

[<Anterior \(//click.uol.com.br/?rf=blogosfera-post-anterior&u=http://gesneroliveira.blogosfera.uol.com.br/2017/06/02/lava-jato-e-necessaria-mas-nao-suficiente-para-acabar-a-corrupcao/\)](#) | [Voltar à página inicial \(//click.uol.com.br/?rf=blogosfera-voltar-home&u=http://gesneroliveira.blogosfera.uol.com.br\)](#) | [Próximo > \(//click.uol.com.br/?rf=blogosfera-post-anterior&u=http://gesneroliveira.blogosfera.uol.com.br/2017/06/06/cenario-com-temer-e-o-melhor-para-a-economia/\)](#)

Informação em prol da concorrência é (quase) tudo que o consumidor quer

Gesner Oliveira 04/06/2017 | 11:00

Compartilhe



Imprimir



Comunicar erro

Nada ajuda mais o consumidor do que a concorrência entre as empresas. E uma das condições para que a concorrência prevaleça é a existência de informação. Neste sentido, as novas tecnologias tornaram realidade algo que só existia na teoria: a possibilidade de escolha do consumidor.

Chegou a era da Economia da Informação, um campo de estudos que une a Economia, o mundo da Computação e a Comunicação. A Economia da Informação assumiu uma grande importância após 1980 e culminou com a outorga do Prêmio Nobel de Economia a Joseph Stiglitz, Michael Spence e George Akerloff em 2001.

Diversas empresas têm feito uso da informação para gerar valor para o consumidor. Se há muitas casas de câmbio, por que não disponibilizar em tempo real a melhor cotação para que o consumidor possa escolher a mais barata? Se há muitos aplicativos de táxi e caronas, porque não fazer uma classificação com os melhores preços para um determinado trajeto?

Isso tem sido feito! Diversas empresas têm atendido à crescente informação em tempo real. Seguem alguns exemplos. A Skyscanner e Kaiak comparam os preços de passagem de avião, mostrando inclusive se é o melhor momento para comprar. A VaH compara preços de viagens feitas por táxi, Uber, Cabify e outras empresas do segmento de transporte individual no Brasil.

No mundo financeiro, o destaque é o Câmbio Legal e a Zetra. O Câmbio Legal, aplicativo desenvolvido pelo Banco Central, mostra as casas de câmbio mais próximas e permite ao usuário comparar os diferentes preços. Já a Zetra fornece uma classificação de taxas de créditos consignados. Com isso, o tomador de crédito pode escolher a instituição financeira que possui a menor taxa.

Este novo universo de aplicativos e sites existe tem beneficiado o consumidor. As empresas têm conhecimento da existência deles e por isso são forçadas a competirem entre si. Esta concorrência tende a pressionar os preços para baixo, à medida que a informação fica disponível de maneira mais fácil. Sai ganhando o consumidor que paga mais barato por um mesmo serviço.

Chegamos, portanto, à era da soberania do consumidor? Nem tanto. É preciso assegurar a concorrência entre as plataformas tecnológicas e o direito à privacidade, apenas para citar dois aspectos importantes que afetam o bem estar. Futuros artigos abordarão estes e outros desafios da nova economia digital.