegada	Grupo 01
2012	Votando com o "carrinho": a politização do consumo na América Latina.	ECHEGARAY, Fabián.	Revisão Bibliográfica	Opinião Pública	Grupo 03
2021	Responsabilidade social da universidade (RSU) no Brasil: Uma revisão sistemática.	LAVOR FILHO, Tadeu et al.	Revisão Bibliográfica	Educação, Sociedade & Culturas	Grupo 03
2018	Tecnologia da informação, sistemas de informações gerenciais e gestão do conhecimento com vistas à criação de vantagens competitivas: revisão de literatura.	MORAES, Jhony Pereira et al	Revisão Bibliográfica	. Revista visão: gestão organizacional,	Grupo 03
2017	CHARACTERISTICS OF RURAL ENTREPRENEURS FROM ESPÍRITO SANTO	FERREIRA, Juliana Binow; et al.	Revisão Bibliográfica	Gestão & Regionalidade	Grupo 03
2024	Insegurança alimentar e rotulagem de alimentos transgênicos no Brasil: um panorama dos avanços e retrocessos legislativos, sob a perspectiva do direito humano à alimentação adequada.	DAL BOSCO, Maria Goretti; et al.	Revisão Bibliográfica	OBSERVATÓRIO DE LA ECONOMIA LATINOAMERICANA,	Grupo 03
2011	Os processos de diversificação da agricultura familiar: uma revisão literária.	SIMONETTI, Danieli et al.	Revisão Bibliográfica	Synergismus scyentifica UTFPR,	Grupo 03
2010	Bens comuns intelectuais e bens comuns globais: uma breve revisão crítica (Intellectual Commons and Global Commons: A Brief Critical Review).	VIEIRA, Miguel Said.	Revisão Bibliográfica	Anales de las VIII Jornadas de Estudios Sociales de la Ciencia y la Tecnología.	Grupo 03
2021	A MULHER NO MERCADO CERVEJEIRO: UMA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA SOBRE DESAFIOS E PERSPECTIVAS.	DE ARAÚJO, Pâmella Thimoteo da Silva et al.	Revisão Bibliográfica	Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo	Grupo 03
2023	FUSÕES E AQUISIÇÕES: Uma revisão da literatura	DO BREVIÁRIO, Álaze Gabriel.	Revisão Bibliográfica	Aten@-Revista Digital de Gestão & Negócios-	Grupo 02
2020	Decisões socioeconômicas: uma revisão da literatura acerca dos condicionantes sociais na localização do investimento econômico da indústria automotiva.	WALMRATH, Lucas Lemos.	Revisão Bibliográfica	CSONline-Revista Eletrônica de Ciências Sociais	Grupo 02
2020	NEUROECONOMIA: PERSPECTIVA HISTÓRICA, PRINCIPAIS CONTRIBUIÇÕES E INTERPRETAÇÕES PARA A TEORIA ECONÔMICA.	DE FAVERI, Dinorá Baldo; et al	Revisão Bibliográfica	SINERGIA-Revista do Instituto de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis	Grupo 03

2021	Acesso aberto e conhecimento científico: entre a res pública e o modelo de negócio. Uma Revisão da literatura. Comunicação e sociedade, n. 39, p. 203-	QUINTANILHA, Tiago Lima; et al.	Revisão Bibliográfica	Comunicação e sociedade	Grupo 02
2013	Efeitos econômicos de políticas licitatórias e empreendedorismo socialmente responsável.	DAS NEVES GONÇALVES, Everton; et al.	Revisão Bibliográfica	Economic Analysis of Law Review	Grupo 02
2011	Prova indireta de cartel no âmbito das associações: comportamento paralelo e plus factors.	ATHAYDE, Amanda	Revisão Bibliográfica	Economic Analysis of Law Review	Grupo 02

4.1 ESTRATÉGIAS ADOTADAS EM MERCADOS OLIGOPOLISTAS PARA MANTER E CONTROLAR A COMPETITIVIDADE DE MERCADO

O Zucoloto, et al. (2005), destaca a importância da inovação tecnológica como uma estratégia fundamental para a competitividade da indústria brasileira, que ainda investe de forma limitada em pesquisa e desenvolvimento. Apesar das transformações econômicas nos últimos anos, a indústria não incorporou adequadamente atividades de pesquisa e desenvolvimento, resultando em um desempenho inferior no comércio internacional. O artigo sugere uma estratégia de adoção mais eficiente no sentido de inovação e investimento em tecnologia, e de como é crucial para a melhoria da competitividade e a participação do Brasil no mercado global.

Corroborando com Zucoloto (2005), Aidar et al (2017) abordando a importância de diversificação e inovação tecnológica para manter a competitividade em mercados oligopolistas. A teoria propõe que, quando as estratégias de preço se esgotam, as empresas devem expandir para novos mercados e diferenciar seus produtos para continuar crescendo. A abordagem foca na visão baseada em recursos (RBV), onde os recursos da empresa determinam sua competitividade. Também discute como, segundo Keynes, a moeda influencia decisões de investimento e produção. O artigo ainda mostra que planejamento estratégico, inovação e boa gestão de recursos são essenciais para enfrentar incertezas e manter-se competitivo.

Em seu artigo sobre os arranjos produtivos Inter organizacionais e as cadeias agroalimentares, Vial et al (2009), sugere que são estratégias que unem empresas para alcançar objetivos comuns, promovendo cooperação e coordenação. A análise dessas estruturas se baseia na Economia Industrial e na teoria Neo-Schumpeteriana, que destacam a importância da inovação e do aprendizado. Tendo também o papel do consumidor sendo essencial para impulsionar a cadeia produtiva. Essas estratégias aumentam a competitividade local e ajudam no desenvolvimento econômico regional e na sustentabilidade, ao otimizar recursos e valorizar produtos típicos.

Ainda sobre a questão dos agronegócios, Neves et al (2022) realiza uma revisão da literatura sobre a bovinocultura de corte no Brasil, destacando sua importância estratégica para o agronegócio nacional, responsável por 9,2% das exportações do setor. A pesquisa identifica a necessidade de aumentar a produção em 45% nos próximos anos para atender à demanda crescente dos mercados interno e externo, Conforme Vial et al (2009), essa produção poderá ser alcançada através da colaboração entre as empresas, formando arranjos produtivos e cadeias agroalimentares. Além disso, aborda as estratégias adotadas para enfrentar desafios ambientais, como a melhoria das pastagens e a implantação de sistemas integrados de produção, visando maior eficiência e sustentabilidade. A análise também destaca a evolução genética e os avanços em manejo e sanidade como fatores críticos para a competitividade e rentabilidade da bovinocultura de corte no Brasil.

Conforme a análise de Castro de Araujo et al (2023), o autor analisa a agro financeirização no Triângulo Mineiro/Alto Paranaíba, destacando a influência do grupo Bunge Açúcar e Bioenergia. A pesquisa mostra como a internacionalização e a presença de grupos estrangeiros estão moldando a produção na região, impulsionada pela lógica das commodities. Para entender a dinâmica econômica e financeira das empresas locais, foram utilizadas estratégias como a territorialização e a coleta de dados de fontes como IBGE e ÚNICA, as empresas locais começaram a cooperar entre si a fim de aumentarem a produção e lucrarem mais. O estudo sugere que a agro financeirização redefine fronteiras e práticas produtivas, impactando o desenvolvimento regional e a competitividade do setor sucroenergético no Brasil.

A análise de Castro de Araújo et al (2023), resume bem o estudo feito por De Azevedo Faustino et al (2017), onde ela analisa como clusters e distritos industriais trazem vantagens competitivas para empresas por meio da colaboração, inovação e redes Inter organizacionais. A análise destacou fatores como aglomeração, treinamento e flexibilidade logística como essenciais para a competitividade, especialmente em contextos como o da China. Teorias de autores como Porter foram amplamente citadas, reforçando a importância da colaboração entre empresas, universidades e instituições para enfrentar a concorrência e estimular o crescimento econômico regional.

Segundo De Azevedo Faustino (2017), a flexibilidade logística é um item essencial para competitividade. Loureiro, José Guilherme Guimaraes (2017), aborda o uso da teoria dos jogos na gestão da cadeia de abastecimento, mostrando como ela

ajuda a enfrentar desafios e promover colaboração entre os envolvidos. Foca em estratégias de competição e cooperação, analisando como essa teoria pode otimizar decisões em cadeias onde os membros atuam de forma independente. São discutidos modelos, como os de Parlar e Wang, que mostram equilíbrios de Nash em competições. Também destaca a importância da cooperação para aumentar lucros e reduzir estoques, influenciada por fatores como o poder de negociação. A teoria dos jogos oferece uma estrutura estratégica útil para encontrar soluções que beneficiem todos os participantes.

Corroborando com Loureiro (2017), que utiliza a Teoria dos Jogos para mostrar que a cooperação entre colaboradores é a melhor forma de obter lucros e reduzir estoques. Ferreira, Torres (2005) analisaram que no mundo oligopolizado, há diversas formas de estratégias para aumentar a produtividade nas empresas. Esse artigo aborda justamente esta questão, enfatizando a importância da eficiência individual e a implementação de práticas de gestão que promovam a inovação e a adaptação às mudanças do mercado. As estratégias incluem a otimização de recursos, a capacitação contínua dos colaboradores e a adoção de tecnologias que melhorem os processos operacionais. Além disso, destaca-se a necessidade de um ambiente organizacional que favoreça a colaboração e a comunicação eficaz entre as equipes, visando resultados sustentáveis a longo prazo.

Sendo o treinamento e a expansão do conhecimento um ponto essencial de competitividade, Araújo, Moises; et. Al (2023), destaca em seu artigo que uma abordagem estratégica focada na eficiência pode contribuir significativamente para a racionalização dos gastos e a melhoria dos resultados de saúde no Brasil, destacando a relevância da atenção primária à saúde, ou seja, formas de promoção a saúde, prevenção e diagnóstico precoce, como componente central para alcançar maior eficiência no sistema reforçando que melhorias nesse nível podem ampliar a qualidade e sustentabilidade dos serviços de média e alta complexidade.

Diante do que foi exposto, as estratégias adotadas por mercados oligopolistas foram se atualizando conforme o tempo, até mesmo com a colaboração entre empresas conforme visto no texto, e a atualização de teorias formuladas em tempos passados. A estratégia é a melhor forma de crescer e competir com as empresas rivais, com isso, fica implícito que um bom investimento em questões tecnológicas e de pessoas são necessárias para que as empresas se mantenham competitivas.

4.2 BARREIRAS EXISTENTES À ENTRADA DE NOVOS CONCORRENTES EM MERCADOS OLIGOPOLISTAS

O oligopólio, como estrutura de mercado, estabelece diversas barreiras ao ingresso de novas empresas, que são cruciais para entender a interação competitiva no mercado. Athayde (2011) salienta que práticas cartelizadas, como a orquestração de preços entre empresas, além de comprometer a concorrência, também criam um contexto desafiador para novos entrantes, que encontram obstáculos para se posicionar, não tendo o potencial para competir em preços. Essa sincronização pode ser incentivada por políticas licitatórias que, como abordado por Das Neves Gonçalves e Stelzer (2013), favorecem estes comportamentos e dificultam a entrada de novas empresas em licitações, trazendo à tona como as práticas regulatórias podem criar barreiras adicionais à entrada.

Além disso, Quintanilha e Trishchenko (2021) o acesso desigual ao conhecimento científico confere uma vantagem competitiva significativa às empresas já estabelecidas em termos de informações e inovações, que são essenciais para competir em mercados oligopolistas. Walmrath (2020) complementa essa abordagem ao analisar como fatores socioeconômicos e infraestrutura impactam decisões de investimento, mostrando que a falta de recursos adequados pode excluir as novas empresas deste mercado dominado por grandes corporações.

Do Breviário (2023) expande a discussão ao evidenciar fusões e aquisições, que frequentemente ocorrem em setores oligopolistas, fortalecendo o poder de mercado e, conseqüentemente, criando barreiras de entrada adicionais ao restringir a formação de novas empresas e a inovação. A análise de De Azevedo Faustino et al (2017) sobre vantagens competitivas em arranjos empresariais também ressalta como alianças estratégicas podem reforçar ainda mais a posição de empresas já estabelecidas, dificultando o acesso de novos concorrentes.

Essas barreiras, que vão desde práticas anticompetitivas e tratando com favoritismo regulatório até a consolidação de mercado e alianças estratégicas, criam um ambiente com diversos obstáculos para novos entrantes em mercados oligopolistas. Desta forma a compreensão deste cenário é indispensável para analisar o impacto negativo dessa estrutura de mercado na livre concorrência no Brasil.

4.3 A INOVAÇÃO COMO FERRAMENTA PARA AUMENTAR A COMPETITIVIDADE EM MERCADO OLIGOPOLISTA

A inovação em mercados oligopolizados é limitada pela concentração de poder entre poucas grandes empresas, que dominam inúmeros segmentos do mercado. No contexto agrícola, de acordo com o que é discutido por Simonetti et al (2011) a diversificação da agricultura familiar, por exemplo pode ser vista como uma forma de inovação para pequenas propriedades que precisam competir contra grandes organizações, corroborando com esta narrativa, Ferreira (2017) fala que as estratégias inovadoras de diversificação em relação a busca de conhecimentos intelectuais dentro da esfera agrícola tem como objetivo resistir à concentração de mercado, tornando possível que a operação dos agricultores se torne sustentável e diferenciada, mesmo em um cenário de oligopólio. E ainda em relação a obter conhecimentos, a neuroeconomia, tema abordado por De Faveri (2020) traz uma perspectiva preciosa, se tornando útil para tomadas de decisões em cenários como os oligopólios, compreendendo os fatores psicológicos e emocionais do seu público-alvo, permitindo a criação de estratégias de marketing mais eficazes.

Por outro lado, o artigo de Dal Bosco et al (2024) que se refere a insegurança alimentar e rotulagem de alimentos transgênicos torna clara a falta de inovação na transparência e regulação do setor de alimentos. A ausência de rótulos com informações claras para transgênicos mostra o poder dos oligopólios alimentícios, que impactam nas legislações, impedindo que os consumidores tenham total acesso à informação. Isso reflete como a inovação, em relação a transparência e regulação, é frequentemente obstaculizada pelas grandes corporações, tornando ainda mais difícil o progresso em direção a um mercado mais justo e saudável.

Tendo em vista que isto impacta diretamente a sociedade, no que se refere ao campo de responsabilidade social corporativa (RSC), conforme discutido por Echegaray (2012), tem sido frequentemente adotada por grandes empresas como estratégia de inovação, entretanto em organizações que estão inseridas no mercado de oligopólios geralmente as mudanças obtidas através da RSC não costumam ser profundas, mas apenas superficiais, se tornando apenas uma tentativa de melhorar a imagem perante o público. Gerando assim uma falsa impressão de compromisso com a sustentabilidade e os consumidores, criando uma barreira para inovações que

poderiam ser realmente significativas, e que poderiam influenciar positivamente a competitividade e beneficiar a sociedade como um todo.

Assim como o Echegaray (2012), o Lavor Filho, Tadeu et al (2021) também menciona a Responsabilidade social das grandes corporações, e tem como objeto de estudo a área da educação, evidenciando as várias maneiras em que as empresas dominantes podem promover benefícios para a sociedade, mas o Echegaray (2012) adiciona em seu trabalho o papel fundamental que os consumidores desempenham na promoção da inovação em mercados oligopolistas através de premiação ou boicotes. Quando os consumidores resolvem boicotar empresas que não adotam práticas responsáveis, isso pode gerar uma pressão para que estas grandes corporações adotem novas estratégias e práticas, gerando inovação. Porém, em mercados concentrados, onde a concorrência é extremamente reduzida, as eficácias desses boicotes são limitadas, tendo em vista que os consumidores têm opções restritas.

Além dos boicotes, o uso de ferramentas de gestão, como os Sistemas de Informação Gerenciais e a Gestão do Conhecimento, abordado por MORAES, Jhony Pereira et al (2018), mostra como a tecnologia pode ser um grande aliado para a inovação em mercados oligopolistas, se tornando um diferencial competitivo. As empresas que conseguem otimizar seus processos internos, que personaliza seus produtos e serviço e que buscam a eficiência, conseguem se diferenciar, criando uma vantagem competitiva e se destacando em um mercado com pouca diversidade.

A participação feminina no mercado cervejeiro, enfatizada na obra produzida por De Araújo, Pâmella Thimoteo da Silva et al (2021), exemplifica de forma significativa a inovação social em setores dominados por oligopólios. As mulheres, ao adentrarem em um mercado tradicionalmente controlado por poucas grandes corporações comandadas por homens, ingressam com novas perspectivas e práticas. Deste modo essa inovação vai além de tecnológica, mas também de natureza cultural, criando um espaço mais inclusivo e diversificado, desafiando as normas estabelecidas pelas grandes empresas.

Mas a discussão sobre bens comuns intelectuais e globais, como a apresentada por Miguel Said Vieira (2021), enfatiza a carência de um governo que priorize as necessidades públicas ao invés de promover as práticas de grandes empresas que tem práticas anticompetitivas, Vieira também argumenta que ao transformar bens comuns em mercadorias, os oligopólios limitam o acesso, elevam os

custos e inibem a inovação que se caracteriza como fundamental para o desenvolvimento sustentável.

Em suma, a inovação em mercados oligopolistas é um desafio complexo que exige a criação de várias estratégias, utilizando a tecnologia como motor para se destacar entre as demais concorrentes, priorizar a busca de conhecimentos para promover estratégias mais eficazes e ter a necessidade de ir além de mudanças superficiais, promovendo mudanças profundas em seus modelos de negócios, favorecendo a sustentabilidade e a responsabilidade social, a final os consumidores têm um papel crucial a desempenhar, mas é de extrema importância que as políticas públicas e as regulamentações também apoiem a inovação e a competição em mercados concentrados.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nos resultados obtidos, é possível concluir que a estrutura de mercado oligopolista impacta diretamente a competitividade e a livre concorrência, impondo barreiras significativas para a entrada de novos concorrentes e influenciando as decisões estratégicas das empresas dominantes. A pesquisa realizada demonstra que, apesar das restrições impostas por essas barreiras, existem diversas estratégias adotadas pelas empresas oligopolistas para manter e fortalecer sua posição no mercado, como a inovação tecnológica, a diversificação de produtos e a formação de alianças estratégicas.

Além disso, os resultados indicam que a competitividade em mercados oligopolistas é intensamente afetada pela interdependência entre as empresas, o que pode tanto incentivar a colaboração quanto desencadear práticas anticompetitivas, como a formação de cartéis. A análise da Teoria dos Jogos aplicada a essas situações destaca a complexidade das decisões empresariais nesses contextos, onde as ações de uma empresa afetam diretamente as demais.

Contudo, é importante ressaltar que este estudo se limita a uma abordagem teórica, baseada em uma revisão bibliográfica dos principais conceitos e teorias sobre oligopólios e competitividade de mercado. Futuras pesquisas poderiam se beneficiar de uma investigação empírica mais aprofundada, com a coleta de dados primários por meio de entrevistas ou questionários, permitindo uma compreensão mais detalhada das estratégias empresariais e seu impacto em mercados específicos.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Simone da Silva. Estruturas de mercado: como as empresas oligopólios formam seus preços? **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**, 2019.

BRASIL. Lei n.º 14.133, de 1.º de abril de 2021. Estabelece normas gerais de licitação e contratação para a administração pública. Diário Oficial da União, seção 1, Brasília, DF, 1 abr. 2021.

CAMPOS, Celso Ribeiro; CARDOSO, Marcelo José Ranieri. A teoria dos jogos e a mente brilhante de John Nash. **Prometeica**, n. 10, p. 8, 2015.

CINQUETTI, Carlos Alberto. JEAN TIROLE, PODER DE MERCADO E A NOVA ORGANIZAÇÃO INDUSTRIAL. **Análise Econômica**, v. 34, n. 65, 2016.

DA SILVA, Luciana Aboim Machado Gonçalves; VITALE, Carla Maria Franco Lameira. Aplicação da teoria dos jogos na mediação de conflitos: o equilíbrio de Nash como estratégia de maximização de ganhos. **Revista de Formas Consensuais de Solução de Conflitos**, v. 2, n. 1, 2016.

DE OLIVEIRA DIAS, Murillo; DOS SANTOS VIEIRA, Patricia; PEREIRA, Leonardo José Dias. A evolução da cooperação em teoria dos jogos. **Journal of Development Research**, v. 12, n. 08, p. 58494-58499, 2022.

KUPFER, David. **Economia industrial: fundamentos teóricos e práticos no Brasil**. Rio de Janeiro: Campus, 2015.

MANKIW, N. G. **Introdução à economia**. São Paulo: Cengage Learning, 2009. 838 p.

MANKIW, N. Gregory. **Introdução à economia: princípios de micro e macroeconomia**. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

MARTINELLI, L. A. S.; SILVA, F. G. da. **Introdução à economia**. 1. ed. Paraná: IFPR, 2012.

OLIGOPOLY – definition and meaning. Market Business News, 2024. Disponível em: <https://marketbusinessnews.com/financial-glossary/oligopoly-definition-meaning/>. Acesso em: 24 set. 2024.

PAIVA, Felipe. **Teoria dos jogos.** JusBrasil, 2018. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/teoria-dos-jogos/564488902?msocid=0bc6cba64e1d6cda1b5bd9484fac6d89>. Acesso em: 24 set. 2024.

PERLOFF, Jeffrey M. **Microeconomia: teoria e aplicações com cálculos.** 3ª ed. São Paulo: Pearson, 2012.

PESTANA, Sérgio Luis. **Criptoeconomia do Bitcoin: uma revisão bibliográfica de modelos de teoria dos jogos na mineração do Bitcoin.** 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Econômicas) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2022.

PONTES, Edel Alexandre Silva. A Teoria dos Jogos: Conflito e Colaboração. **RACE Revista de Administração do Cesmac**, v. 1, p. 46-53, 2018.

REIS, Tiago. **Oligopólio.** Suno, 2023. Disponível em: <https://www.suno.com.br/artigos/oligopolio/#:~:text=Um%20oligop%C3%B3lio%20po de%20ser%20concentrado%20ou%20competitivo%20Noo%20setor%20possui%20 muitas%20empresas%20disputando%20o%20mercado>. Acesso em: 24 set. 2024.

RIBEIRO, Larissa Rodrigues. **A teoria dos jogos sob a ótica da neuroeconomia: uma revisão de literatura.** 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Econômicas) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2017.

RIBEIRO, Fernanda; DE FREITAS, Kário Bruno Cruz; DA SILVA, Thaian Guimarães. **Estrutura de mercado: Oligopólio. Aspectos educacionais e iniciação científica aplicados ao estudo do Direito**, v. 24, 2020.

SAMUELSON, Paul; NORDHAUS, William. **Economics.** 19. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2011.

SANTOS, H. O.; CARVALHO, E. B. S. Teoria dos Jogos: Dinâmica de Ensino dos Aspectos do Processo de Decisão. **Future Studies Research Journal: Trends and Strategies**, v. 9, n. 1, p. 51-77, 2017.

TILORE, Jean. **Theory of Industrial Organization**. 1998. p. 207-2010.

TROSTER, Roberto Luís. **Manual de economia. Estrutura de mercado**. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

VASCONCELLOS, M. A. S. de; GARCIA, M. E. **Fundamentos de economia**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

VASCONCELLOS, M. A. S. de. **Economia: micro e macro**. São Paulo: Atlas, 2011.

VARIAN, Hal. **Intermediate Microeconomics: A Modern Approach**. 9. ed. Nova Iorque: WW Norton, 2014.

VIANA, Lucia Maria Correa; FARIAS, Luciane Ribas; DE FIGUEIREDO, Suelania Cristina Gonzaga. **Aspectos educacionais e iniciação científica aplicados ao estudo do Direito**. Belo Horizonte: Poisson, 2020.

WAGNER, Roberto Machado. **Economia I – Apostila**. Edição própria, 2017.