

Mestrado em Economia e Políticas Públicas

Regulação, Concorrência e Tarificação

PAER 3 Julho 2019

- O tempo total disponível para o exame é de 2h.
- O teste é com consulta.

Os alunos deverão responder às questões evitando copiar os elementos disponíveis para consulta. As respostas deverão sempre estar apoiadas em conceitos teóricos. Serão valorizadas respostas sintéticas, coordenadas e que respondam diretamente à questão que é proposta.

1. (5,0) A regulação é um tipo de intervenção que pretende ou suprir uma falha de mercado, ou promover mais concorrência no mercado, ou tem outros objetivos? Discuta com base na teoria da regulação.
2. (5,0) Uma Economia é composta por empresas de grande, média e pequena dimensão. Naturalmente, as grandes empresas têm vantagens sobre as mais pequenas porque usufruem de economias de escala e de gama, têm maior poder contratual e acesso aos recursos mais facilitado. Deve a economia da concorrência intervir ou não, para corrigir estas assimetrias? Se não, porquê? Se sim, de que forma. Justifique a sua resposta.
3. (5,0) Que circunstâncias convenceriam uma empresa produtora de uma *utility* a aceitar uma regulação baseada num preço máximo (*price-cap*), em vez de uma regulação baseada na taxa de retorno (ROR)?
4. (5,0) Considere o excerto de uma notícia saída num jornal diário português, abaixo transcrito. Comente-o teoricamente.

“A Autoridade da Concorrência (AdC) declarou extinto o processo de compra da Media Capital pela Altice. ... a AdC ... manteve-se convicta que a integração vertical de um dos principais operadores de telecomunicações e de televisão por subscrição com o líder na oferta grossista de conteúdos audiovisuais e de canais de TV poderia trazer danos irreversíveis para o mercado e para os consumidores. ... essa integração vertical cria incentivos à capacidade deste operador integrado de usar esse controlo para restringir a concorrência, quer por recusar fornecer os canais da TVI aos concorrentes da Meo, quer por aumentar os preços de venda desses canais. Esse aumento de preços acabaria por refletir-se nos consumidores. ... Além da questão dos conteúdos, a AdC também detetou riscos de encerramento no mercado publicitário, nomeadamente através de um eventual impedimento do acesso dos concorrentes da Meo ao espaço publicitário nas várias plataformas (TV, rádio e internet) do novo operador, ou de uma subida significativa dos preços cobrados por esse espaço. Outra área crítica é a da TDT. A AdC entende que o novo gigante Meo/TVI teria a capacidade de aumentar os preços que os concorrentes RTP e SIC pagam para poderem transmitir nestas plataformas. “ (in Público de 29 de Maio de 2018).