Discriminação De Preços No Setor Aéreo Nacional

Renata Vilhena
Universidade Cândido Mendes
renata.vilhena@gmail.com

Daiane Rodrigues dos Santos
Universidade Cândido Mendes e UERJ
daianesantoseco@gmail.com

RESUMO

O presente artigo analisou a concorrência perfeita e a discriminação de preços no mercado aéreo brasileiro no período de 2000 a 2022. A concentração de poucas companhias aéreas no setor aéreo brasileiro tem sido um cenário recorrente, essa dominação de mercado é prejudicial não só pela ótica da concorrência e livre mercado, mas também pela determinação de preços, onde não havendo concorrência, as empresas detentoras do mercado determinam o preço e as regras que o consumidor precisará seguir, independente das condições existentes, como foi o caso da liberação de cobrança de malas, no qual a ideia originária a seria a diminuição do preço das passagens, e no final do processo isso não foi diretamente verificado pelos consumidores. Apesar de alguns estudiosos defenderem que o mercado aeroviário no Brasil trabalha em concorrência de mercado, frequentemente o que vemos na prática são preços similares sendo ofertados dentro de um mesmo trecho por algumas companhias diferentes, e nem sempre com os mesmos serviços ofertados que justificaria um valor tarifário igual ou similar. Para o presente experimento considerou-se voos que decolassem no período da manhã, das 5h às 13h, dividindo em duas etapas: Na primeira etapa observou-se o voo mais barato e o mais caro, dentro do período e premissas estipuladas, e a segunda etapa da análise, dois horários iguais ou similares foram escolhidos para serem acompanhados e avaliados ao longo do período. As premissas consideradas foram: projeção de compra para 15 dias, 1 mês e 4 meses; sempre passagens pesquisadas ida e volta, mas somente considerando os valores da ida e tarifa tipo Light ou a mais econômica. Através de uma pesquisa de preços feita nos sites das companhias aéreas LATAM e GOL em um determinado período pré-fixado, buscou-se a existência de algum indício que demonstrasse acordo e discriminação de preços. Com a pesquisa e criação de um banco de informações foi possível demonstrar alguns exemplos de discriminação de preços que ocorre no mercado aéreo e o quanto essa prática influencia no preço final dos bilhetes aéreos, no qual um mesmo produto é vendido com diferentes preços levando em consideração tipos de consumidores por poder de compra, sazonalidade, por classes e benefícios, mostrando a rigidez de preços neste mercado, e a falta de opção ao consumidor em poder escolher o produto que ele deseja com o valor adequado. O presente ensaio demonstrou não só a concentração existente entre duas grandes empresas que dominam as principais rotas nacionais, como a evidente similaridade de preços na venda dos bilhetes aéreos.

PALAVRAS-CHAVE. Companhias aéreas, Oligopólio, Ótica da Concorrência.