CONTEXTO

Os impactos do Digital Markets Act nos mercados digitais europeus:

o que dizem as evidências dos primeiros anos de vigência



Principais achados:

Mesma regra, efeitos diferentes

Os efeitos variaram com o desenho das obrigações, a forma de cumprimento e as condições de cada mercado.

Organizamos os achados em cinco eixos:

01 | Novos entrantes e investimentos em startups: o investimento em startups caiu entre a aprovação e o início das obrigações, e a queda cessou depois.

02 | Regras *ex ante* de conduta: os efeitos foram claros na interface e menores no uso. Navegadores e comparadores de voo rivais ganharam tráfego; pequenos vendedores não tiveram ganho de receita.

03 | Incentivos à inovação: nenhum estudo mediu ainda os efeitos sobre pesquisas, patentes ou lançamentos, e as previsões teóricas dependem da obrigação.

04 | Obrigações de interoperabilidade: surgiram novos serviços, sem dados de uso. A troca de mensagens entre aplicativos pouco amplia a concorrência e pode fortalecer os serviços dominantes; taxas de acesso freiam a entrada de lojas concorrentes.

05 | Bem-estar do consumidor: as opções aumentaram. Onde havia concorrentes, eles ganharam tráfego; onde não, o usuário voltou ao mesmo serviço com mais etapas.

Reunimos 27 fontes publicadas entre 2022 e 2026 sobre os impactos das obrigações do Digital Markets Act (DMA) no mercado europeu. Classificamos as fontes por robustez (robusta, moderada ou limitada) e método (causal, correlacional, descritivo ou teórico), e os achados pela direção.
Como as obrigações valem desde março de 2024 e há poucos estudos causais, **ainda não há um balanço definitivo de seus efeitos.**



Acesse aqui o estudo completo, ou escaneie o qr code ao lado, e saiba mais!