

Oligopólios têm grande peso na inflação

Rio — O peso dos oligopólios na inflação brasileira pode ser de 100%, se forem incluídos os oligopólios e monopólios do setor público, segundo o economista Gil Pace, da GPC— Consultores. O economista do Instituto Brasileiro do Mercado de Capitais (Ibmec) e diretor do Banco Marka, Francisco Assis Mello de Moura, não chega a arriscar um percentual, mas admite que ele é muito alto. Isso, contudo, diz ele, não significa que o Governo não possa combater a inflação.

De acordo com Gil Pace, o peso dos oligopólios e monopólios é de 100% porque alguns grandes grupos, principalmente multinacionais, e grandes estatais — que representariam 25% desse total

— são líderes em seus setores e seus preços acabam ditando o parâmetro para as demais empresas. “Se os oligopólios aumentam os preços, todos aumentam em seguida”, explica. A economia brasileira, assinala, é uma das mais oligopolizadas e cartelizadas do mundo capitalista.

Como exemplo, cita o caso de alguns setores: na área de higiene

e limpeza, reina a Gessy Lever; na de alimentação figuram a Nestlé e a Refinaria de Milho Brasil; na de cimento, o grupo Votorantim; na chamada linha branca a Brasmotor, que produz os equipamentos domésticos Brastemp e é a única produtora brasileira de compressores de refrigeração; e na de automóveis a Autolatina, GM e Fiat. Pelo lado das estatais, a Petrobrás tem o domínio nos combustíveis, a Telebrás da telefonia e assim por diante.

Apesar disso, o governo não está de mãos amarradas frente a essa estrutura, segundo Francisco Assis, pois pode usar instrumentos auxiliares, como administração de tarifas e monitoramento de preços dos oligopólios.

O que é oligopólio

É uma estrutura de mercado em que há poucos vendedores de um mesmo produto padronizado, ou seja, são poucas as empresas fornecendo aos consumidores um certo tipo de produto. Se o país não dispuser de uma boa legislação para impedir abusos, os oligopólios têm condições de obter lucros superiores aos que seriam normais, pela imposição de preços que desejam ao mercado, independentemente dos próprios custos de produção. De acordo com o Dicionário de Economia, de Paulo Sandroni, os defensores dos oligopólios alegam que pelo grande porte das empresas, elas teriam maior capacidade de investimento em novos e melhores produtos a preços mais acessíveis. Uma empresa oligopolizada, porém, raramente baixa os preços.