

FALHAS DE MERCADO E ASSIMETRIA INFORMACIONAL: COMO EMPRESAS COMETEM ILÍCITOS CONSUMERISTAS BASEADOS EM GEOPRICING E GEOBLOCKING

Congresso Internacional da ABDE., 1^a edição, de 23/11/2020 a 27/11/2020
ISBN dos Anais: 978-65-86861-70-9

ZILIOOTTO; Bruna ¹, FERNEDA; Ariê ²

RESUMO

O presente estudo tem por objetivo analisar qual instrumento jurídico se mostra mais eficiente para coibir as práticas ilícitas denominadas *geo-pricing* e *geo-blocking* por parte de determinadas empresas em face do mercado consumidor, através da ótica da Análise Econômica do Direito, especificamente no que tange às falhas de mercado e assimetria informacional existente entre os agentes econômicos. É notório que atualmente a organização dos mercados está a se redesenhar a partir da inovação tecnológica e das ferramentas que ela propicia. Com a virtualização das relações de consumo, é possível verificar uma redução severa nos custos de transação envolvendo operações de compra e venda de produtos, diante da progressiva desnecessidade de uma estrutura física e de todos os custos dela decorrentes. Isto é, o espaço físico e geográfico perde gradativamente a sua importância para o alcance virtual aos agentes econômicos. Entretanto, essa nova estrutura de oferecimento de produtos e serviços pode acarretar falhas de mercado, como assimetria informacional e externalidades negativas ao mercado consumidor, de modo a originar resultados econômicos ineficientes ou indesejáveis socialmente. Isso porque algumas empresas podem abusar de seu poder de mercado e, valendo-se do uso discriminatório de dados pessoais dos consumidores e da assimetria informacional existente entre os agentes, praticam atos ilícitos, dentre os quais se destacam o *geo pricing* e o *geo blocking*, que consistem em práticas de diferenciação de preço e negativa de oferta de produtos ou serviços de acordo com a localização geográfica do consumidor. A título de exemplo, cita-se a Ação Civil Pública movida pela Promotoria de Justiça de Tutela Coletiva de Defesa do Consumidor e do Contribuinte da Capital do Rio de Janeiro em face da empresa Decolar.com em janeiro de 2018, a partir da qual a empresa foi condenada ao pagamento de multa no valor de R\$ 7.500.000,00 (sete milhões e quinhentos mil reais) em razão da prática dos aludidos atos ilícitos. Nesse sentido, a pesquisa se desenvolve por meio do método lógico-dedutivo, lastreada na revisão bibliográfica, levantamento de dados e com base nos conceitos apresentados pela Análise Econômica do Direito. Por fim, busca-se analisar qual a forma mais eficiente para coibir determinadas práticas, seja pela via da responsabilidade, tal como ocorreu no caso exemplificado, seja pela via regulatória estatal.

PALAVRAS-CHAVE: Geo-pricing, Geo-blocking, Consumidor, Falhas de mercado, Assimetria informacional

¹ PUCPR, bruna.a.zilli@hotmail.com

² PUCPR, ariefernedaxx@gmail.com