

# ECONOMIA POLÍTICA 1.º ANO (resumo)

## CAPÍTULO 1 – CONCEITOS INTRODUTÓRIOS

### AFECTAÇÃO DE RECURSOS ESCASSOS:

Situações → compromissos e escolhas → prioridades → necessidades a satisfazer → recursos partilhados → distribuição de tarefas → retribuição das tarefas → ponderação dos meios mais eficientes → coordenação dos esforços → consumo dos bens e serviços gerados pelo esforço de produção

Ponto de saciedade – equilíbrio ou superabundância de meios face às necessidades (oferta > procura).

### Corolários da escassez:

1. a escassez é que torna importante a necessidade da escolha (num quadro de abundância a escolha errada é irrelevante já que pode ser imediatamente remediada);
2. na generalidade, a procura potencial de meios para satisfazer as necessidades excede sempre a oferta potencial desses meios (a quantidade de necessidades aumenta constantemente, independentemente do incremento dos meios nos quais apoiamos o esforço para satisfazer essas necessidades);
3. algumas necessidades básicas de sobrevivência (ex.: alimentação), apesar de períodos de satisfação plena, são recorrentes, periódicas e cíclicas, pelo que, afigurando-se inesgotáveis, reclamam adequada gestão ao longo do tempo;
4. a escassez é gradual e relativa, isto é, a sua intensidade depende directamente da própria intensidade com que sentimos a sua necessidade (satisfação com poucos meios = liberdade e realização pessoal);
5. A superabundância de recursos não implica que o excedente desses recursos possa ser reorientado com o mínimo de eficiência para as restantes necessidades que o reclamam (ex.: eficiência na reconversão de uma produção excessiva de canetas numa produção de cadernos);
6. o tempo é um meio (recurso) permanentemente escasso.

### Objecto da Economia

A Economia tem por objecto o estudo das decisões individuais e colectivas tomadas em ambiente de escassez tendo particular atenção ao grau mínimo de liberdade do agente e à interdependência que se gera entre essas decisões.

Grau mínimo de liberdade – é condição sem a qual não há escolhas genuínas.

Interdependência entre decisões – é a ligação no tempo e congruência das escolhas de uma só pessoa e da interacção dinâmica das decisões no seio de um grupo (na sociedade).

Da interdependência de decisões livres emerge uma ordem espontânea provocando a colaboração das pessoas umas com as outras, levando a que, independentemente do valor que atribuem à solidariedade e, apesar do seu individualismo natural, interajam e se enriqueçam mutuamente (quando, na verdade, apenas o que pretendem é utilizar os outros nos seus planos de enriquecimento pessoal (*custos de oportunidade*)).

A Economia, porque é realista, não se furta a indagar as causas de resultados patológicos e socialmente nocivos, que geram desperdício de recursos, de oportunidades, etc.

LIONEL ROBBINS definiu a Economia como: “A Ciência que estuda o comportamento humano como uma relação entre fins e meios escassos susceptíveis de aplicações alternativas”.

Questão que a corrente neoclássica, actualmente dominante, coloca:

“Quais são as condições nas quais as variações de preços relativos e de recursos disponíveis influenciam as quantidades produzidas individual e colectivamente?”

PARADIGMA 1: Economia = Ciência das escolhas

PARADIGMA 2: Economia = Ciência dos contratos ou das instituições

### INSTITUCIONALISMO (paradigma 2)

Neste âmbito, instituições são “*balizas convencionais que estruturam as acções humanas*”.

⊙ segundo paradigma fundamenta-se numa visão equilibradora e integradora dos princípios de conflito, mutualidade e ordem (princípios ínsitos na acepção mais ampla de “transacção”), que aponta para a solução institucional da governança, uma forma estável de assegurar a mutualidade de ganhos através da imposição da ordem e da solução de conflitos.

### ANÁLISE ECONÓMICA DA RACIONALIDADE

Análise  
económica da  
racionalidade

Optimização de meios – olhar para os objectivos e determinar a racionalidade, a adequação dos meios.

Maximização de fins – olhar para os meios disponíveis e tentar justificá-los, encontrar-lhes objectivos para ao quais eles se afigurem racionalmente adequados

Se considerarmos a Economia o estudo centrado na determinação e avaliação de escolhas racionais, podemos verificar que ela tem muito a dizer, por sua vez, sobre a modelação jurídica, na medida em que esta seja fruto ou objecto de escolhas sociais (decisões individuais) e se trate de prever os efeitos de regras jurídicas alternativas aplicadas àquelas decisões individuais.

Princípio da otimização (GEORGE STIGLER – formulação neoclássica) – escolha da conduta que, de entre todas as possíveis, apresenta a máxima diferença entre custos e benefícios.

Custos de oportunidade – todos os benefícios que deixamos de receber por sacrificarmos as opções que tiveram que ser preteridas em favor da conduta que escolhemos.

Toda a escolha tem um custo (de oportunidade) que consiste no valor daquilo a que se renuncia para obter aquilo por que se optou.

A moeda é um simples meio de acesso aos recursos, e não é, em si mesma, um recurso, daqueles cuja escassez obriga à realização de escolhas e à tomada de decisões otimizadoras e maximizadoras da satisfação de necessidades.

A escola neoclássica é essencialmente racionalista, já que pressupõe, com um grau razoável de confiança, que as decisões básicas do agente económico derivam de ponderações atribuíveis à sua racionalidade e de que é essa racionalidade elementar que facilita a produção de resultados maximizadores do bem-estar social.

PAUL SAMUELSON e JOHN HICKS exacerbam as características da racionalidade através da idealização do “*homo oeconomicus*” (como supra-sumo da racionalidade económica – egoísta, maximizador).

Racionalidade limitada (HERBERT SIMON) – conduta racional mas que não vai além das ponderações de custos implícitos na racionalidade, substituindo o objectivo da maximização pelo da satisfação.

A racionalidade limitada assenta na constatação de que o tempo é limitado (é um bem escasso e custoso), seja quando se visa prestar atenção adequada à informação de que se dispõe, seja ainda quando se trata de desenvolver um plano de otimização com base na informação disponível – pois o tempo que se dedicaria a esses esforços otimizadores seria, de modo muito pouco eficiente, sonogado à resolução de problemas não menos urgentes, deixando-nos marginalmente desequilibrados na satisfação de todos os nossos interesses.

## AS OPCÕES DITADAS PELA ESCASSEZ

Como já se referiu, toda a escolha tem um custo (de oportunidade) que consiste no valor daquilo a que se renuncia para obter aquilo por que se optou.

Capital humano (THEODORE SCHULTZ, 196?) – conjunto de atributos individuais que se revelem produtivos num qualquer contexto económico.

### a) EFICIÊNCIA E PRIORIDADES

A prioridade dada à eficiência significa que o emprego de meios é avaliado em termos de maximização

- Eficiência – afectação de recursos aos seus empregos como máximo valor relativo.

b) AS PERGUNTAS BÁSICAS DA DECISÃO ECONÓMICA

- O que produzir e quanto (e em que combinação e por quem, e onde? (\*)  
R: *em função da satisfação das necessidades.*
- Como produzir (e como otimizar o modo de produzir)? (\*)  
R: *em termos de eficiência (sem desperdícios), i. e., em função da forma como os recursos produtivos são organizados (capital, trabalho e meios de produção).*
- Para quem produzir, e quando? (\*)  
R: *para quem tem necessidade e disposição para pagar.*
- Quem decide, e como decide? (\*\*)  
R: *- numa economia de mercado, o próprio mercado (todos e ninguém);  
- numa economia mista, o sector privado e o sector público;  
- numa economia dirigista, o Estado.*
- Como confiar? (\*\*)  
R: *na liberdade, no direito e na concorrência.*

NOTA: (\*) – questões tradicionais

(\*\*) – questões adicionais do professor Fernando Araújo.

c) CUSTO DE OPORTUNIDADE E PREÇO RELATIVO

Custo de oportunidade – valor da “segunda melhor escolha”, a mais valiosa das alternativas preteridas.

A dimensão temporal é decisiva para a maior parte das valorações económicas. Assim, a maior parte dos custos em que incorremos resulta basicamente da *perda de tempo* que o alcançar de qualquer resultado implica, já que o tempo, não sendo infinito nem reversível, implica que a sua perda constitua um intervalo de absoluta “*não oportunidade*”.

O custo de oportunidade é espelhado no preço relativo de dois bens. O preço relativo do bem A, em termos do bem B é o quociente entre o bem A e o bem B – o que nos dá a medida exacta e objectiva de quanto deixamos de pagar por um bem quando compramos outro.

d) O RACIOCÍNIO MARGINALISTA

Custo marginal – é o valor da mais valiosa alternativa preterida para se conseguir produzir ou obter mais uma unidade de um bem ou serviço.

Benefício marginal – é o valor dessa unidade suplementar do bem ou serviço pela qual se optou.

Exemplo: caso apresentado na aula teórica, do funcionário que é deslocado da sua unidade de produção de cintos para a unidade de produção de malas com vista ao incremento da produção destas.

Raciocinar em termos marginais é, pois:

- Optarmos por produzir ou adquirir mais de um bem ou serviço enquanto o benefício de mais essa unidade *exceder o correspondente custo de oportunidade*.
- Optarmos por produzir ou adquirir menos quando esse custo *exceder o benefício adicional*.
- Optarmos por não produzir ou adquirir nem mais nem menos, produzindo ou adquirindo o mesmo que anteriormente, *quando os dois valores coincidem*.

Esta tese surgiu aquando da "*revolução marginalista*", o ponto de viragem da tradição clássica para a escola neoclássica (MENGEL - 1871; JEVONS - 1871; WALRAS - 1874).

#### e) AS LIMITAÇÕES TEMPORAIS E ORÇAMENTAIS

À medida que se intensifique a afectação de recursos à satisfação de uma necessidade, *aumenta, por definição, o respectivo custo de oportunidade*, visto que diminui o número de recursos dedicados à satisfação das demais necessidades.

Aumentando o *custo de oportunidade*, reduz-se o incentivo à prossecução racional da actividade de satisfação de uma necessidade, devendo pois reduzir-se o nível dessa actividade.

Generalizando este raciocínio à satisfação de todas e cada uma das necessidades, verifica-se que, num contexto de simultaneidade e de concorrência entre necessidades, *a afectação de recursos tende para uma posição de equilíbrio*.

As limitações temporal e orçamental são as manifestações mais restritivas, mais sensíveis no plano individual, da escassez.

#### f) A VANTAGEM DAS TROCAS

ADAM SMITH dizia que, sendo o intuito do comércio trocarmos as nossas mercadorias por outras que julgamos serem mais úteis para nós, todo o comércio colectivo ou individual tem que ser vantajoso para ambas as partes. Há sempre, nas trocas, uma complementaridade de necessidades e uma contraposição objectiva de interesses na relação comercial que se estabelece entre os agentes económicos. Precisamos uns dos outros mas as trocas não assentam, no entanto, num pressuposto mutuamente predatório.

Ao contrário do acontece nos "*jogos de soma zero*", em que interesses similares se contrapõem e concorrem para a partilha de um resultado finito, nas trocas económicas os interesses que se contrapõem são complementares, têm valores desiguais para as partes envolvidas.

Um determinado bem ou serviço só se venderá se ele tiver para o vendedor um valor de venda superior ao valor marginal (custo) do bem ou serviço, sendo o mesmo válido para o comprador, mas de outra perspectiva, isto é, ele só efectuará a compra se o preço que vai pagar é inferior ao valor marginal que para ele o bem ou serviço representa (valorização da necessidade). Ambos ganham, obtendo, o vendedor um lucro que se designa, neste caso, como "*excedente do vendedor*" e, o comprador, uma mais-valia no preço de compra

relativamente ao valor que tinha atribuído à necessidade a que se chama "excedente do consumidor".

Todavia, o facto de ambas as partes ganharem não significa que ambas as partes ganharam o mesmo. Depende da forma como uma, ou ambas as partes, *transijam* no decorrer do negócio. Assim sendo, e dado que ambas as partes ganham com a troca, havendo benefícios recíprocos, podemos dizer que a situação corresponde à de um "jogo de soma positiva" (ou "de soma não-zero") no qual os benefícios de uma das partes não implicam necessariamente prejuízos da outra.

Corolário de ADAM SMITH: "se todos ganham com as trocas e se as trocas são, portanto, veículos de enriquecimento generalizado, as oportunidades de riqueza serão tanto maiores quanto maior for a dimensão dos mercados, e a subsistência e preservação do mercado é premissa essencial para o enriquecimento generalizado".

#### g) AFECTAÇÃO SOCIAL DOS RECURSOS ATRAVÉS DO MECANISMO DOS PREÇOS

Nota: sobre esta matéria, ler páginas 51 e 52 do Manual

#### h) MERCADO DE PRODUTOS E MERCADO DE FACTORES

Numa economia de mercado existem dois tipos distintos de mercado:

- Mercado de produtos – bens e serviços que são os produtos finais da actividade económica organizada, os "outputs" directamente empregues na satisfação das necessidades.
- Mercados de factores (de produção) – que são, também, bens e serviços, mas agora empregues e apreciados "a montante", isto é, no ponto inicial de um ciclo de actividade económica, consistindo especificamente nos "inputs" de terra (os factores naturais e matéria prima), trabalho e capital (recursos financeiros e tecnológicos) que as empresas (os produtores) coordenam e optimizam.

Nota: o mercado de produtos é, em relação ao mercado de factores, o mercado final e o mercado de factores é instrumental.

No mercado de produtos, os indivíduos ou as famílias são normalmente os consumidores, sendo os produtores ou as empresas os fornecedores.

Ao invés, no mercado de factores produtivos, os indivíduos e as famílias passam a ocupar a posição de fornecedores (trabalho, factores naturais, capitais) e as empresas a posição de utentes (consumidores).

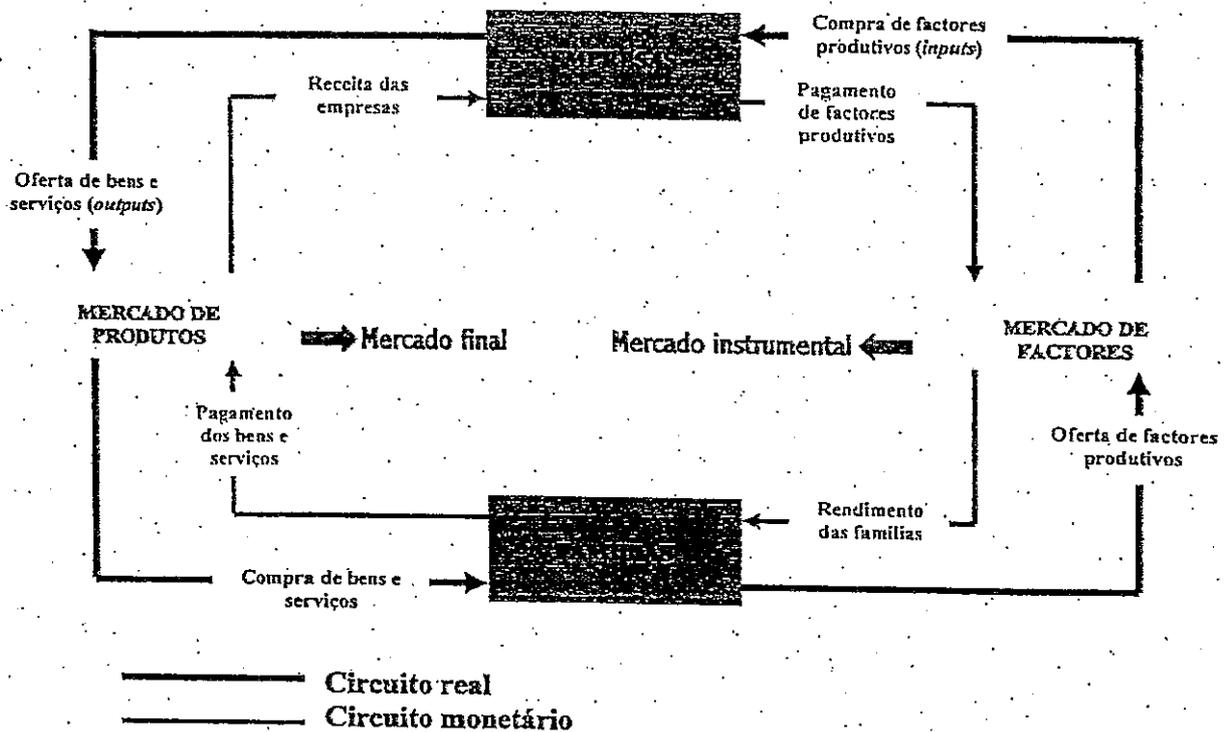
Mercado de produtos

{ indivíduos/famílias = consumidores  
produtores/empresas = fornecedores

Mercado de factores produtivos

indivíduos/famílias = fornecedores (*terra* \*, *trabalho e capital*)  
produtores/empresas = utentes/consumidores

*terra* = factores naturais e matérias primas



No mercado dos produtos, as empresas vendem e as famílias compram; no mercado dos factores, as famílias vendem e as empresas compram

As famílias são fornecedoras de factores de produção e consumidoras de bens e serviços — recebendo por aqueles, pagando por estes —, as empresas são produtoras de bens e serviços e utentes de factores de produção — igualmente recebendo por aqueles e pagando por estes —; o que umas ganham é o que as outras gastam, e por isso o rendimento total, o total das receitas, não pode deixar de ser equivalente à despesa total, ao total dos gastos, significando isso que nada há a ganhar se ninguém estiver disposto a despende, e não é possível ganhar-se através das trocas mais do que aquilo que é gasto nelas.

### i) A INTERVENÇÃO DO ESTADO NOS MERCADOS

Três razões possíveis para a intervenção do Estado nos mercados:

1 — pura e simples ignorância das leis económicas, o desconhecimento dos requisitos e implicações da atitude intervencionista;

2 – o *imperativo da eficiência* visando a rectificação de falhas verificada nos mercados dos produtos e dos factores de produção (disparidades entre o funcionamento do mercado e a promoção do bem-estar social; subversão do contexto de liberdade e de concorrência em que as trocas deveriam decorrer; falhas estruturais que retardam a adaptação da economia a conjunturas emergentes, provocando inflação ou desemprego, induzindo flutuações no nível de actividade económica e perturbando o ritmo de crescimento);

3 – o *imperativo de justiça*, que determina rectificações dos resultados distributivos que se verificam no mercado de factores produtivos.

#### j) A JUSTIÇA SOCIAL

A principal razão justificativa de uma intervenção pública nos mercados deriva desta última ordem de razões (o *imperativo de justiça*).

O rendimento atribuído aos participantes no “*jogo da economia*” deveria, em princípio, ser proporcional ao esforço e habilidade por eles aplicados na produção dos bens e serviços para os quais existisse procura no mercado.

Esta intervenção pública no sentido de incentivar as empresas em situação periclitante e, desta forma, praticar justiça social, requer um financiamento público a sustentá-la, a qual, baseando-se em receitas fiscais, retira rendimento aos particulares, isto é, diminui-lhes o incentivo para produzirem e pouparem.

#### k) AS FALHAS DE MERCADO

As intervenções do Estado no mercado que sejam ditadas por propósitos de “*eficiência*” costumam ser justificadas pela alegada existência de “*falhas de mercado*”.

As duas principais causas das “*falhas de mercado*” são:

- **EXTERNALIDADES** – actuação económica que faz projectar irremediavelmente efeitos, benéficos ou maléficos, sobre alguém que não o próprio agente dessa actuação, interferindo ou influenciando o nível de bem-estar desse alguém, sem que lhe seja paga qualquer indemnização (no caso de diminuição de bem-estar) ou sem ter que pagar qualquer compensação (no caso de aumento de bem-estar), impedindo designadamente que a produção de bens socialmente benéficos seja livremente incentivada, ou sinalizando erradamente o mercado no sentido da superprodução de bens e serviços com efeitos colaterais socialmente negativos;
- **PODER DE MERCADO** – circunstância que permita a alguém a exploração do mecanismo dos preços em proveito próprio, para lá de um limite que fira um sentido mínimo de justiça ou que gere desincentivos à produção e às trocas.

Externalidade (no sentido amplo) – é toda a situação em que a conduta de uma pessoa afecta o bem-estar de outra por vias extra-mercado – seja prejudicando-a (*externalidade negativa*) sem ter que pagar, seja beneficiando-a (*externalidade positiva*) sem ter possibilidade de fazer-se pagar por isso. Em ambos os casos, a impossibilidade de indemnização (no caso de *externalidade negativa*) e de compensação (no caso de

*externalidade positiva*) deriva da falta de um mecanismo espontâneo de contrapartida, de "internalização" de custos ou benefícios.

No caso das externalidades, a intervenção do Estado justificar-se-á para colmatar a brecha criada entre a eficiência económica e o bem-estar colectivo.

O problema das externalidades consiste no facto de se presumir que todos os custos de produção recaem sobre o produtor e todos os benefícios da venda revertem a seu favor, tal como todos os benefícios da compra e todos os custos inerentes se esgotam no consumidor.

Se não houvesse externalidades (positivas ou negativas), a intensidade da procura no mercado denotaria o benefício social marginal (o valor colectivamente atribuído a uma dose suplementar de um produto), a intensidade da oferta denotaria o custo social marginal (o desvalor colectivamente suportado para se produzir uma unidade suplementar de um produto), e o ponto de convergência de procura e oferta no mercado indicaria precisamente o ponto de maximização de bem-estar social.

Em ambos os casos (externalidade e poder de mercado), o Estado pode:

- Produzir directamente bens, serviços e conteúdos informativos;
- Criar incentivos (e desincentivos) a produtores privados;
- Impor certos padrões e condutas ao sector privado.

No combate às falhas de mercado, estão normalmente disponíveis os seguintes mecanismos:

- O controlo e regulação directa das quantidades produzidas, estabelecendo normas, proibições, licenças e quotas;
- As intervenções no mercado, orientadas no sentido da alteração dos preços, lançando impostos e taxas, estabelecendo caucões ou subsídios;
- A "criação de mercado", através da definição de direitos de apropriação, de quotas negociáveis, de sistemas de compensação de benefícios e sacrifícios particulares;
- O aumento da informação disponível, através da criação de meios de difusão informativa, e o apoio à participação colectiva no processo de decisão política – incrementando a democraticidade.

## 1) AS FALHAS DE INTERVENÇÃO

Toda a intervenção do Estado é inevitavelmente contaminada por informações imperfeitas (em comparação com a informação privada dos agentes) por várias razões: unilateralidade e confinamento de avaliações; deficiências de planeamento e de execução; quebras de comunicação; ocultação deliberada promovida pelos visados; falta de vigilância ou responsabilização dos executantes das mediadas aprovadas; corrupção; compadrio; nepotismo; caciquismo.

Outras razões para questionar a presença do Estado no funcionamento eficiente da Economia são: criação de monopólios estaduais ou de monopólios e oligopólios protegidos

pelo Estado; fixação administrativa de preços; lançamento de impostos; atribuição de subsídios; medidas proteccionistas; etc.

As interrogações que se colocam face a qualquer perspectiva de intervenção estadual são se ela irá:

- aumentar a eficiência;
- ter impacto redistributivo desejável;
- ser prosseguida a custo razoável.

A resposta negativa a qualquer destas questões sugere a presença de "falhas de intervenção".

#### m) O TEMA DA MACROECONOMIA

A Microeconomia concentra-se no funcionamento do mercado de produtos e no mercado de factores produtivos - naquilo que eles pressupõem, no modo como eles se formam e manifestam as decisões individuais das empresas e das famílias, como se formam os preços e como os preços determinam a produção, a repartição e consumos de bens e serviços.

A Macroeconomia incide na conduta de toda a economia, isto é, concentra-se no estudo de questões que se prendem com as interdependências de um *valor médio* (o dos preços), com alguns *valores totais* (os da produção, do rendimento e do emprego); a perspectiva macroeconómica avalia as relações gerais entre mercado de bens, de factores, de recursos, de informação - encarnados não nos detalhes das unidades em que se decompõem, mas como um todo.

A Macroeconomia lida com valores agregados

Valores agregados { Oferta agregada - conjunto total de bens e serviços que uma economia nacional produz  
Procura agregada - total das despesas envolvidas na aquisição e uso desses bens e serviços

#### n) A PRODUTIVIDADE

Produtividade - quantidade de bens e serviços que cada trabalhador é capaz de produzir, em média, numa unidade de tempo - o "output" por hora.

A produtividade poderá aumentar em função de:

- grau de aptidão;
- tecnologia utilizada;
- organização empresarial;

- estabilidade política e jurídica;
- grau de confiança nas instituições;
- grau de reconhecimento social do seu esforço;
- nível do poder de compra proporcionado pelo salário auferido.

o) A FRONTEIRA DE POSSIBILIDADES DE PRODUÇÃO

Fronteira de Possibilidade de Produção (FPP) – define aquilo que é possível produzir numa determinada economia atendendo aos recursos disponíveis.

Qualquer ponto da FPP representa uma situação de eficiência produtiva (EP) - todos os recursos produtivos estão a ser utilizados no seu máximo. ✓

Alargamento da FPP – variação que resulta fundamentalmente do aumento de tecnologia disponível ou de influxos migratórios.

Princípio do Rendimento ou Produtividade Marginal decrescente – À medida que se acrescentam mais doses de um factor variável a um factor fixo (*à medida, portanto, que os custos marginais de oportunidade crescem*), verifica-se um rendimento ou produtividade marginal decrescente.

Vale de eficiência – é a zona que se situa no intervalo da “*encosta de custos crescentes*” e da “*encosta de custos decrescentes*” e na qual não existem custos crescentes significativos. ✓

Inflação – subida generalizada do nível dos preços e que é consequência possível da intervenção do Estado na economia. A causa mais frequente deste fenómeno é o aumento de moeda em circulação sem o correspondente aumento do volume de transacções.

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

## CAPÍTULO 2 – O MODO DE PENSAR DO ECONOMISTA

Regularidade – comportamento de uma variável.

Estatística – estuda as regularidades; estuda o “*como*” mas não o “*porque*”. Não tem preocupação de análise causal, mas sim do estabelecimento de:

- Tendências dominante;
- Correlações;
- Extrapolações.

Tendências – quando duas variáveis se comportam de um modo semelhante, seja em *termos paralelos* (no mesmo sentido), seja em *termos simétricos* (em sentido contrário).

Correlações – manifestações de uma variável num certo sentido que tendem a ser acompanhadas de manifestações de outras variáveis.

Extrapolações – projeções de regularidades para além do horizonte observável.

Em economia não se fala de causalidade mas sim de *probabilidades*. Os economistas fazem-no num pressuposto de “*ceteris paribus*”, que consiste no isolamento de dois, ou pouco mais de dois, aspectos variáveis como se o resto não existisse, isto é, se mantivesse constante, inalterado.

A ciência económica fornece algum grau indutivo de certeza (baseada em dados históricos estatísticos) e não certezas absolutas.

Teorias – são representações simplificadas da realidade, (um encadeamento de corolários) elaboradas a partir da estatística (da análise histórica). Uma teoria é sempre formulada em termos condicionais.

Dimensões da Economia

Dimensão descritiva – explicação de uma realidade que aconteceu.

Dimensão prescritiva – visa influenciar a realidade (transformá-la, introduzindo teorias económicas – assenta, sobretudo na teoria económica.

Modelos económicos – correspondem a mini-teorias, representações simplificadas da realidade a partir da escolha de um número limitado de variáveis. Têm uma componente mais explicativa do comportamento humano.

## CAPÍTULO 2 – O MODO DE PENSAR DO ECONOMISTA

Regularidade – comportamento de uma variável

Estatística – estuda as regularidades; estuda o “*como*” mas não o “*porque*”. Não tem preocupação de análise causal, mas sim do estabelecimento de:

- Tendências dominante;
- Correlações;
- Extrapolações.

Tendências – quando duas variáveis se comportam de um modo semelhante, seja em *termos paralelos* (no mesmo sentido), seja em *termos simétricos* (em sentido contrário).

Correlações – manifestações de uma variável num certo sentido que tendem a ser acompanhadas de manifestações de outras variáveis.

Extrapolações – projecções de regularidades para além do horizonte observável.

Em economia não se fala de causalidade mas sim de *probabilidades*. Os economistas fazem-no num pressuposto de “*ceteris paribus*”, que consiste no isolamento de dois, ou pouco mais de dois, aspectos variáveis como se o resto não existisse, isto é, se mantivesse constante, inalterado.

A ciência económica fornece algum grau indutivo de certeza (baseada em dados históricos estatísticos) e não certezas absolutas.

Teorias – são representações simplificadas da realidade, (um encadeamento de corolários) elaboradas a partir da estatística (da análise histórica). Uma teoria é sempre formulada em termos condicionais.

Dimensões da Economia

Dimensão descritiva – explicação de uma realidade que aconteceu.

Dimensão prescritiva – visa influenciar a realidade (transformá-la, introduzindo teorias económicas – assenta, sobretudo na teoria económica.

Modelos económicos – correspondem a mini-teorias, representações simplificadas da realidade a partir da escolha de um número limitado de variáveis. Têm uma componente mais explicativa do comportamento humano.

**NOTA:** O modelo a utilizar no novo estudo é o Modelo Concorrencial (*Concorrência Perfeita*).

Embora o modelo de "*Concorrência Perfeita*" não exista na realidade, ele funciona como paradigma que serve para analisar os outros modelos.

Pressupostos deste modelo:

1. existência de contrapartes com interesses divergentes mas complementares (*família/empresas – compradores/fornecedores*);
2. racionalidade maximizadora egoística (*lei do menor esforço*);
3. sem necessidade de intervenção do Estado (o mercado, através do mecanismo de preços, assegura a sua própria estabilidade).
4. informação perfeita e sem custos (preço único para um único bem)

Egoísmo (em termos económicos) – é a conduta orientada pela finalidade do interesse próprio (satisfação pessoal).

#### O papel dos preços

À medida que cresce o número de vendedores concorrentes num mercado, menos peso específico poderá cada um deles ter na formação dos preços; e, conquanto cada um se guie por um propósito maximizador e acalente o desejo de ver subir os preços com que vende, nenhum é capaz de fazê-lo com sucesso, pois a tentativa isolada, desacompanhada pelos seus concorrentes, lhe fará perder toda a sua clientela a favor destes.

Porque também não existe a possibilidade de baixar isoladamente os preços com sucesso – visto que o abaixamento viável será acompanhado por todos, anulando a vantagem competitiva, e não é racional seguir-se pelo abaixamento inviável, isto é, aquele que coloca o preço de mercado a um valor inferior ao custo *médio* do bem ou serviço oferecido –, daqui resulta que ao concorrente é retirado o poder de mercado, ficando ele na posição de simples receptor passivo de um nível de preços, na posição que é habitualmente designada como a de "*price taker*".

O consumidor, que está do lado oposto ao desta "guerra de preços" que opõe entre eles os vendedores, é o principal beneficiado, mas ele, no entanto, também tende a ser um "*price taker*", uma unidade somiente na multidão de consumidores que acorrem ao mercado, incapaz de opor-se com sucesso aos preços dominantes.

No modelo em análise, pressupõe-se que a escolha é determinada pelo preço, que é um elemento sinalizador, e que existe uma multiplicidade da oferta e da procura (*atomicidade*).

#### Peculiaridades terminológicas

Quando se fala de custos, não se quer fazer alusão à noção habitual de despesa directa. O custo a que habitualmente alude o economista é o *custo de oportunidade*. Para ele, a noção-chave é a de *rendimento*, que se refere à variação, positiva ou negativa, da riqueza durante um determinado intervalo de tempo – ou, dito de outro modo, a taxa de

aquisição, ou perda, de riqueza nova, a capacidade de aumentar, manter ou diminuir o acervo estático da "riqueza" através de um *fluxo* produtivo.

1941 1942 1943 1944 1945 1946 1947 1948 1949 1950 1951 1952 1953 1954 1955 1956 1957 1958 1959 1960 1961 1962 1963 1964 1965 1966 1967 1968 1969 1970 1971 1972 1973 1974 1975 1976 1977 1978 1979 1980 1981 1982 1983 1984 1985 1986 1987 1988 1989 1990 1991 1992 1993 1994 1995 1996 1997 1998 1999 2000 2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024 2025

## CAPÍTULO 3 – INTERDEPENDÊNCIA E TROCAS

### I – COMÉRCIO INTERNACIONAL

Interdependência económica x especialização individual – a divisão social do trabalho está na origem das trocas económicas »»» cada cidadão persegue o seu interesse individual »»» todavia, em vez do caos, deparamo-nos com a Economia a funcionar perfeitamente »»» as trocas existem »»» elas não pressupõem uma relação intersubjectiva entre os agentes, mas antes uma relação de confiança institucional »»» a necessidade faz movimentar a Economia »»» qual a especialização necessária para garantir um bom funcionamento da Economia? »»» Teoria das vantagens absolutas (Adam Smith): “a principal causa para a especialização é a existência de uma vantagem absoluta produzindo ao menor custo possível” »»» vantagens óbvias (produtividade; criação de excedentes que podem ser trocados) »»» Exemplo desta teoria: “Tratado de Methuen”: vinho português x têxteis aduaneiros, com facilidades aduaneiras para ambos os países (Adam Smith encontrou falhas no Tratado e concluiu que Portugal produzia a custo mais baixo ambos os bens; tinha uma vantagem absoluta »»» Teoria das vantagens comparativas (David Ricardo): uma nação poderá ter vantagens em se especializar apenas numa produção (na sua vantagem comparativa) e deixar que as outras nações produzam aquilo que ela faz menos bem »»» Exemplo desta teoria: advogada x secretária – opção pela advocacia que é a actividade que gera maiores rendimentos »»» decisão com menor custo de oportunidade »»» escolha racional »»» vantagem relativa = actividade em que a produtividade líquida é maior e em que o custo de oportunidade da produção de bens e serviços é menor »»» espaço para todos na produção e na troca »»» Fontes de vantagens comparativas: Dotações naturais (ou herdadas) = aptidões inatas dos indivíduos; características naturais das nações (solo, subsolo, clima, geografia, etc.) + Dotações adquiridas = (as mais importantes das vantagens comparativas) reduzem-se ao capital humano (formação, educação e transmissão de conhecimentos entre gerações) e ao capital físico (que resulta do esforço humano) »»» são as dotações adquiridas que, de facto, promovem o desenvolvimento económico das nações, permitindo ganhar vantagens económicas »»» na formação do capital humano procura-se um crescimento sustentado de desenvolvimento (um maior nível de rendimento) no futuro, prescindindo-se de algum consumo no presente (é o custo de oportunidade) »»» Especialização (Vantagens, Desvantagens e Limites) »»» (V) redução do tempo de aprendizagem; (V) aumento da produtividade por via da concentração numa só função e a aquisição de “habilidade” na sua execução; (V) introdução de “elementos inventivos” que permitem melhorar o desempenho; (D) desumanização e carga desincentivadora que acarreta; (L) a própria dimensão do mercado (Ex.: restaurante de comida indonésia numa pequena aldeia do Alentejo profundo) »»» maior mercado = a maiores possibilidades de especialização »»» transposições para o nível internacional »»» as nações ganham mais quando se abrem mais ao comércio (maior dimensão = maior especialização = maior crescimento económico) »»» a opção pela aquisição de dotações é uma opção individual ou uma opção política tomada estrategicamente por uma nação (Ex.: Silicon Valley, nos EUA) »»» “Nova Economia” = sectores produtivos com investimentos intensíssimos em formação, capital humano e tecnologia »»» tecnologias de ponta transferidas para empresas menores, trazendo um desenvolvimento e capacidade de produção aceleradíssimos (Ex.: computadores, tecnologias de informação) »»» mudanças dramáticas (incorporação, ou não, dos novos contributos tecnológicos) e elevados custos sociais (desemprego,

desactualização de competências) »»» fenómeno da evolução capitalista verificado e analisado por Schumpeter »»» explicação da evolução capitalista através do "processo de destruição criativa" (monopólio; inovação; assimilação; destruição de sectores tradicionais »»» quanto mais pequeno for um país, maiores serão as vantagens da opção pela abertura do seu mercado e pelo "livre cambismo" »»» é a única possibilidade de especialização, de "descoberta" de mercados para os seus produtos e de importação por preços mais baixos dos produtos de que necessita »»» Integração europeia/ Livre circulação de pessoas, bens e capitais/ Mercado Único Europeu »»» a livre circulação de pessoas permite uma mais eficiente alocação de recursos »»» os maiores beneficiários são os consumidores »»» perdem alguns produtores, por razões óbvias »»» a abertura da economia incentiva a inovação no seio das empresas »»» a interdependência provoca o "efeito de dominó" e funciona, de certo modo, como "um seguro para a Paz" »»» o comércio internacional desenvolve-se sobretudo em termos multilaterais (as relações económicas bilaterais - nação para nação - conduzem na maior parte dos casos a relações multilaterais.

## CAPÍTULO 4 – AS FORÇAS DE MERCADO

Forças de mercado = oferta e procura »»» preferências e comportamentos típicos »»» agentes económicos agrupados em função das motivações da oferta e da procura.

Oferta – atitude típica daquele que se dirige ao mercado para entrega de um bem ou prestação de um serviço. O bem ou serviço é avaliado pelo custo de produção (*valor marginal do produtor/vendedor*).

Procura – atitude típica daquele que se dirige ao mercado para satisfazer as suas necessidades adquirindo um bem ou serviço. O bem ou serviço a adquirir é valorado pelo comprador em função da utilidade que lhe confere (*valor marginal do comprador*).

Bem ou serviço – aquilo a que o consumidor atribui um determinado valor em função da utilidade que lhe confere (*do valor marginal que lhe atribui*).

Mercado – espaço de encontro de vontades (*oferta e procura*). O mercado é a interacção do conjunto de vendedores e compradores, actuais e potenciais, que se interessam pela transacção de determinado produto ou factor de produção.

Preço – resultado do jogo entre a “oferta” e a “procura”.

A lógica de análise a utilizar a partir de agora no nosso estudo é a de que “há tantos mercados quantos os bens, serviços e factores que se transaccionam” associada ao pressuposto de “*ceteris paribus*” »»» relação preço / quantidade »»» situação em que é necessário estudar mais que uma realidade, ou seja, a existência de: a) – *bens de produção conjunta*; b) – *bens sucedâneos*; c) – *bens complementares*, assim caracterizados:

- a) Bens de produção conjunta – bens cuja produção de um implica necessariamente a produção de um outro oriundo da mesma “fonte” (*ex.*: a gasolina como principal produto de uma coluna de destilação de petróleo da qual saem outros derivados, como o gasóleo);
- b) Bens sucedâneos – bens que podem ser usados alternativamente, isto é, uns em vez dos outros (*ex.*: a manteiga e a margarina);
- c) Bens complementares – bens que não podem ser utilizados isoladamente, isto é, um sem o outro. Melhor dizendo, são bens que têm que ser utilizados conjuntamente para satisfação de uma necessidade (*ex.*: automóvel e gasolina).

*Nestes casos, mas só neles, a análise conjunta dos dois mercados – como se de um único mercado se tratasse – apresenta a vantagem de permitir detectar motivações dos agentes que passariam despercebidas numa análise separada.*

Nota 1: *é por isto que faz sentido estudar os dois mercados.*

Nota 2: *as relações não se concluem, presumem-se através da observação destes mercados.*

Nota "a latere":

Cada agente económico procura antes de mais resolver os seus problemas, abarcando nos seus problemas os daqueles que com ele vivem em economia comum, a sua "família". A sua prioridade não costuma ser a resolução de problemas colectivos, a liderança de um bloco de agentes económicos ou qualquer outro projecto de poder. E ainda bem, pois a racionalidade do agente será tanto maior quanto mais confinada estiver ao horizonte, quer da sua eficiência, quer do conhecimento cuja aquisição não lhe é demasiado dispendiosa.

(Na sequência discursiva)

## II - FORÇAS DO MERCADO (continuação)

**MERCADO** »»» análise do mercado concorrencial (pressuposto da análise da oferta e da procura) »»» três características fundamentais: a) atomicidade; b) liberdade; c) fluidéz »»»

a) - **ATOMICIDADE**: quantidade de agentes económicos que se encontram no mercado »»» multiplicidade de agentes do lado da oferta e da procura »»» por serem muitos, nenhum deles tem capacidade para influenciar a formação dos preços (não têm poder de mercado) »»» isoladamente, não podem influenciar o preço »»» assim, o vendedor, não podendo influenciar o preço, só tem uma forma de obter maiores ganhos, que é tornar-se mais eficiente, reduzindo os custos de produção »»» há quem diga que basta haver uma "atomicidade potencial" (em vez de uma "atomicidade efectiva") »»» teoria dos "mercados contestáveis" (o mercado pode ser concorrencial desde que exista uma atomicidade potencial, quando os agentes se sentem ameaçados e evitam a entrada de novos agentes) »»»

b) - **LIBERDADE** de entrada e saída dos agentes no mercado »»» o consumidor tem maior facilidade de entrada e saída »»» os produtores têm que ponderar os custos de entrada e saída (é mais complicado) »»» instalações, equipamentos, pessoal, publicidade »»» na saída do mercado há que considerar custos recuperáveis e custos irrecuperáveis ("sunk costs") »»» outra barreira de entrada no mercado é a escala de produção »»» há mercados que funcionam de modo eficiente quando existe, do lado da oferta, apenas um produtor (a escala mínima de eficiência é muito elevada) »»» pode produzir tanto que os custos marginais são mínimos e a procura "interpreta" facilmente a oferta »»» monopólios naturais (satisfazem toda a procura e ainda produzem mais com custos marginais ainda decrescentes) »»» a incomportabilidade dos custos marginais ainda está distante »»» o monopólio natural funciona como uma barreira económica natural à entrada de outros agentes da mesma natureza »»» barreiras de entrada de natureza jurídica (criam monopólios jurídicos) - ex.: exigência de licenças, alvarás, certificados de qualidade, segurança, ambiente e outros, etc. »»» no modelo concorrencial pressupõe-se a inexistência de barreiras de entrada e saída »»»

c) - **FLUIDÉZ**: combinação entre informação e racionalidade »»» de acordo com o modelo concorrencial a informação não tem custos »»» informação perfeita (consumidores e produtores) »»» assim sendo, a decisão que tomam é a mais racional »»» o consumidor que sabe os preços de um produto num mercado concorrencial vai proceder à aquisição do mais barato (é pressuposta a homogeneidade do produto) »»» consequência: maior vantagem para o consumidor e os vendedores com preços mais baixos têm que os alinhar »»» do princípio da fluidéz decorre que, num determinado momento, só existe um preço para o mesmo bem »»» na falha de uma destas características (atomicidade, liberdade, fluidéz), o mercado é de concorrência imperfeita »»» se falha a atomicidade podem ocorrer as seguintes situações: monopólio (falta de atomicidade do lado da oferta - um vendedor para uma multiplicidade de compradores); monopsónio (um comprador para uma multiplicidade

de vendedores); oligopólio (alguns – poucos – produtores para uma atonicidade de compradores – ex.: Coca-Cola, Pepsi-Cola); oligopsónio (alguns – poucos – compradores para uma multiplicidade de vendedores) »»» se falta a fluidez verifica-se uma situação de concorrência monopolista (muitos produtores, mas cada um tem algum poder de mercado porque cada um deles vende um bem ou serviço diferenciado) »»» cada produtor vai buscar “nichos” de mercado, podendo influenciar o preço (tem poder de mercado) »»» OFERTA »»» dois aspectos: preço e quantidade »»» o comportamento típico do produtor é vender a maior quantidade possível com o maior preço possível »»» LEI DA OFERTA: quanto maior for o preço, maior será a quantidade oferecida; quanto menor for o preço, menor será a quantidade oferecida (correlação directa) - aumento de preço, produtores incentivados a produzir mais; a diminuição de preço tem como contrapartida directa a diminuição da produção.

CURVA DA OFERTA (curva positivamente inclinada para a direita e para cima) – Ver Manual de referência (3.ª edição – página 149)

»»» quando existe uma alteração do preço, há uma deslocação ao longo da curva da oferta »»» quando se verifica a ocorrência de outros factores (que não o preço) que influenciam a quantidade oferecida, verifica-se uma alteração da própria curva (a curva é substituída por outra) »»» estes outros factores são: variação de custos de produção, tais como salários, electricidade, etc. (menores custos de produção proporcionam maior volume da quantidade oferecida); rendibilidade de produções alternativas (por exemplo, a substituição da produção de trigo por milho) »»» transferência para produção alternativa; tecnologia – em princípio, faz baixar, na área de produtos, os custos de produção »»» produção de bens mais evoluídos tecnologicamente (ex.: DISCMAN x MP3 x IPOD); dimensão do produtor: situação em produzir mais para obtenção de economia de escala »»» o produtor poderá não querer aumentar a produção e reservar capacidade produtiva para o futuro; objectivos do produtor: expectativas económicas do lado do produtor. ex.: o produtor tem consciência de que no seu sector de produção vai haver proximamente uma inovação tecnológica mais eficiente »»» a quantidade oferecida tende a diminuir; stock em excesso »»» perspectiva de diminuição dos preços e colocação dos stocks no mercado (efeito de Édipo, isto é, se todos os produtores reagirem da mesma forma, o preço desce); influências especiais: ex.: catástrofe natural; crise política aguda, etc.

Procura »»» 2 variáveis: preço e quantidade »»» preço aumenta »»» quantidade procurada tende a diminuir »»» preço diminui »»» correlação inversa.

CURVA DA PROCURA (curva negativamente inclinada para a direita e para baixo) – Ver Manual de referência (3.ª edição – página 153)

Efeitos que podem provocar deslocações ao longo da curva da procura e que são determinados pela variação de preços »»» efeito de substituição: possibilidade de substituição, por iniciativa do consumidor, de bens habitualmente consumidos por bens sucedâneos, designadamente por bens sucedâneos perfeitos que são aqueles com maior possibilidade de substituírem outros; efeito de rendimento: (consideramos que o rendimento é o mesmo e apenas o preço se modificou) – para conseguir manter o consumo de outros bens necessários, o consumidor reduz o consumo deste bem cujo preço aumentou »»» Efeitos que podem provocar deslocações na própria curva da procura e nos quais as variações de preço não são determinantes »»» rendimento disponível: a um maior

rendimento corresponde um maior consumo, enquanto que um menor rendimento proporciona um consumo menor (ex.: redução ou aumento dos impostos) – em regra, as alterações no rendimento saldam-se numa correlação directa designadamente no que se refere a *bens normais* e *bens de luxo* (ou *bens superiores*), isto é, para maior rendimento, maior quantidade de *bens normais* e *de luxo* oferecida e, inversamente, e relativamente a *bens inferiores*, para maior rendimento, menor quantidade procurada; relação de complementaridade e substituições: (implica a existência de *bens sucedâneos* e de *bens complementares*) – relativamente a *bens sucedâneos*, verifica-se uma correlação inversa, isto é, a um bem com um preço maior corresponde uma menor quantidade procurada desse bem e uma maior quantidade procurada de um bem sucedâneo – relativamente a *bens complementares*, verifica-se que para uma menor oferta de um bem (ex.: automóveis) se verifica uma menor procura de um bem complementar (ex.: combustível); alterações no gosto do consumidor: numa situação normal, a um maior preço do bem ou do serviço corresponde uma menor quantidade procurada – há, no entanto excepções ditadas pelo gosto do consumidor nas quais este estabelece e valoriza uma relação de preço/qualidade (“*se é caro, deve ser bom*”) que o leva a uma maior procura de bens mais caros em detrimento dos bens mais baratos; consumo ostensivo (conspícuo): o consumidor dá preferência a produtos mais caros e exclusivos (não contrafeitos); efeito de publicidade: efeito sugestivo que provoca necessidades reais e muitas vezes induzidas (a publicidade informa e influencia).

#### SIMPLIFICANDO

CURVA DA OFERTA (curva positivamente inclinada para a direita e para cima) – Ver Manual de referência (3.ª edição – página 149)

Quando existe uma alteração do preço, há uma deslocação ao longo da curva da oferta.

Quando se verifica a ocorrência de outros factores (que não o preço) que influenciam a quantidade oferecida, verifica-se uma alteração da própria curva (a curva é substituída por outra).

Estes outros factores são:

- Variação de custos de produção, tais como salários, electricidade, etc. (menores custos de produção proporcionam maior volume da quantidade oferecida);
- Rendibilidade de produções alternativas: (por exemplo, a substituição da produção de trigo por milho) »»»» transferência para produção alternativa;
- Tecnologia – em princípio, faz baixar, na área de produtos, os custos de produção »»»» produção de bens mais evoluídos tecnologicamente (ex.: DISCMAN x MP3 x IPOD);
- Dimensão do produtor: situação em produzir mais para obtenção de economia de escala »»»» o produtor poderá não querer aumentar a produção e reservar capacidade produtiva para o futuro;
- Objectivos do produtor: expectativas económicas do lado do produtor (ex.: o produtor tem consciência de que no seu sector de produção vai haver proximamente uma inovação tecnológica mais eficiente) »»»» a quantidade oferecida tende a diminuir;

- Stock em excesso »»» perspectiva de diminuição dos preços e colocação dos stocks no mercado (*efeito de Édipo, isto é, se todos os produtores reagirem da mesma forma, o preço desce*);
- influências especiais: ex.: catástrofe natural; crise política aguda, etc. »»» variações ao longo da curva = base preços – variações na curva = outros factores que não o preço.

CURVA DA PROCURA (curva negativamente inclinada para a direita e para baixo) – Ver Manual de referência (3.ª edição – página 153)

Efeitos que podem provocar deslocações ao longo da curva da procura e que são determinados pela variação de preços:

- Efeito de substituição: possibilidade de substituição, por iniciativa do consumidor, de bens habitualmente consumidos por bens sucedâneos, designadamente por *bens sucedâneos perfeitos* que são aqueles com maior possibilidade de substituírem outros;
- Efeito de rendimento: (consideramos que o rendimento é o mesmo e apenas o preço se modificou) – para conseguir manter o consumo de outros bens necessários, o consumidor reduz o consumo deste bem cujo preço aumentou.

Efeitos que podem provocar deslocações na própria curva da procura e nos quais as variações de preço não são determinantes:

- Rendimento disponível: a um maior rendimento corresponde um maior consumo, enquanto que um menor rendimento proporciona um consumo menor (ex.: redução ou aumento dos impostos) – em regra, as alterações no rendimento saldam-se numa correlação directa designadamente no que se refere a *bens normais* e *bens de luxo* (ou *bens superiores*), isto é, para maior rendimento, maior quantidade de *bens normais* e *de luxo* oferecida e, inversamente, e relativamente a bens inferiores, para maior rendimento, menor quantidade procurada;
- Relação de complementaridade e substituições: (implica a existência de *bens sucedâneos* e de *bens complementares*) – relativamente a *bens sucedâneos*, verifica-se uma correlação inversa, isto é, a um bem com um preço maior corresponde uma menor quantidade procurada desse bem e uma maior quantidade procurada de um bem sucedâneo – relativamente a *bens complementares*, verifica-se que para uma menor oferta de um bem (ex.: automóveis) se verifica uma menor procura de um bem complementar (ex.: combustível);
- Alterações no gosto do consumidor: numa situação normal, a um maior preço do bem ou do serviço corresponde uma menor quantidade procurada – há, no entanto excepções ditadas pelo gosto do consumidor nas quais este estabelece e valoriza uma relação de preço/qualidade (“se é caro, deve ser bom”) que o leva a uma maior procura de bens mais caros em detrimento dos bens mais baratos;
- Consumo ostensivo (conspícuo): o consumidor dá preferência a produtos mais caros e exclusivos (não contrafeitos); efeito de publicidade: efeito sugestivo que provoca necessidades reais e muitas vezes induzidas (a publicidade informa e influencia).

Bens de Giffen + Bens de Veblen (consumo ostensivo) = bens que se considera que contrariam a lei da procura.

Bens de Giffen – bens relativamente aos quais o preço diminui quando a quantidade procurada aumenta.

Bens de Veblen – bens que são objecto de maior procura quando o preço é mais elevado (ex.: escassez da batata no século XIX – bem não substituível e com grande peso específico na alimentação da época).

### As expectativas

O nível da procura dependerá muito frequentemente das expectativas do consumidor quanto à evolução, seja dos preços, seja do seu próprio rendimento disponível.

Se levarmos em conta que a *poupança* é a conversão do rendimento presente em consumo futuro, aquele que julga que o seu rendimento decairá no futuro começa desde já a restringir o consumo, com a convicção de que a poupança presente permitirá amortecer o impacto desse declínio futuro, enquanto que aquele que se convence da iminência de um aumento de rendimento perderá o incentivo a poupar e poderá mesmo antecipar o nível de consumo que só essa melhoria de rendimento permitirá sustentar futuramente.

Aquele que julga que os preços subirão antecipará o consumo – fugindo do custo adicional que essa subida representará no seu consumo –, se porventura os bens são armazenáveis e a subida de preços prevista não é tão longínqua que acabe por não interferir nos custos de oportunidade de adiamento do consumo; e aquele que julga que os preços descerão adiará o consumo, esperando conseguir futuramente baixar os custos inerentes aos seus níveis de consumo (é por essa mesma razão que há quem sustente que a procura de computadores está sempre aquém do seu nível potencial, dada a aludida expectativa de persistente melhoria da relação “qualidade-preço”). E também aqui aquele que antecipa o consumo tende a provocar a subida de preços que ele previra, tal como aquele que adia o consumo tende a fazer baixar os preços, determinando a queda de preços com que contava.

Os agentes económicos actuam no presente com base na ideia que fazem do comportamento dos preços no futuro.

### O preço e quantidade de equilíbrio

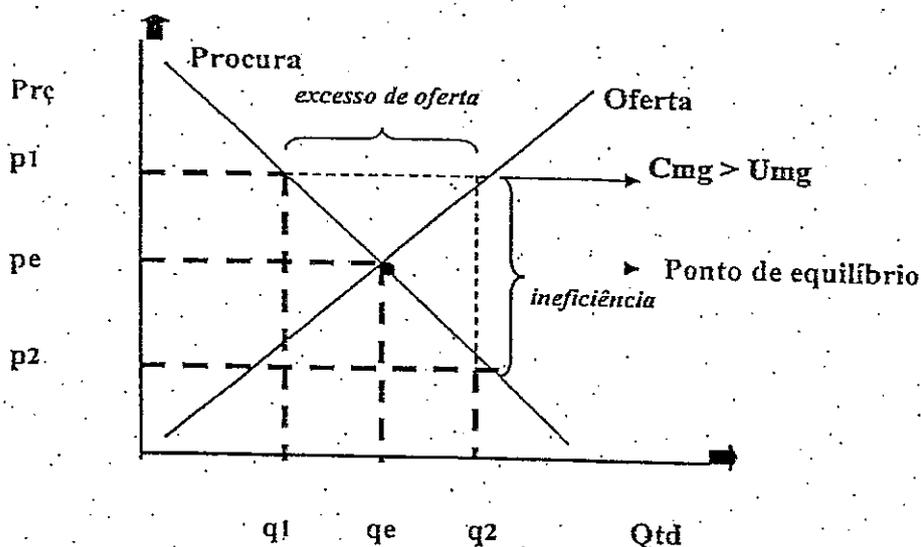
Num contexto de funcionamento livre das forças do mercado, o preço representa a avaliação que ambas as partes, nas trocas, fazem dos bens e serviços transaccionados, e por isso ele espelha a escassez desses objectos das transacções. Quando um preço estabiliza, ele transmite às partes a informação de que aquele é o limite máximo do incentivo para produzir e para consumir, e que uma das partes não consegue prosseguir para lá daquele ponto sem detrimento da posição da outra.

O gráfico em que se cruzam as curvas da oferta e da procura é designada de “cruz marshalliana” – visto que ela é atribuída ao economista Alfred Marshall [1842-1924] –, e o

ponto de intersecção é precisamente esse ponto de equilíbrio, ponto de coincidência entre um preço de equilíbrio e uma quantidade de equilíbrio.

### CRUZ DE MARSHALL

Representação conjunta da curva da oferta com a curva da procura



O ponto de equilíbrio na Curva de Marshall representa o ponto de satisfação (comprador/vendedor) – é o ponto de encontro dos custos marginais e dos benefícios marginais.

### Ideia muito importante a reter:

Varição no preço »»» provoca deslocações ao longo da curva

Varição de outros factores »»» provoca a deslocação da própria curva

### DEFINIÇÕES:

Lei da oferta (de natureza probabilística: relaciona um antecedente/causa com um conseqüente/efeito): "as quantidades disponíveis (produzidas) dependem do preço, isto é, o produtor está disposto a produzir numa correlação directa com o preço (*ceteris paribus*)".

A Lei da oferta tem excepções: *efeito de rendimento* e *efeito de substituição*.

Lei da procura: Quando o preço aumenta, diminui a procura; quando o preço diminui, aumenta a procura.

“Lei da Oferta e da Procura” – No simples pressuposto da liberdade das trocas, os preços efectivamente praticados no mercado tendem a convergir para um preço de equilíbrio.

Lei dos custos marginais crescentes: à medida que a produção aumenta (a curva da oferta cresce), aumentam os custos marginais.

Lei da utilidade marginal decrescente: à medida que o preço aumenta (a curva da procura cresce), diminui a utilidade marginal.

### A formação do equilíbrio

O ponto de equilíbrio da cruz de Marshall representa o *ponto de satisfação* (comprador/vendedor) – é o ponto de encontro dos custos marginais e dos benefícios marginais.

O ponto de equilíbrio é ainda um ponto de estabilidade porque ele é o único em que podemos afirmar que ambas as partes nas trocas estão a fazer precisamente aquilo que querem, ou seja, os vendedores e os compradores estão a transaccionar precisamente as quantidades pretendidas – *aquele preço*. No ponto de equilíbrio atingiu-se o máximo de satisfação combinada dos interesses de vendedores e de compradores que, naquele momento no mercado, era alcançável.

É, pois, o próprio mecanismo dos preços que, com algum automatismo, faz o mercado chegar, e regressar, a uma posição vantajosa para os dois lados envolvidos nas trocas, a uma posição em que, dadas aquelas escalas de preferências – aquelas curvas da procura e da oferta – nada se conseguiria fazer de mais eficiente.

### A afectação de recursos através dos tempos

O poder explicativo do modelo da oferta e da procura alicerça a confiança da Economia no mecanismo dos mercados como meio de resolução em liberdade dos principais problemas económicos.

A *oferta* designa o universo de todos aqueles actos singulares com que, recorrendo a bens ou aptidões nossos, contribuimos para a satisfação das necessidades alheias; a *procura* designa o conjunto de contributos para a satisfação das nossas necessidades que podemos retirar de bens ou aptidões alheias – através da oferta *tornamo-nos úteis*, através da procura *utilizamos*.

### Desequilíbrio e equilíbrio

Se a curva da oferta se deslocar como um todo no sentido da expansão, no sentido de serem maiores as quantidades oferecidas a qualquer nível de preços, então o preço de equilíbrio tenderá a descer tanto mais quanto mais inelástica for a procura. Daí que um aumento generalizado da oferta de produtos agrícolas, nomeadamente em função de um bom ano agrícola, tenha a tendência, perante uma procura inelástica, a determinar uma queda acentuada do preço de equilíbrio, uma quebra mais do que proporcional ao

aumento das quantidades oferecidas – não bastando a subida das vendas para compensar a descida do preço por unidade vendida – e que tem, por isso, a consequência de resultar numa deterioração da receita dos vendedores dos produtos agrícolas.

Esse resultado há muito que é conhecido sob a designação de “efeito de King”, a constatação, algo paradoxal, de que um bom ano agrícola pode significar a ruína dos agricultores, tal como um mau ano agrícola pode, pelas mesmas razões, contribuir para a fortuna dos agricultores que conseguirem manter-se no mercado. Isso deve-se à *inelasticidade* da procura de certos produtos agrícolas, que faz com que a quebra de vendas seja menor do que o aumento de preços.

Opinião do Prof. Fernando Araújo:

*A conjugação do efeito de queda de preços em anos abundantes e de redistribuição aleatória da riqueza – sem critério – em anos agrícolas maus, tornam inteiramente justificado o recurso a medidas de estabilização dos preços e de garantia de rendimentos agrícolas, com maior ou menor intervenção do Estado; medidas que se podem dividir em duas vertentes: a da constituição de reservas e a da estabilização directa dos preços.*

Estabilização e desestabilização através da especulação

A *especulação* depende da forma como os agentes económicos reagem perante a variação dos preços e pode ter dois efeitos:

- A especulação pode ter um *efeito estabilizador* dos preços do lado da procura: a uma subida de preços segue-se uma reacção dominada pela expectativa de que os preços voltarão a cair, uma reacção que imediatamente provoca a própria queda prevista (ou afloramento do “Efeito de Édipo”), amortecendo assim os efeitos da pressão no sentido da subida dos preços.
- Mas a especulação também pode ter um efeito desestabilizador, isto é, amplificador das oscilações de preços no mercado, naqueles casos em que as expectativas são de que uma primeira subida de preços seja o prenúncio de subidas ulteriores mais graves, caso em que a reacção compreensível irá no sentido de se intensificar o consumo, antecipando-o, antes que os preços voltem a subir.

Viscosidade dos preços – é a demora na verificação das variações de preços em resposta a estímulos do mercado.

O Princípio de Hotelling

Este princípio refere que “o preço dos recursos naturais não-renováveis tende a variar proporcionalmente à taxa de juro real – visto que o seu preço presente não é mais do que o valor presente do preço esperado para esses recursos em períodos subsequentes, sendo pois o preço presente inteiramente dominado por esse propósito especulativo”.

Princípio de Hotelling – (corrente Malthusiana) – tinha uma visão catastrófica relativamente aos recursos naturais não renováveis »»» já incluem no seu preço um factor que corresponde à sua escassez futura.

Esta constatação de Harold Hotelling deriva das previsões de Thomas Malthus segundo as quais o constante aumento do preço relativo dos recursos naturais não-renováveis levaria, paulatina mas irreversivelmente, ao abandono do seu uso e à sua substituição por outros recursos sucedâneos, antes mesmo do respectivo esgotamento.

Com efeito, o “Princípio de Hotelling” desconsidera os efeitos do progresso tecnológico sobre o aproveitamento de recursos naturais não-renováveis, os quais podem provocar a manutenção e até a descida do preço dos recursos no longo prazo, facto que acabou por verificar-se generalizadamente.

Deficiência deste princípio: não integra as consequências do progresso tecnológico (ex.: reciclagem).

#### A elasticidade da procura

Na sua acepção mais vasta, a elasticidade é a amplitude da reacção dos agentes económicos à alteração de condições fundamentais da sua actividade – mais especificamente, a reacção às variações das condições dos mercados, e às resultantes flutuações de preços dos produtos ou de rendimentos dos factores.

Elasticidade – é a forma como a quantidade (oferecida ou procurada) se comporta quando existe *elasticidade de preços* ou *elasticidade de rendimento*. Em abstracto e no sentido de amplitude, é a sensibilidade que uma variável demonstra face a alterações de uma outra variável.

A elasticidade-preço da procura (sentido amplo) denota a sensibilidade, maior ou menor, das reacções dos consumidores às alterações dos preços dos bens e serviços – uma medida percentual, que se refere à amplitude das variações de quantidades procuradas que acompanham as variações de preços.

Elasticidade preço da procura (subjectiva) – sensibilidade que a procura revela quanto às oscilações do preço de um determinado bem ou serviço. Mede a descida da procura face ao aumento do preço.

Alguns efeitos dominantes no condicionamento dessa sensibilidade:

- > Efeito de rendimento: a sensibilidade tende a aumentar se as limitações orçamentais do sujeito económico estão a ser atingidas.
- > Efeito de substituição: a elasticidade tende igualmente a aumentar se o consumidor dispõe de alternativas, e pode fugir dos aumentos de preços de um bem substituindo o respectivo consumo pelo consumo de bens sucedâneos daquele cujo preço relativo não tenha aumentado.

Disposibilidade - tempo da reacção ou seja o tempo q se demora a reagir

- > Essencialidade das necessidades: a elasticidade é, por definição, reduzida quanto àquele bens que satisfazem necessidades primárias, as necessidades cuja satisfação é imprescindível, e essa mesma elasticidade tende a aumentar na área das necessidades secundárias, até ao limite do consumo que cada um possa ter por supérfluo. Trata-se do corolário dos efeitos de rendimento e substituição.
- > Perspectiva temporal: a passagem do tempo faz aumentar a elasticidade, porque dá ao consumidor mais oportunidades de reacção, permitindo-lhe explorar várias "vias de fuga" em relação ao consumo cujo custo aumentou, adoptando novos hábitos, novas tecnologias, ou até atitudes concertadas de pressão no mercado. Com a passagem do tempo, toda a elasticidade tende a aumentar, e a aumentar até ao seu limite máximo.

O cálculo da elasticidade

A elasticidade-preço da procura (EPP) é calculada como um quociente entre a variação percentual das quantidades procuradas de um bem ou serviço e a variação percentual do respectivo preço.

$$EPP = \frac{\Delta \% \text{ Qtd}}{\Delta \% \text{ Prç}}$$

- >1 = procura elástica
- 1 = elasticidade unitária
- <1 = procura rígida
- 0 = rigidez absoluta

Quando o aumento dos preços determina a fuga total dos consumidores e o fim de qualquer transacção, ou o abaixamento dos preços cria um mercado aí onde ele não existia, faz crescer o número de consumidores a partir do zero, ocorre uma situação de elasticidade perfeita ou infinita.

Há bens relativamente aos quais os consumidores reagem de forma menos evidente quando o preço varia. Ex.: o pão – não há elasticidade da procura, antes pelo contrário, verifica-se uma rigidez da procura.

No caso de livros ou de CD's, a reacção é mais evidente. Há elasticidade da procura.

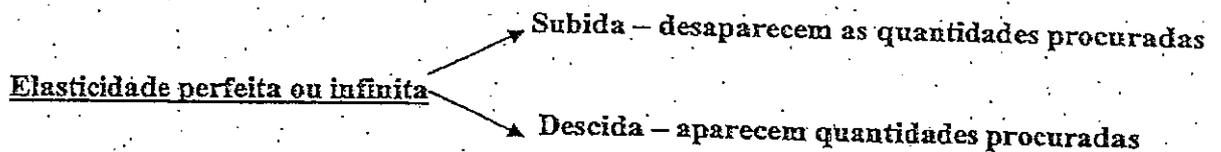
Outra forma de apresentação:

$$\text{Cálculo da elasticidade} = \frac{\text{Variação \% das quantidades procuradas}}{\text{Variação \% dos preços}}$$

Resultado:

- > 1 ⇒ Procura elástica
- < 1 ⇒ Procura inelástica

- = 1  $\Rightarrow$  Elasticidade unitária
- = 0  $\Rightarrow$  Procura rígida ou totalmente inelástica



Elasticidade preço da oferta – sensibilidade que a oferta revela quanto às oscilações do preço de um determinado bem ou serviço. Mede a descida da oferta face à diminuição do preço. Mesmo método de cálculo e mesmas designações relativamente à elasticidade.

3 factores que influenciam a elasticidade da oferta:

- Bens cuja quantidade oferecida não pode aumentar (ex.: quadro de um pintor já falecido)
- Recursos fixos cuja oferta não pode aumentar
- Quantidades oferecidas não reagem tão rapidamente como as quantidades procuradas

Elasticidade procura rendimento – mede as oscilações das quantidades procuradas de determinados bens face às oscilações do rendimento (*ceteris paribus*, só varia o rendimento do consumidor).

Tipos de bens:

- Superiores – cujo consumo tem um aumento superior ao aumento do rendimento
- Normais – elasticidade da procura rendimento entre 0 e 1
- Inferiores – bens cujo consumo diminui quando o rendimento aumenta (bens de fraca qualidade – ex.: vinhos baratos) – elasticidade negativa = 0

Elasticidade cruzada (2 bens) – mede as oscilações das quantidades procuradas de um determinado bem face à variação de preços de outros bens.

Positiva	$\Rightarrow$	bens sucedâneos	$\Rightarrow$	relação positiva
Negativa	$\Rightarrow$	bens complementares	$\Rightarrow$	relação negativa
Nula	$\Rightarrow$	bens sem relação de consumo	$\Rightarrow$	relação nula (?)

## CAPÍTULO 5 – A INTERVENÇÃO DO ESTADO NO MERCADO

Intervenção do Estado no mercado



Injustiça nos resultados

Insuficiência no funcionamento

Vai contrariar a tendência de equilíbrio espontâneo do mercado

Efeitos perversos e, às vezes, contraditórios:

- Escassez – carência absoluta
- Aparecimento de mercados paralelos
- Ganhos “subterrâneos” por parte de sujeitos que nada acrescentam ao mercado produtivo (intermediários e especuladores)
- Os recursos não chegam aos destinatários previstos por causa desses intermediários e especuladores.
- Etc.

Tipos de intervenção do Estado

- a) Intervenção administrativa por via da fixação de preços máximos – gera excesso de procura e carência na oferta. Só faz sentido fixar preços máximos abaixo do *ponto de equilíbrio*.
- b) Intervenção administrativa por via da fixação de preços mínimos – provoca excesso de oferta em relação à procura.

Fixação administrativa dos preços:

- Abaixo do ponto de equilíbrio (1.)
- Acima do ponto de equilíbrio (2.)

### 1. Congelamento de rendas

Fixação de preços máximos abaixo do ponto de equilíbrio »»» foram estabelecidos “tectos máximos” (medida de política social) »»» funcionou bem no curto prazo »»» a oferta e a procura de habitação tendem a ser rígidas no curto prazo »»» um dos factores que determina uma maior elasticidade da oferta é o decurso do tempo »»» no longo prazo, verificou-se uma elasticidade da oferta »»» os potenciais senhorios restringiram a intenção de alugar »»» a procura aumentou e a oferta retraiu-se »»» o “gap” (intervalo) entre a oferta e a procura ficou cada vez maior »»» carência (escassez) absoluta de habitações para alugar »»» crescimento do mercado alternativo (venda de habitação) e do mercado paralelo »»» recurso a subterfúgios financeiros para desocupar/ocupar habitações »»» Conclusão: a intervenção do Estado gera perda de eficiência em termos de

geração de absoluto bem-estar e degradação (destruição) do bom funcionamento do mercado »»» liberalização do mercado »»» produz resultados a prazo »»» o "regresso ao mercado" não é imediato »»» o tempo regulará a situação »»» caminho para retorno à eficiência económica.

## 2. Fixação de salários mínimos

Fixação de preços mínimos acima do ponto de equilíbrio »»» objectivo do salário mínimo: garantir um nível de vida digno »»» geram-se, todavia, desequilíbrios, designadamente uma maior oferta (por parte do trabalhador) e uma menor procura (por parte das empresas) »»» surge o desemprego »»» o estabelecimento do salário mínimo revelou-se benéfico para os trabalhadores que "chegaram primeiro", porque beneficiam de um salário, e gravoso para outros, que ficam no desemprego »»» resultado da visão social do Estado »»» se não houvesse salário mínimo, os salários seriam muito mais baixos »»» assim, na situação de estabelecimento de salários mínimos, o custo social para o Estado é mais baixo relativamente à situação de salários mais baixos (sem imposição administrativa) »»» os desempregados de um determinado sector de actividade tendem a deslocar-se para outro sector »»» incentivos à formação »»» no entanto, surgem também situações de mercado paralelo (negro) muitas vezes com níveis salariais inferiores ao preço de equilíbrio (o que resulta da situação ilegal dos trabalhadores) »»» há também um certo "prémio de risco" para os empresários por contratarem mão-de-obra nesta situação precária »»» Conclusão: ineficiência económica.

## 3. Impostos

Outra forma de intervenção do Estado no preço ocorre por via dos impostos »»» o imposto que incide sobre as transacções tem reflexos nos preços, influenciando o mercado »»» impostos indirectos que incidem sobre as trocas, de forma indiscriminada (incidem sobre a despesa em vez de incidirem sobre a riqueza) »»» os impostos podem incidir legalmente sobre o lado da oferta e sobre o lado da procura »»» em termos económicos, o importante não é a legalidade mas sim quem suporta os impostos »»» contribuinte de direito (o que paga o imposto à Administração Fiscal) »»» contribuinte de facto (aquele que suporta o peso dos impostos) »»» repercussão do imposto: capacidade de transferência do peso económico do imposto para terceiros »»» se o imposto é suportado pelos consumidores (procura), isso significa que ao preço de mercado ainda se tem que acrescentar o peso do imposto (o comprador paga mais) »»» aumento dos preços = retracção dos compradores (*contração da curva da procura*) »»» se forem os vendedores (oferta) a suportar o imposto, acontece a *contração da curva da oferta* »»» os vendedores recebem menos pelo bem que estão a vender »»» uma parte do preço (o imposto) é entregue ao Estado »»» Conclusão: a parte que suporta efectivamente o imposto é aquela que apresenta uma maior rigidez.

## CAPÍTULO 6 – A PROCURA EM MERCADOS CONCORRENCIAIS

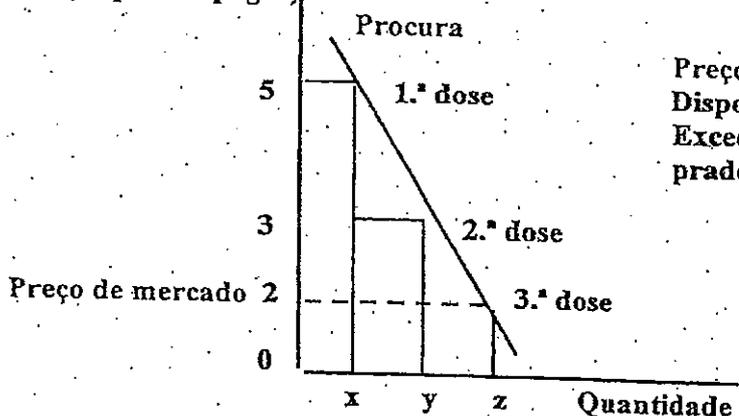
A primeira ideia que determina a intenção de comprar é a utilidade »»» originada na revolução marginalista (Jevons, Menger e Walrás) »»» conceito objecto de aperfeiçoamento »»» encontraram-se limitações no conceito »»» é difícil, pouco objectivo estabelecer uma classificação cardinal da utilidade »»» pode-se dizer, isso sim, que um bem, ou uma combinação de bens, é mais útil que outra »»» passamos a uma lógica de utilidade ordinal »»» construção parétiana ( de Vilfredo Pareto) »»» Paul Samuelson, em 1938, propõe que a utilidade deve ser completada por uma ideia de preferências reveladas »»» reveladas através da disposição de pagar »»» padrão comum para avaliar as preferências »»» a partir do conceito de disposição de pagar, tenta-se medir o ganho das trocas (ex.: grau de utilidade/disposição de pagar que alguém, sequioso, no meio do deserto, atribui à primeira dose de água que consegue comprar e às seguintes).

NOTA: Para melhor entendimento do esquema abaixo, convém consultar o Manual de referência

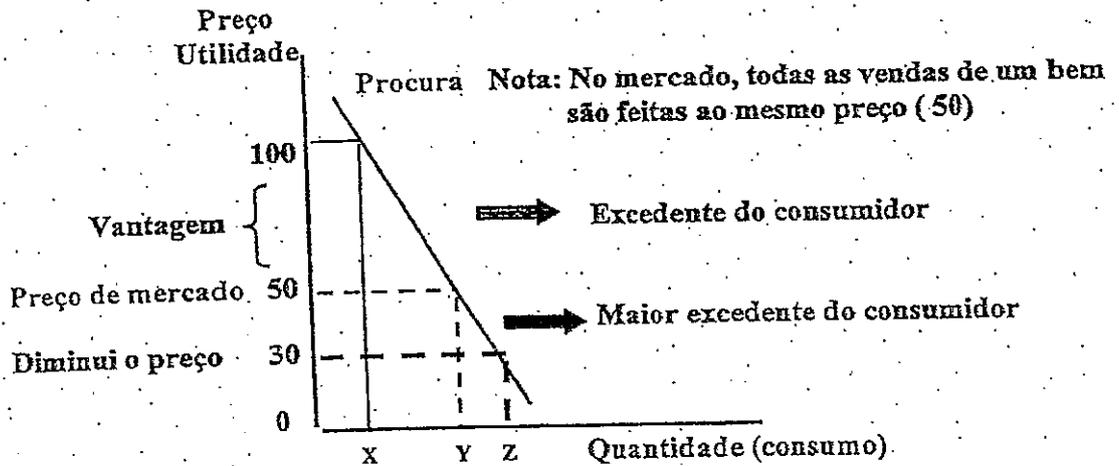
### CONSTRUÇÃO A PARTIR DA 1.ª LEI DE GOSENEN

1.ª Lei de GOSENEN – a intensidade das necessidades (a utilidade) decresce à medida que vão sendo fabricadas (na aplicação a este caso, adquiridas/consumidas) doses excessivas do mesmo bem até se chegar ao ponto de saciedade (utilidade marginal decrescente).

Utilidade (dispôs. de pagar)

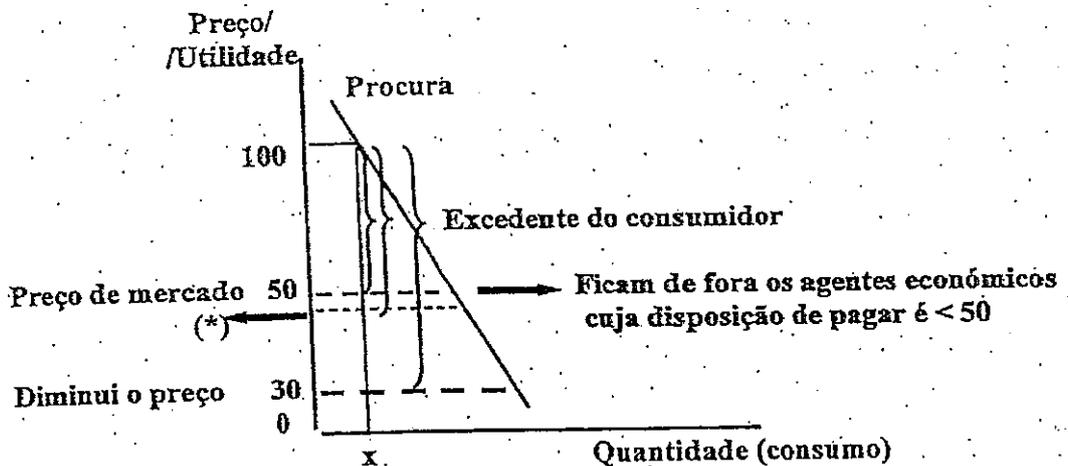


CURVA DA PROCURA (SIMPLES)



Excedente do consumidor: diferencial positivo entre aquilo que o consumidor estava disposto a pagar e aquilo que efectivamente paga.

CURVA DA PROCURA (AGREGADA)



(x) na primeira diminuição do preço, entra no mercado um novo consumidor (consumidor marginal).

Consumidor marginal é, portanto, aquele que sai ou entra no mercado em função de qualquer variação do preço.

Neste caso, a curva da procura agregada representa todos os consumidores interessados em comprar (com *disposição de pagar*), ou melhor, representa os diversos pontos de disposição máxima que anima os consumidores a pagar por um bem.

**Conclusões:**

- Preço baixa – mais agentes económicos entram no mercado e têm o seu bem-estar aumentado; para os que já lá se encontravam, o seu excedente aumenta. Houve um acréscimo de bem-estar.
- A vantagem que o consumidor obtém nas trocas é mensurável através do excedente (excedente do consumidor). Quanto maior for o excedente do consumidor, tanto maior será o seu bem-estar.

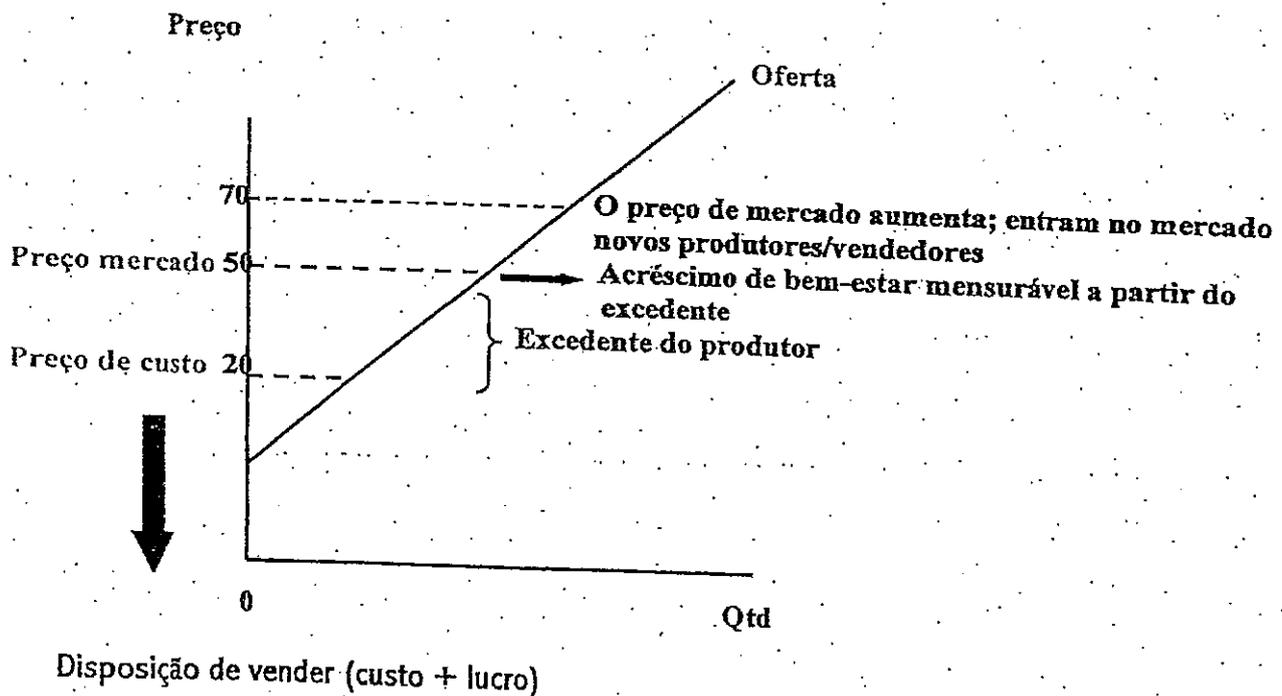
Noções importantes a fixar:

1 – VALOR – o que o consumidor está disposto a pagar

2 – PREÇO – o que o consumidor efectivamente paga

Consumidor racional é aquele que objectiva maximizar a sua utilidade total (na transacção de vários bens); maximizar os excedentes em cada uma das transacções que faz. Como faz? = 2.ª Lei de Gossen (“*princípio da equimarginalidade*”).

2.ª Lei de GOSSEN – a maximização da satisfação individual obtém-se quando a utilidade marginal de todos os bens empregues na satisfação das necessidades é igual à utilidade marginal do último bem adquirido. Maximização do bem-estar geral.



utilidade cardinal x utilidade ordinal



curvas de indiferença (Vilfredo Pareto)



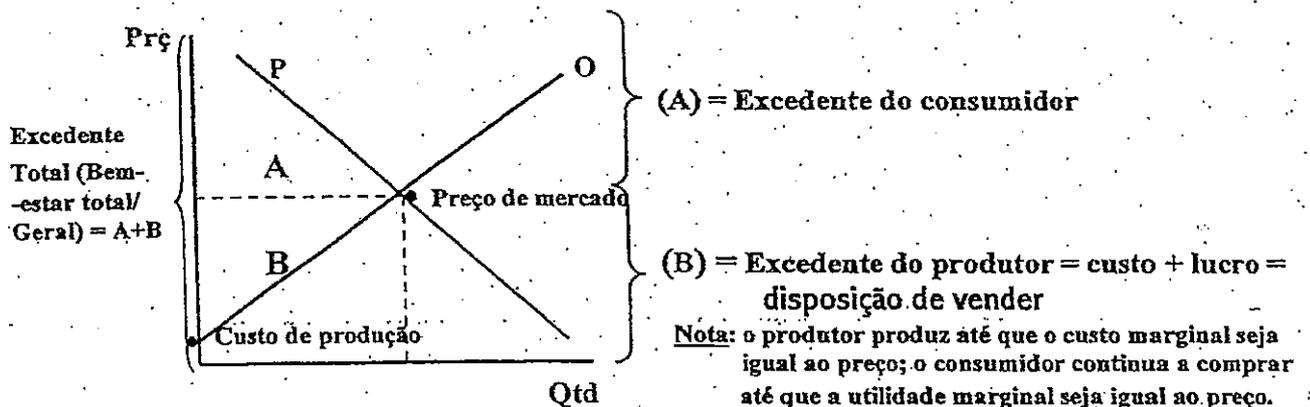
preferências reveladas pela disposição de pagar (Paul Samuelson)

Disposição de pagar – permite medir a utilidade (através do meio de pagamento: o dinheiro)

O consumo pára quando a utilidade marginal é igual ao preço que o consumidor terá que pagar.

COMPRADOR	VENDEDOR
$U_m = P$	$P = C_m$
$U_m =$ Utilidade marginal $P =$ Preço $C_m =$ Custo marginal	

A curva da procura traduz a disposição de pagar



A troca é um jogo de soma positiva entre consumidor e produtor, em que ambos ganham os respectivos excedentes »»» no mercado de concorrência perfeita obtêm-se o máximo de excedente total »»» atinge-se o ponto de equilíbrio (preço de equilíbrio).

**RECORDAR!** - Princípio do Rendimento ou Produtividade Marginal decrescente - À medida que se acrescentam mais doses de um factor variável a um factor fixo (à medida, portanto, que os custos marginais de oportunidade crescem), verifica-se um rendimento ou produtividade marginal decrescente.

No curto prazo, os custos fixos de produção têm um peso substancial, aligeirando-se à medida que se aumenta e se optimiza a produção, chegando-se, no longo prazo, e ultrapassando os limites da Fronteira de Possibilidade de Produção, à ineficiência produtiva e, por consequência, a preços incompatíveis com o preço de equilíbrio (o ponto de equilíbrio).

A última unidade que o empresário coloca no mercado é aquela em que o custo marginal é igual ao preço (custo + lucro). Até esse ponto, maximiza o seu excedente (excedente do produtor) -  $Cm = P$

Do lado do consumidor, o ponto de maximização do seu excedente (e, portanto o ponto a partir do qual já não compra mais) verifica-se quando a Utilidade marginal que atribuiu ao bem iguala o preço do produtor -  $Um = P$

O Excedente Total (o ganho total obtido com a troca) é o somatório do Excedente do Produtor com o Excedente do Consumidor, constituindo a exacta medida do bem-estar gerado pela troca.

Em termos gerais, o somatório de todos os excedentes das trocas reflecte o bem-estar geral.

Há, no entanto externalidades que provocam ineficiências (falhas de mercado) e consequentes reduções do bem-estar e que justificam a intervenção do Estado.

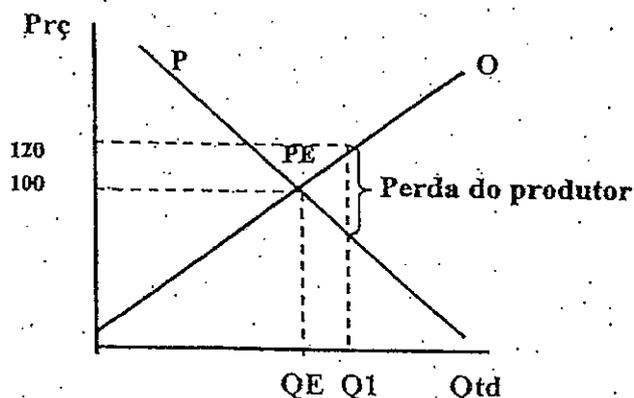
### VALOR x PREÇO

Valor (ponto de vista da procura) = determinado pela utilidade marginal que o comprador atribui ao bem.

Preço (ponto de vista da oferta) = determinado pelo custo marginal do produto.

Excedente do consumidor = diferença entre a utilidade marginal que o consumidor atribui ao bem (valor) e o preço pelo qual efectivamente o adquire.

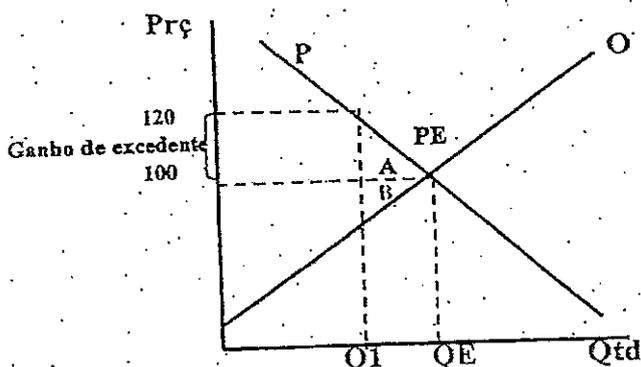
Excedente do produtor = diferença entre o valor mínimo pelo qual o produtor está disposto a vender o bem e o preço pelo qual efectivamente o vende.



Nota:

Quando os produtores produzem acima da quantidade de equilíbrio, existe uma situação de sobreprodução = perda do produtor

### Situação mais comum:



Nota: Quando os produtores produzem abaixo da quantidade de equilíbrio, existe uma situação de subprodução = ganho do produtor?

A = consumidores que deixaram de comprar  
B = perda de excedente  
A + B = perda absoluta de bem-estar (trocas que não se realizam) = deadweight loss

Bem-estar: é possível determinar quando uma economia atinge o máximo bem-estar possível?  
Sim! Através da *Eficiência* ou *Ótimo de Pareto* (eficiência do mercado).

Vimos que no mercado de concorrência perfeita há uma eficiência de mercado que permite atingir o máximo de bem-estar (*Ótimo de Pareto*) que só pode ser alterado aumentando o bem-estar de alguém à custa da redução do bem-estar de outrem.

Cada fase de aproximação ao Ótimo de Pareto é designada como uma *Melhoria de Pareto*.

Para se atingir o Ótimo de Pareto (um ponto de eficiência económico) é necessário:

- Eficiência produtiva – que a economia esteja a funcionar no limite da Fronteira de Possibilidade de Produção, momento em que não desperdício nem possibilidade de incremento da produção de um bem sem prejuízo da produção de outro bem;
- Eficiência nas trocas – tem que se realizar todas as trocas de forma a maximizar o excedente total, ficando os bens na posse de quem tem maior intenção de pagar;
- Eficiência na escolha daquilo que se produz – combinação de produtos que vão ao encontro das preferências dos consumidores.

### IMPOSTOS

Nas trocas, os impostos representam uma transferência dos excedentes dos agentes económicos para o Estado, podendo influenciar negativamente (até ao ponto da sua inviabilização) da disposição de comprar e da disposição de vender.

Dois cenários possíveis:

1. Com o imposto, a transacção ainda se realiza, verificando-se uma transferência do excedente (total, ou só de um dos agentes) para o Estado com a consequente perda de bem-estar (de ambos os agentes, ou só de um deles);

2. Por causa do imposto, a transacção não se realiza, verificando-se uma perda absoluta de bem-estar (*deadweight loss*), não se alcançando a eficiência de mercado pretendida e deixando o Estado de arrecadar receita fiscal.

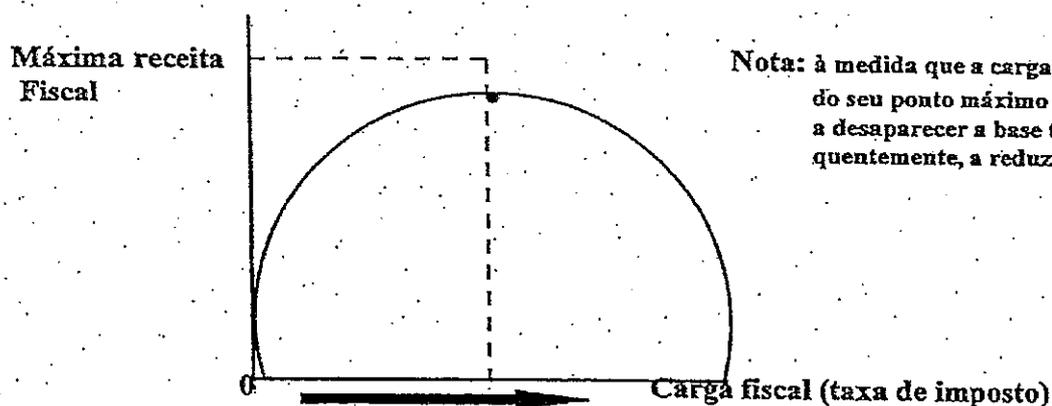
O mais frequente é verificar-se um *deadweight loss* (perda absoluta de bem-estar) porque os impostos, aumentando o preço, empurram os agentes para fora do mercado, deixando de se realizar as trocas.

Exemplo: ver páginas 238 e 239 do Manual de referência

Modelação do imposto – não deve ser tão pesado ao ponto de inviabilizar as trocas (*velha queixa da definição do peso ideal do imposto!*).

É mais fácil aumentar o imposto nos produtos cuja procura é mais rígida: nos bens essenciais (ex.: combustíveis, pão, etc.) apesar dos custos sociais (e políticos...) envolvidos.

O efeito negativo dos impostos pode também reflectir-se como desincentivador da oferta de trabalho (por parte de quem está activo). Esta ideia foi desenvolvida por Arthur Laffer.



Nota: à medida que a carga fiscal se aproxima do seu ponto máximo suportável, começa a desaparecer a base tributária e, consequentemente, a reduzir-se a receita.

Surgiu a teoria designada por *Supply Side Economics* ("Reaganomics") – há que estimular o lado da oferta (de trabalho e das empresas) reduzindo os impostos.

### POSSÍVEIS APLICAÇÕES DA TEORIA DO CONSUMIDOR (muito importante)

Consumidor racional é aquele que objectiva maximizar a sua utilidade total (na transacção de vários bens), maximizar os excedentes em cada uma das transacções que faz. Como faz? = 2.ª Lei de Gossen ("princípio da equimarginalidade").

2.ª Lei de GOSSEN – a maximização da satisfação individual obtém-se quando a utilidade marginal da última dose de rendimento é igual à utilidade marginal de todos os bens adquiridos. Maximização do bem-estar geral.

BEM A		BEM B	
Rendimento	Utilidade	Rendimento	Utilidade
Dose 1	9	(4) Dose 1	7
Dose 2	8	(5) Dose 2	6
Dose 3	7		
Dose 4	5		
Dose 5	1		

Utilidade marginal decrescente

### TEORIA DA ESCOLHA

Aplicação da teoria da escolha (decisão económica) no âmbito da escolha a) do nível do trabalho e b) do nível da poupança.

**NOTA:** Ver exemplos do Manual

No mercado, podem verificar-se os efeitos de substituição e de rendimento.

a) – Decisão de equilíbrio entre trabalho e lazer

Mais trabalho = a maior rendimento → se o efeito de substituição for dominante, a tendência é de trabalhar mais já que o custo de oportunidade de cada hora de lazer é maior. É a tendência dos grupos de rendimento menos elevado.

Mais trabalho = a maior rendimento → se o efeito de rendimento for dominante, e tratando-se de grupos de rendimento mais elevado, a tendência será para trabalhar menos, ou mesmo não trabalhar.

c) – Decisão de equilíbrio entre consumo no presente ou no futuro

- Efeito de substituição do consumo corrente pela poupança (*consumo diferido*) ocorre se existir um aumento da taxa de juro
- Efeito de rendimento – as taxas de juro tornam os consumidores mais ricos e, portanto, começam a consumir (*consumo presente, actual*), não recorrendo à poupança.

Desconto (ou taxa de desconto) – é o valor descontado do bem no presente que é aquele que existe quando se verifica a privação desse bem para o utilizar no futuro. O bem paga-nos uma taxa de juro pelo que só é racional optar pela poupança em detrimento do consumo no presente se a taxa de desconto for superior.

Princípio geral: um bem, no presente, vale mais que no futuro.

O futuro envolve sempre uma incerteza em função do horizonte temporal perspectivado.

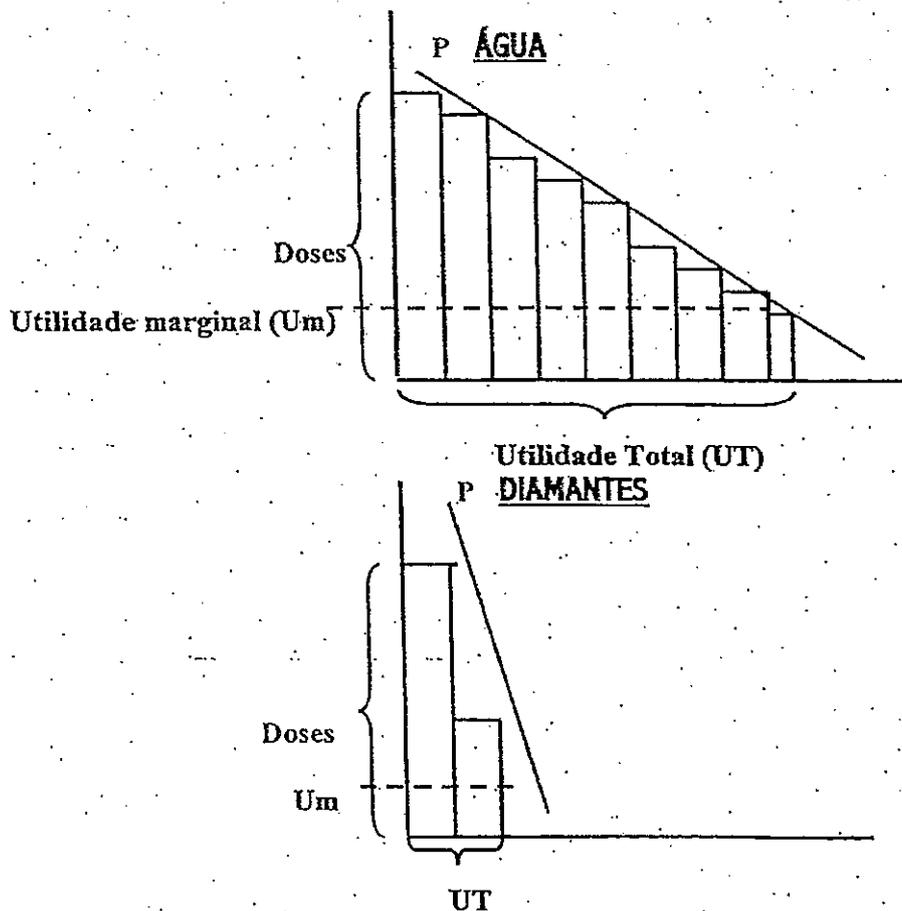
A privação de um bem significa a privação da utilidade a ele associada. O bem, no futuro, tem uma perda de valor igual a utilidade não usufruída (utilidade descontada). O valor do bem, no futuro, é igual ao seu valor actual menos a utilidade perdida (não usufruída).

Aceita-se actualmente a existência de:

Taxa social de desconto: taxa que mede o custo de oportunidade do uso diferido dos recursos disponíveis (ex.: recursos ambientais; recursos energéticos).

Hipótese de rendimento permanente (Milton Friedman) – contraria a ideia de que são as taxas de juro que motivam a poupança, afirmando que é a necessidade de garantir a manutenção de um determinado padrão de vida no futuro que conduz a ela.

Paradoxo do valor (pág. 223 do Manual de referência): utilidade do valor do diamante x utilidade e valor da água »»» a análise marginalista “arruma” a questão »»» a utilidade marginal da água é muito menor do que a utilidade marginal do diamante »»» há mais água disponível »»» em termos de *utilidade total*, a utilidade da água é maior »»» nos diamantes, o excedente do produtor é muito mais elevado, ao contrário daquilo que acontece com a água.



Teoria económica dos leilões: nos leilões, as preferências são reveladas de uma forma mais clara e mais transparente.

Há 2 tipos de problemas associados à manifestação de preferências nos leilões:

- a) Sobrelicitação: sobreavaliação da utilidade dos bens pelos outros licitadores, levando o agente a uma perda de excedente de consumidor, pagando mais do que aquilo que *racionalmente* deveria pagar;
- b) Na licitação descendente: o agente consegue obter o bem por um valor inferior à sua disposição inicial de pagar (utilidade atribuída).

Os leilões aproximam os agentes da sua real disposição de pagar.

## CAPÍTULO 7 – INVESTIMENTOS E OFERTA EM MERCADOS CONCORRENCIAIS

### Actuação do produtor

A motivação que domina o produtor é a obtenção do lucro.  $\text{Rendimento total} > \text{custo total} = \text{LUCRO}$ .

Custo, desta forma, só está a compreender os *custos explícitos*. O custo real deve incluir os *custos implícitos*.

Custos explícitos: dinheiro; despesas contabilizáveis com todos os custos de aquisição de factores necessários à produção

Custos implícitos: custos de oportunidade

Função de produção (conceito quantitativo): relação quantitativa entre aquilo que é empregue na produção e aquilo que dela resulta. A quantidade que é possível produzir a partir de um determinado número de factores.

Produto marginal: aquele que se pode produzir a mais quando se introduz uma unidade de factor de produção.

O *Produto marginal* é decrescente (1.ª Lei de Gossen), condicionando a produção no curto prazo (produtividade marginal decrescente) »»» um factor de produção, pelo menos, é fixo (ex.: o número de máquinas – conquanto o número de trabalhadores seja mais fácil de alterar) »»» utilização mais intensa dos meios de produção, com aumento do número de trabalhadores »»» cada trabalhador a mais vai ter um acréscimo de produção decrescente »»» dito de outra forma, cada trabalhador a mais traz menos acréscimo à produção que o anterior »»» PORTANTO: Produto marginal decrescente = Custo marginal crescente (se o Custo marginal é crescente, também os Custos totais são crescentes)

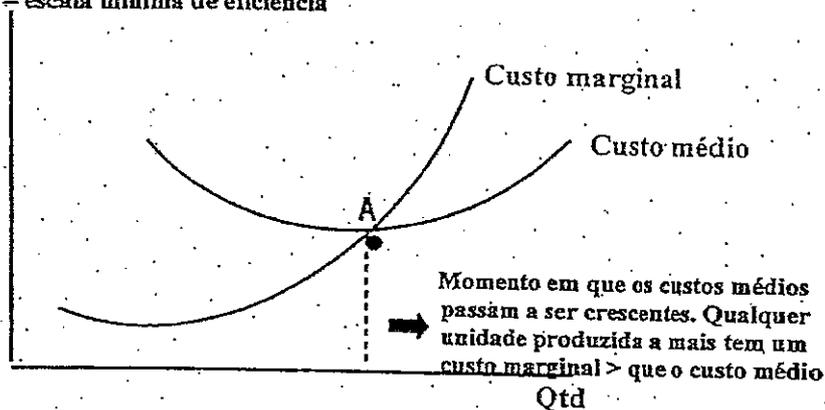
Os Custos totais compreendem a) os *custos fixos* e b) os *custos variáveis*.

- a) Custos fixos – são aqueles que o produtor tem que suportar independentemente do número de unidades produzidas
- b) Custos variáveis – são aqueles que se alteram em função da quantidade produzida (ex.: o custo com energia; o custo com os trabalhadores) – são custos crescentes à medida que a produção aumenta, fazendo aumentar o custo total.

A decisão do produtor é tomada em termos marginais – Custo marginal e Custo total são crescentes.

Nocão de Custo Médio: é o que custa em média produzir uma determinada unidade »»» tende a ser decrescente até um determinado ponto e, a partir daí, passa a ser crescente »»» os *custos fixos* começam a ser influenciados pelos *custos variáveis*.

A: ponto de custo médio mínimo = escala mínima de eficiência



Isto no curto prazo.

No curto prazo, a produção está sujeita à *lei dos custos marginais crescentes* ou *produtividade marginal decrescente*.

Longo prazo: tempo necessário para tornar variáveis todos os factores de produção.

No longo prazo, o empresário tem tempo para fazer variar todos os factores de produção »»» todos os custos de produção passam a ser variáveis »»» mesmo assim, há custos que continuam a ser fixos »»» são os *custos de funcionamento* ("overhead costs").

Alterações na escala de produção (consequências):

- a) Constantes à escala (*rendimentos constantes à escala*) – ex.: 10 trabalhadores numa máquina »»» 2 máquinas com 10 trabalhadores = 20 trabalhadores.
- b) Crescentes à escala (*economia de escala*)
- c) Decrescentes à escala (*perdas de escala*)

a) Alterações constantes à escala: **Variação proporcional da produção decorrente do aumento da escala (aumento dos factores). A variação da produção ocorre na mesma proporção da variação dos factores.**

Factores	Produção
100	100
+	+
100	100
—	—
200	200

b) Alterações crescentes à escala: Aumento mais que proporcional. *Economia de escala ou ganhos de escala.*

Factores	Produção
100	100
+	+
100	200
<hr/>	<hr/>
200	300

Leva a que as empresas adquiram grande dimensão. Empresas que queiram entrar no mercado (no mesmo ramo) têm dificuldades (têm que entrar com a mesma capacidade de produção). As empresas que aproveitam economias de escala adquirem *poder de mercado*.

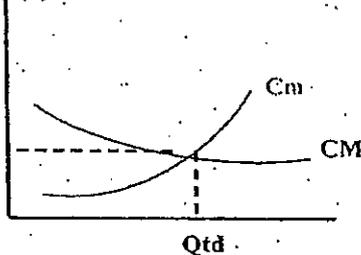
Escala mínima de eficiência (ponto de custo médio mínimo): é atingido mais à frente com maior volume de produção.

Sectores onde a escala mínima de eficiência seja muito elevada são sectores onde existe uma grande concentração de mercado (monopólio natural), isto é, um único produtor consegue produzir quantidade suficiente para satisfazer a procura actual com os custos médios relativamente mais baixos.

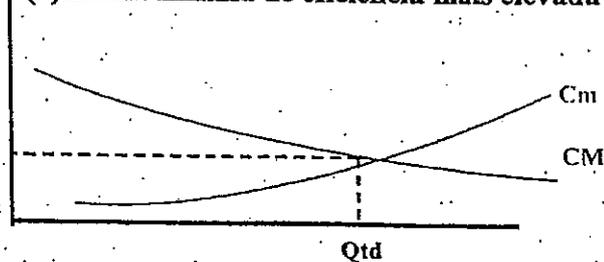
Factores de economia de escala:

1. Internos: eficiência técnica; eficiência empresarial; especialização de trabalho e operação; vantagens financeiras (facilidade no crédito); negociação em quantidade; ganhos de investigação e desenvolvimento;
2. Externos: presença de mão-de-obra especializada no local onde a empresa se situa; presença de uma rede de distribuição e assistência; eficiência e dimensão das infra-estruturas existentes; acessos de qualidade; abundância de transportes.

(1) Escala mínima de eficiência



(2) Escala mínima de eficiência mais elevada



(2) Eventual situação de *monopólio natural* (quando os custos médios ainda são decrescentes) toda a produção é colocada no mercado. Sector altamente concentrado que pode dar origem a um monopólio natural que é a forma mais eficiente de o mercado funcionar. Optimização do aproveitamento da economia de escala.

c) Alterações decrescentes à escala: A dimensão das empresas aumenta mas a produção não aumenta na mesma proporção. *Perdas de escala*.

Factores	Produção
100	100
+	+
100	50
<hr/>	<hr/>
200	150

#### CAUSAS:

1. Razões internas - (ineficiência na divisão de trabalho (desumanização; rotina); saturação dos locais de trabalho; dificuldade de supervisão e de coordenação; aumento da cadeia de decisões; dificuldade de comunicação).
2. Razões externas - escassez de mão-de-obra especializada; saturação das infra-estruturas (acesso, transportes, etc.); raridade das instalações disponíveis.

#### Formas de financiamento da actividade produtiva

Investimento: aquisição de um activo com a perspectiva de obter rendimentos com a sua exploração e com a sua alienação.

- a) Investimento real: aquisição de bens de capital empregues no processo produtivo (máquinas, instalações, etc.)
- b) Investimento financeiro: é o que ocorre no âmbito do sistema financeiro (empréstimos ou depósitos de fundos monetários resultantes de excesso ou falta de rendimento).

O nível e o tipo de investimento dependem de muitos factores.

#### Opções de investimento:

- a) Rendimentos disponíveis - depósitos bancários (garantia de segurança e liquidez). Os agentes com grande aversão ao risco e necessidade de rápida resposta em termos de libertação dos recursos por parte da instituição financeira optam por esta forma de investimento;
- b) Compra de bens (ex.: bens valiosos; bens raros): existe o problema de falta de liquidez imediata, isto é, dificuldade de transformação rápida dos bens em dinheiro. Uma solução para este tipo de investimento é o recurso aos fundos de investimento;

- c) Aquisição de obrigações (títulos obrigacionistas);
- d) Aquisição de acções (são parte do capital social de uma empresa).

c) *Investimento em títulos obrigacionistas*: forma de empréstimo de capital que os gestores de capitais fazem às empresas.

d) *Investimento em acções*: a remuneração das acções designa-se por dividendo que é a comparticipação nos lucros da empresa. Trata-se de uma opção de investimento de menor segurança, já que dependem do resultado da gestão das empresas.

Há que ter em conta a característica particular do Mercado de Capitais, que é a volatilidade:

Os Fundos de investimento (integram acções e obrigações) são normalmente geridos por Bancos (investidores institucionais). São um investimento mais seguro pelo facto de as empresas estarem mais vigiadas e, portanto, o mercado funciona melhor.

Aversão ao risco: identifica-se através do maior ou menor risco que os investidores particulares estão dispostos a correr e determina a natureza do investimento que eles estão dispostos a fazer.

#### Comportamento do mercado

A transparência, o rigor, a qualidade e a quantidade da informação disponível influenciam a eficiência do mercado.

A informação privilegiada ("*inside trading*") utilizada em benefício próprio desvirtua o funcionamento do mercado.

Passeio aleatório (*Não estratégia*): é a melhor forma de agir no mercado de valores mobiliários. Comprar e vender sucessivamente os títulos (falta de base probabilística) pode garantir um ganho médio no longo prazo, o que será o resultado provável desta estratégia.

Atitude passiva: fazer os investimento em determinados títulos e aguardar que, entre ganhos e perdas, no longo prazo, o investimento venha a ser compensador.

Limitação da responsabilidade das empresas: na evolução do capitalismo, começou a sentir-se a necessidade de a empresa angariar capitais em vista à sua própria ampliação (crescimento) »»» o "reverso da medalha" nesta atitude constituiu na responsabilização unitária, com consequência desastrosas »»» responsabilidade limitada é a forma de lidar com o risco inerente à maior dimensão da empresa »»» externalização de resultados negativos, nos casos em que "as coisas correm mal", projectando-os nas pessoas dos sócios.

Exemplos de sociedades de responsabilidade limitada são as *sociedades por quotas* e as *sociedades anónimas* constituindo as primeiras as que implicam maior responsabilidade.

Empresa: feixe de relações contratuais de longo prazo.

### Opções de financiamento da empresa

- a) *Mercado de capitais* (emissão de títulos: acções e obrigações). Alienação de património da empresa com o conseqüente risco de perda do seu controlo parcial ou total.
- b) *Crédito bancário* (o empresário mantém o controlo da empresa; o recurso a crédito pode funcionar como incentivo à eficiência)
- c) *Auto financiamento* (reinvestimento de lucros não distribuídos)

As formas de financiamento ao longo da vida das empresas podem variar, sendo maior a dificuldade na obtenção de financiamento quando a empresa é *jovem* e menor quando ela atinge uma fase de *maturação*.

## CAPÍTULO 8 – OS FACTORES TEMPO E RISCO

Juro: compensação pelo tempo de privação de um bem. Montante que permite substituir a preferência pelo presente pela preferência pelo futuro.

Do ponto de vista do mercado, *juro* é o preço do dinheiro, que resulta da oferta e da procura de capitais (funciona a lei da oferta e da procura).

O nível das taxas de juro depende de:

- a) Presença de intermediários financeiros, com a remuneração inerente ao exercício da actividade (remuneração de juros relativos a *operações activas* e *operações passivas*).
- b) Necessidade de incorporar um prémio de inflação que compense as variações nominais do valor do dinheiro.

Frank Knight: teoria que legitimava o lucro do empresário como contrapartida (compensação; prémio legítimo; remuneração) da assunção das suas decisões em condições de incerteza. É, portanto, o facto de a incerteza não poder ser objecto de cálculo (avaliação) em termos probabilísticos que confere legitimidade à obtenção do *lucro*.

Risco: é uma incerteza computável (objecto de um tratamento probabilístico). O empresário pode transferir o risco para terceiros como, por exemplo, as companhias de seguros.

A actividade das seguradoras defronta-se com o problema da assimetria informativa. Não têm forma de avaliar eficientemente o risco. Por exemplo, no ramo automóvel, as seguradoras não têm possibilidade de avaliar com rigor as aptidões dos segurados para a condução. Como resultado, é atribuído o mesmo nível de prémios a todos os segurados (há, no entanto, um mecanismo de prémios em função do número de anos sem sinistralidade declarada).

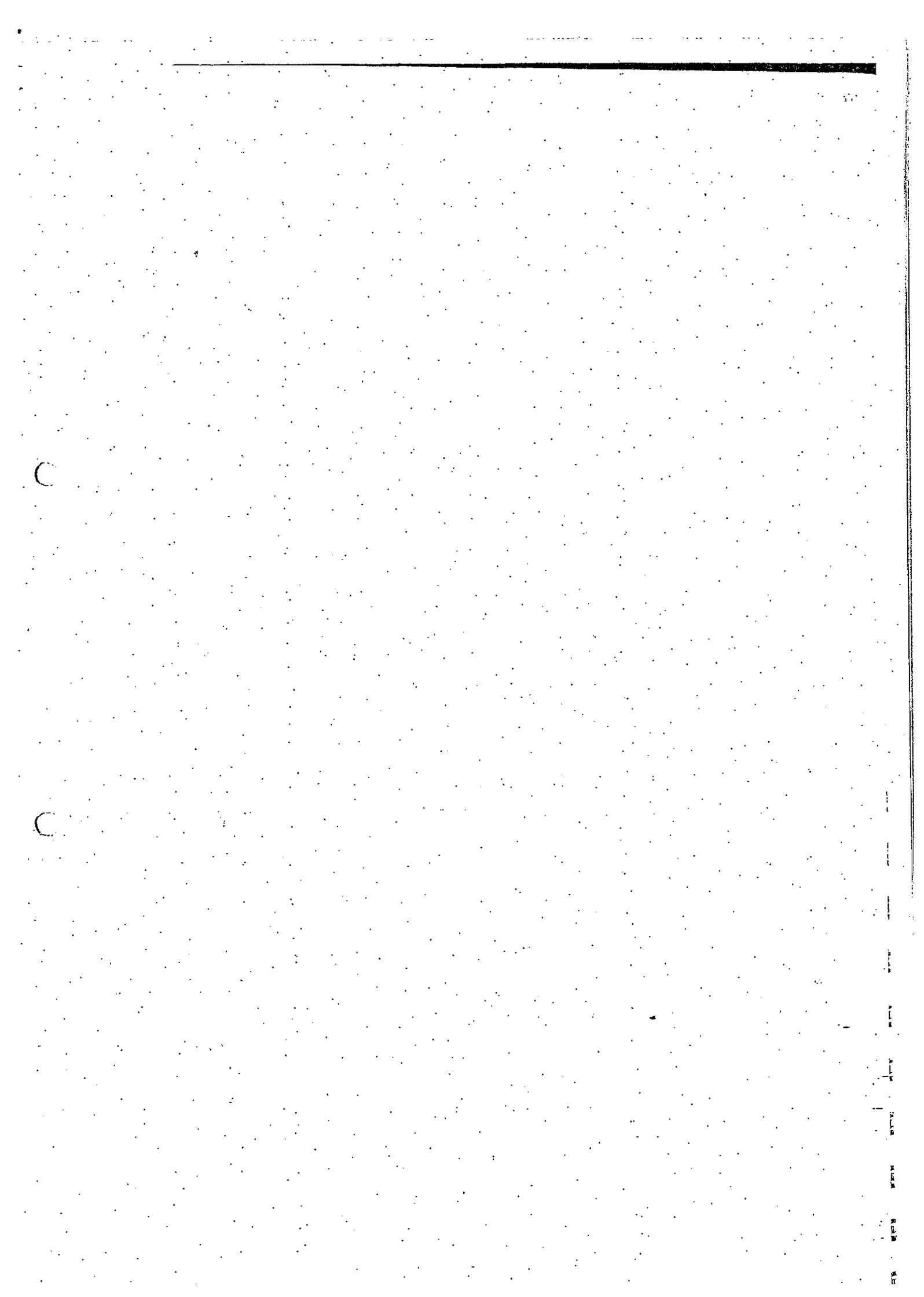
Se o seguro automóvel não fosse obrigatório, aquele que se considerasse um bom condutor e, como tal, não sujeito a acidentes, prescindiria do seguro e sairia do mercado. Desta forma, as seguradoras manteriam os segurados de maior risco, o que conduziria ao aumento dos prémios facto que, por sua vez, levaria à saída de novos clientes. Todo este processo conduziria à erosão do mercado e ao seu conseqüente desaparecimento. A intervenção do Estado nesta matéria conduziu à imposição do seguro automóvel obrigatório.

Seleccção adversa: é a que resulta da saída dos bons agentes do mercado e a manutenção dos maus.

Risco moral: há *risco moral* quando não existem incentivos à diligência (cuidado).

O empresário pode transferir responsabilidade para as seguradoras mas tem que assumir uma parte dela (ex.: a incerteza das vendas da produção).

Para obter lucro, o produtor tem que obter um *rendimento médio* superior ao *custo médio*.



## CAPÍTULO 9 – O MERCADO CONCORRENCIAL

Pressupostos para análise da matéria que se segue:

1. o empresário é um “price taker” (não tem poder de mercado);
2. não há variações de preço (todas as unidades são vendidas ao mesmo preço).
3. liberdade de entrada e saída dos produtores no mercado.

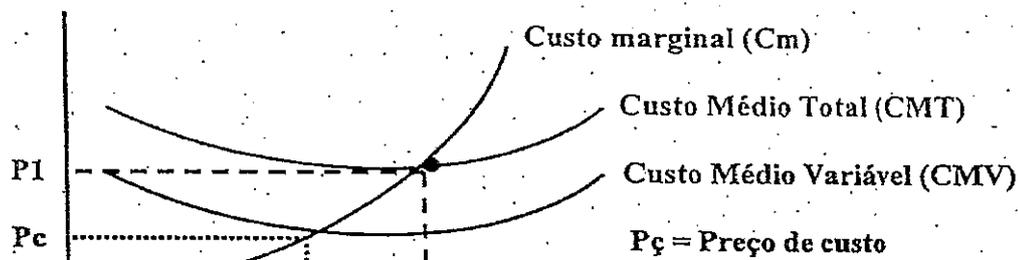
Neste contexto, diz-se que, num mercado de concorrência perfeita, a procura é perfeitamente elástica, isto é, perfeitamente sensível a qualquer variação do preço.

Neste caso, o rendimento é igual ao rendimento médio (resultado da divisão da receita total pelo número de unidades vendidas).

A quantidade máxima que o produtor deve produzir é aquela em que o custo marginal é igual ao preço.

### Lucro normal

- a) Decisão do empresário no curto prazo: o empresário poderá considerar suspender temporariamente a sua actividade e aguardar melhores dias. Os custos fixos, no curto prazo, não são recuperáveis (permanecem). O empresário tem sempre que os suportar, não sendo útil qualquer redução na produção. Assim, esses custos são irrelevantes em termos de decisão económica. O empresário tem que dar atenção preferencial aos custos variáveis que são aqueles que importa dominar no curto prazo.



● = Break Even Point (BEP =  $P1 = CMT = Cm$ )

P1 – O empresário concentra a sua atenção no CMV e continuará a sua actividade mesmo não cobrindo o CMT (está todavia a cobrir o CMV).

Pc – O empresário suspende a actividade.

- b) Decisão do empresário no longo prazo: o empresário poderá tomar a decisão de saída do mercado. O empresário já tem que considerar todos os custos, incluindo os “*sunk costs*” (ex.: aqueles que incorreu na realização de uma campanha publicitária para promoção dos seus produtos). Analisa a sua estrutura de custos no longo prazo e encerra a actividade se o preço for inferior ao Custo Médio Total (isto é, se o preço se situar abaixo da *escala mínima de eficiência*).

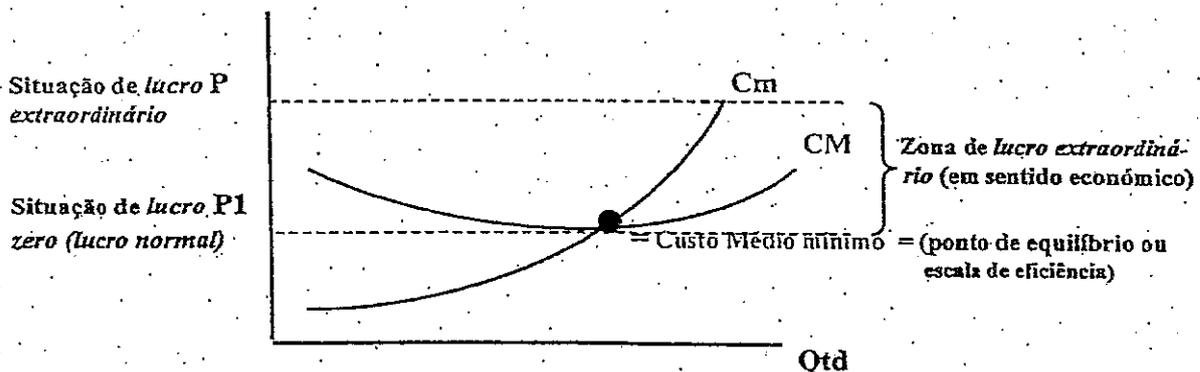
A decisão de entrada no mercado depende de o empresário potencial acreditar que consegue atingir o break even point.

Também a entrada no mercado, sendo uma decisão de longo prazo, é determinada em função da perspectiva de, de início, atingir o break even point e, portanto, ser igual à das outras empresas.

Efeito de miragem: os efeitos dos lucros extraordinários das empresas instaladas no mercado estimula a entrada de novas empresas, que contribuirão para um aumento da oferta e para a consequente baixa dos preços, resultando na diminuição do lucro (erosão do mercado). O mercado torna-se, então, menos apelativo para as empresas com Custo Médio mais elevado, levando-as a perder poder concorrencial se tiverem uma estrutura de custos desequilibrada e uma capacidade técnica e tecnológica deficiente.

Questão: Haverá uma situação de equilíbrio?

Resposta: Há um ponto de equilíbrio a longo prazo que é aquele que coincide com o momento em que não há incentivos à entrada ou saída de agentes no mercado. É o ponto em que o lucro extraordinário ou económico desaparece e se alcança o lucro normal ou lucro zero.



Cm = Custo marginal  
CM = Custo Médio

Evolução de P para P1 = erosão do lucro extraordinário

P1 = redução do preço em virtude da entrada de novos agentes no mercado, e que evolui até ao ponto mínimo aceitável (break even point).

P = CM e a Cm

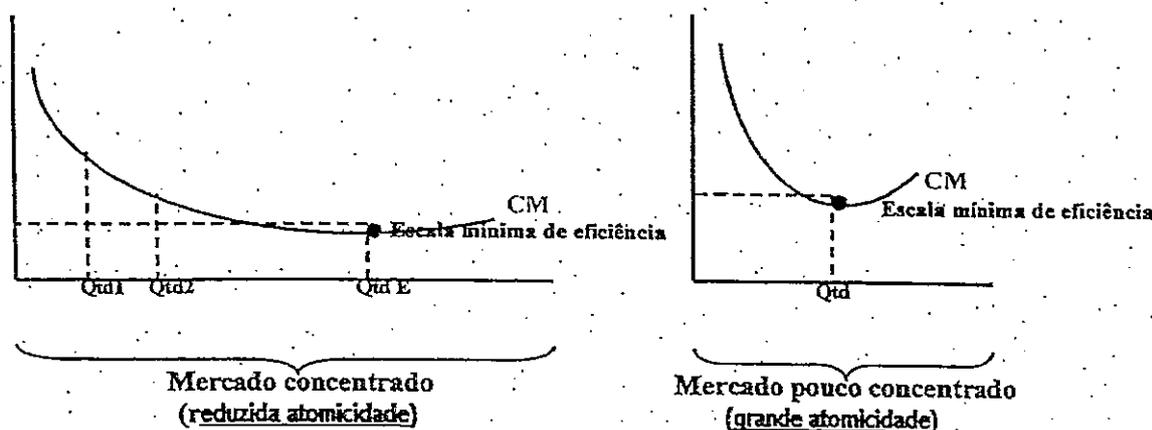
A zona de lucro extraordinário é o factor de atracção para a entrada de novos agentes (produtores) no mercado.

O custo médio mínimo traduz o momento em que todos os agentes do lado da oferta estão a produzir na sua escala mínima de eficiência, não se verificando a ocorrência de lucros extraordinários. Trata-se de uma situação de lucro normal ou lucro zero que é aquele que garante a permanência dos produtores no mercado, não havendo incentivos para estes o abandonarem e nem para a entrada de novos agentes (não têm lugar no mercado).

Mercados concentrados – um número mínimo de empresas satisfazem integralmente a procura (ex.: produtores de automóveis).

Mercados pouco concentrados – muitas empresas satisfazem integralmente a procura (ex.: restaurantes).

Há sectores em que a *escala mínima de eficiência* só é atingida com um grande volume de produção.



No limite, se a *escala mínima de eficiência* for muito elevada, verifica-se uma situação de monopólio natural (um único produtor satisfaz toda a procura e o nível de produção resulta do facto de os custos médios serem ainda decrescentes, possibilitando, portanto, produção adicional). O monopólio natural é, portanto, a forma mais eficiente de funcionamento do mercado e de impedir a entrada de outras empresas.

Existe a ideia de que o mercado concentrado tende ao abuso do *poder de mercado* o que conduziu à definição e implementação de regras de concorrência.

O *ponto de equilíbrio* do mercado (quando não existem incentivos para a entrada e a saída de agentes) é perturbado quando entra uma empresa com soluções técnicas e/ou tecnológicas mais evoluídas e eficientes.

Da formação de mercados altamente concentrados resultam duas características importantes:

- Externalidades de rede: efeitos positivos que um utilizador de um bem obtém e que resultam do facto de outros agentes usarem bens iguais (ex.: Numa comunidade em que só um agente tenha telefone, esse bem não representa para ele nenhuma utilidade. Apenas na medida em que a rede telefónica for aumentada e outros agentes começarem a utilizar telefones é que o bem que possui (o seu telefone) começa a representar uma utilidade crescente);
- Formação de "standards": A existência de uma economia de rede conduz à formação de "standards" (padrões tecnológicos dominantes) relativamente aos quais o mercado reage através da produção de bens complementares.

Aos "standards dominantes" estão subjacentes as ideias de complementaridade e de compatibilidade.

Path dependance: as inovações são criadas em função dos "standards". (ESCLARECER!)

A existência de "standards" cria dificuldades à entrada de novos agente no mercado e gera a formação de monopólios com todas as práticas adversas daí decorrentes e que visam a protecção da posição das empresas que já lá estão.

Entrada catastrófica ("technology displacement" – "destruição criativa"): é uma das consequências perversas dos mercados dominados por um "standard", que se traduz na possibilidade de ocorrer uma simples sucessão de monopólios em vez de um equilíbrio concorrencial – já que o domínio dá origem a uma concorrência pelo mercado, e não dentro do mercado.

Nota importante

A atitude das empresas deve ser a de desenvolver a concorrência dentro do mercado e não pelo mercado.

## CAPÍTULO 10 – MERCADOS DE CONCORRÊNCIA IMPERFEITA

Bases do monopólio (barreiras à entrada de novos agentes no mercado):

- Barreiras económicas – resultam da *escala mínima de eficiência*.
- Detenção de um determinado factor produtivo (recurso natural).
- Barreira jurídicas – necessidade de licenças, direitos, alvarás, contratos de concessão. Detenção de direitos exclusivos (propriedade intelectual, patentes, marcas).
- Detenção exclusiva de informação (em termos amplos) – relativamente a tecnologia (produtos, processos de fabrico e formas de organização das empresas).
- Estratégias dos produtos – preços predatórios (preços baixos, por vezes abaixo do custo de produção).

As situações de monopólio permitem a possibilidade de obtenção de *lucros extraordinários*. É como se não houvesse curva da procura. O monopolista só tem que analisar a curva da oferta. O limite é a necessidade da procura do consumidor.

1. Monopólio (puro): toda a oferta concentrada num único sujeito que atende uma elevada atomicidade de compradores (*mercado monolítico*). O monopolista é um “*price maker*” (detém poder de mercado, isto é, o poder de influenciar as trocas que realiza). A procura é atomística. Só o monopolista pode influenciar o mercado (a troca).

Poder de monopólio (não confundir com monopólio!): quando um determinado mercado está organizado de forma que, não havendo apenas um produtor, apenas um deles tem poder de mercado (poder de monopólio) fazendo os concorrentes exactamente aquilo que ele faz. Só um detém a maioria da oferta.

2. Monopólio contrariado: o monopolista defronta-se com uma procura repartida por poucos sujeitos (todos com poder de mercado). É o oligopólio do lado da procura.
3. Monopólio bilateral: o monopolista, sendo o único sujeito do lado da oferta, defronta-se apenas com um sujeito do lado da procura.

O monopolista está, no entanto, sempre condicionado pela *elasticidade da procura*.

A oferta do monopolista é a “oferta agregada” do mercado.

São mais frequentes as situações de “poder de monopólio” do que as situações-limite de “*monopólio puro*”.

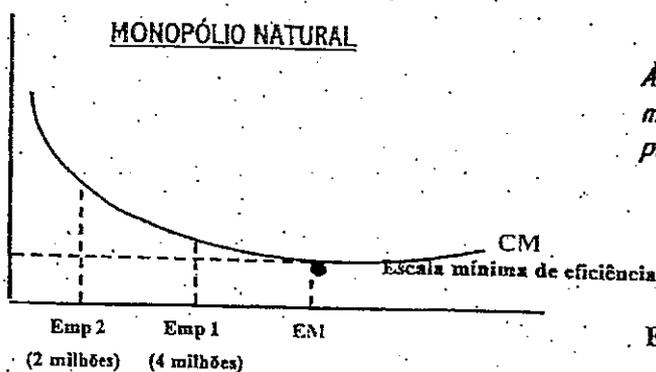
Os dois objectivos dos monopolistas num ambiente de concorrência atomística são:

- Coexistir com os concorrentes com estruturas de custos relativos mais elevadas, assegurando ganhos extraordinários, tentando manter-se sempre um passo à frente da concorrência em termos de progresso tecnológico ou organizativo, em matéria de redução de custos.
- Excluir todos os concorrentes, ou pelo menos o número suficiente, para garantir o aumento, ou a não afectação, da sua maximização do lucro.

Em situação de monopólio, o poder de mercado há-de manifestar-se na capacidade que o vendedor tenha de travar a queda do nível de preços de mercado (resultante do aumento da sua produção e, conseqüentemente, da sua oferta) através da fixação de preços acima do custo marginal. Esta capacidade de limitar o bem-estar dos consumidores através da "travagem" da descida dos preços, está condicionada pela elasticidade-preço desses mesmos consumidores: produtos sucedâneos e diminuição da capacidade aquisitiva. No entanto, quanto menor for a elasticidade-preço dos consumidores, mais ampla será a possibilidade da subida dos preços.

Principal defeito do monopólio: O acréscimo da produção do monopolista implica uma baixa de preço e, em sentido contrário, a redução da produção provoca um aumento. O monopolista não tem, portanto, incentivos para aumentar a oferta. A tendência é a de reduzir a produção com vista à alta do preço.

Escala mínima de eficiência: ponto mais baixo dos custos médios



EM = Empresa Monopolista (com um mercado de 6 milhões de compradores).

Nestas situações, o *monopólio natural* é a melhor solução, por razões de eficiência.

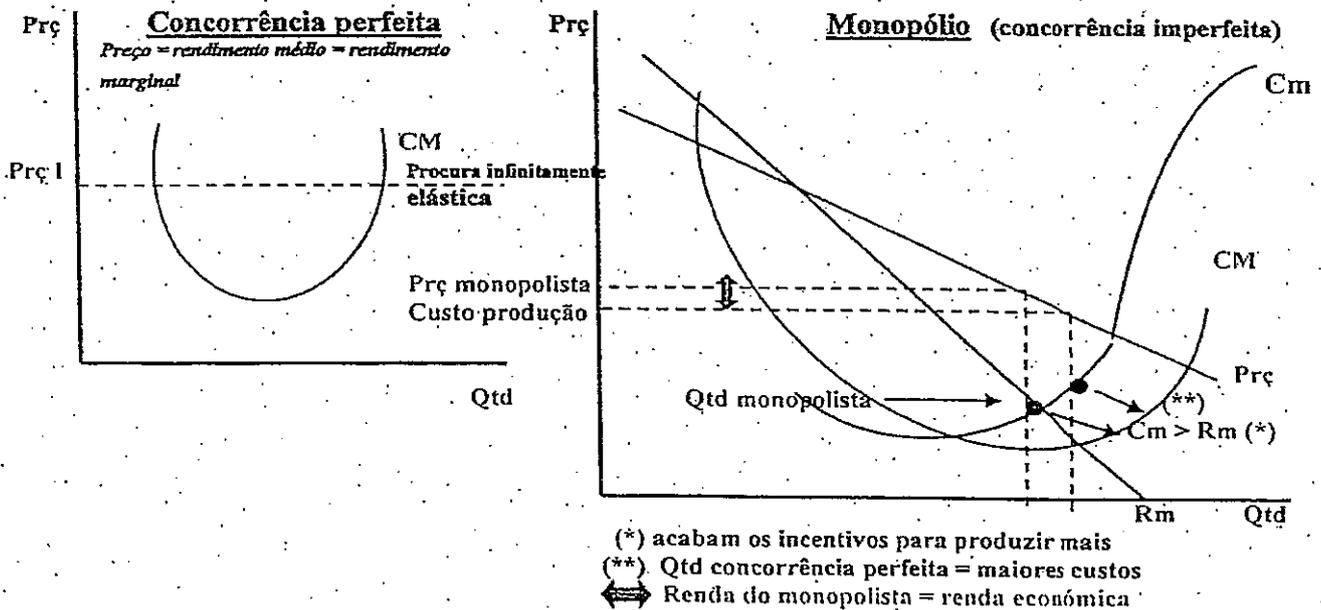
Mecanismos de defesa do mercado monopolista:

O monopolista tende a defender a sua posição de privilégio. Não auferir um *lucro normal* mas sim um *lucro económico*. Tende a incrementar as barreiras que evitem a entrada de novos agentes.

- Transmitindo a ideia de que a escala de eficiência se situa num nível diferente do real. Ex.: Na indústria automóvel, a apresentação de uma variedade de modelos da mesma marca, como forma de demonstrar uma escala de produção que de facto não existe, dado o facto de o "carro base" ser sempre o mesmo. As variações ao modelo-base são

feitas a custo muito reduzido dando no entanto uma ideia de serem muito vultuosos.

- Fazendo demonstrações de força (redução de preços com vista a desincentivar potenciais novos concorrentes).
- Praticando preços predatórios. O monopolista, com o objectivo de expulsar os concorrentes (e só por isso), pratica preços muito baixos (por vezes abaixo dos seus custos variáveis) sendo os eventuais prejuízos compensados posteriormente (depois da saída dos concorrentes do mercado). Trata-se de preços dissuasores que não tornam o mercado atractivo, sinalizando erradamente o potencial concorrente no que se refere ao nível de eficiência (custo médio real). Sinalização errada da real escala de eficiência, isto é, passagem da impressão de que a escala de eficiência ainda não foi atingida; indiciando a possibilidade de maiores volumes de produção.



A renda económica não resulta de um ganho de eficiência mas sim de uma redução da produção e, conseqüentemente, da uma redução da oferta que conduz ao aumento do preço.

O monopólio reduz o bem-estar geral. Há uma série de trocas que deixam de se realizar.

Deste facto resulta a legislação "anti trust" que visa regular o poder de mercado do monopolista.

Medidas de combate aos monopólios:

- Nacionalização dos monopólios. (aspectos negativos: má gestão, redução do investimento estrangeiro...);
- Eliminação da legislação que ao longo do tempo criou verdadeiras barreiras legais à entrada de novos produtores no mercado. O monopólio natural não necessita que sejam criadas barreiras à entrada de novos agentes no mercado. O Estado deve é eliminar todas as barreiras já que o próprio mercado se encarregará de absorver ou repelir os novos agentes (ex.: fim da televisão do Estado com a concessão de novas licenças).

Nota: As políticas anti monopolistas regem-se pela actividade de regulação através do estabelecimento de preços máximos (ex.: electricidade).

06.02.10 - AULA TEÓRICA (Dr.<sup>a</sup> Paula Vaz Ferreira)

O vendedor monopolista está limitado pela elasticidade da procura (em termos de preço), não tanto por força do *efeito de substituição*, mas sim pelo *efeito de rendimento*.

O produtor monopolista tem é que saber interpretar a curva da procura e adequar a sua oferta à elasticidade do comprador.

No Mercado de Concorrência Perfeita, o produtor, em função da elasticidade ilimitada da procura, consegue vender toda a sua produção.

$R_m = P$  no Mercado de Concorrência Perfeita

→ Cada unidade marginal colocada no mercado representa uma receita marginal que é igual ao preço de mercado.

MOMENTO A		
Q	P	RT
1	10	10

MOMENTO B			
Q	P	RT	Rm
1	9		
+1	9	18	■

Em monopólio, a Receita marginal não é igual ao Preço porque quando se coloca mais uma unidade no mercado o Preço não é igual ao das unidades anteriores.

Receita marginal por ter colocado mais uma unidade no mercado.

	Q	P	RT	Rm	Cm
	1	10	10		
(+1)	1	9	18	8	2
(+1)	1	8	24	6	3
(+1)	1	7	28	■	■

→ O custo de cada dose marginal é crescente

Rm = Cm (o produtor não coloca mais unidades no mercado porque o Cm vai ser superior ao Rm)

Rm: Receita marginal Cm: Custo marginal

Assim:

No mercado de monopólio (concorrência imperfeita) -  $P > R_m = C_m$  → não há mais incentivos à produção

No mercado de concorrência perfeita -  $P = R_m = C_m$

### Conclusão:

*A quantidade que se produz em monopólio é uma quantidade menor que aquela que se produz no Mercado de Concorrência Perfeita e o preço é maior que o praticado neste mercado.*

Esta situação de  $P > R_m = C_m$  afasta o mercado da eficiência produtiva (quantidades produzidas inferiores às necessidades do mercado). Situação de ineficiência económica porque há transacções que não ocorrem (deixam de ser feitas). Há perda de bem-estar.

Actividade de rent seeking (compra de favores) – quando o monopolista transfere receitas do sector produtivo para aplicação improdutivo.

Medidas do Estado para corrigir as situações perversas do monopólio:

- Leis anti-trust (normas de defesa da concorrência);
- Regulações sectoriais;
- Nacionalização do monopólio;
- Intervenção do Estado no sentido de criar situações de concorrência potencial.

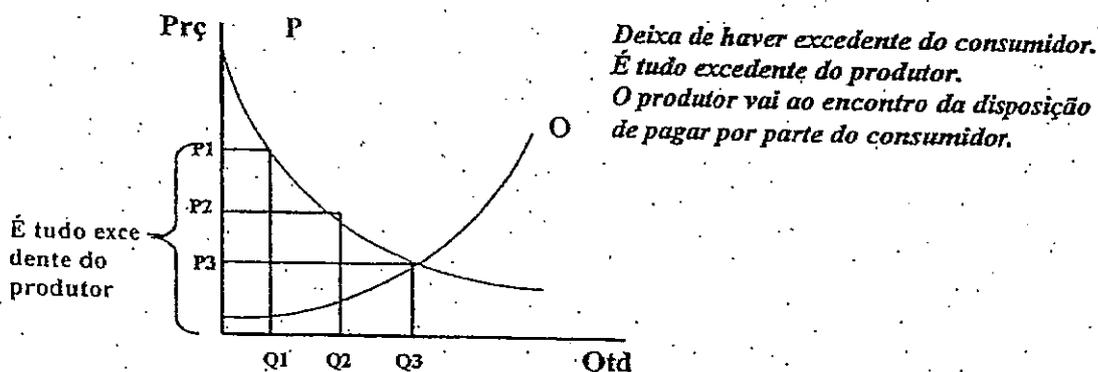
Teoria dos mercados contestáveis (teoria desenvolvida a partir de BAUMOL?) – o mercado é contestável quando são praticados preços concorrenciais como resultado da concorrência potencial. As situações em que o monopolista se sente ameaçado (situações hipotéticas, virtuais) levam-no a adoptar um comportamento concorrencial reduzindo o lucro extraordinário para um lucro mínimo. As barreiras de entrada/saída no mercado, sendo frágeis, levam o monopolista a adoptar esta postura.

George Stigler – defensor da desregulação. Para ele, a simples ameaça de entrada de novos concorrentes no mercado é suficiente para a sua regulação.

Discriminação de preços – quando um produtor cobra a diferentes consumidores preços diversos pelo mesmo bem (ex.: descontos de quantidade).

Condições para a discriminação de preços:

- Informação dos clientes para segmentar a procura
- Terá que não existir a possibilidade de revenda



O monopolista consegue maximizar o seu excedente. Todas as vantagens são capturadas pelo produtor mas não se verifica perda absoluta de bem-estar.

Característica do Oligopólio: número restrito de produtores para uma atômidade de compradores.:

A falta de atômidade da oferta também influencia a formação do preço. O oligopolista também tem, com a sua conduta, o poder de influenciar o rendimento dos concorrentes. Interação/Interdependência. Determina o preço e a quantidade dos seus produtos e também o preço e as quantidades dos outros concorrentes oligopolistas.

O oligopolista assume duas posições:

- De concorrência
- De cooperação

A cooperação oligopolista define-se como CARTEL (actividade concertada). Trata-se de uma aliança estável com os desígnios de aumentar os lucros extraordinários.

A atitude racional seria a da união com vista à reprodução dos resultados do monopólio.

O CARTEL resulta de:

- Acordos implícitos;
- Imitação do comportamento de um líder;
- Equilíbrio estratégico de não concorrência.

Exemplo de formalização de cartel: OPEP

As formas de institucionalização formal dos cartéis têm sempre deficiências que impossibilitam a sua efectivação plena (*incompletude dos contratos*).

George Stigler – Os cartéis tendem para a instabilidade porque quem neles participa tem incentivos para “fazer batota”. Incentivo ao não cumprimento. Ganhos à custa das perdas dos outros. Se todos pensarem assim, todos “fazem batota”.

Esta constatação de George Stigler tem um fundo de verdade embora em certos casos se verifique alguma estabilidade.

Posições possíveis de um oligopolista perante um acordo (cartel):

- Todos respeitam
- Só alguns respeitam
- Todos desrespeitam

A concorrência oligopolista

Quando os oligopolistas concorrem com outros, fazem com que as quantidades disponíveis aumentem e o preço diminua, o que é bom para o mercado. Essa concorrência verifica-se até se encontrar uma situação de “equilíbrio de Nash”.

Equilíbrio de (John Forbes) NASH: quando nenhum dos agentes na intervenção pode beneficiar de uma mudança da sua estratégia e os outros não mudam a sua própria estratégia. Solução maximizadora num contexto de interação. Quando um jogador só consegue melhorar os seus resultados mudando a sua estratégia apenas quando os outros jogadores mudam as suas. Estratégia de "não atropelamento" que, apesar de tudo, conduz a um equilíbrio. Cada agente estabelece a sua melhor estratégia em função das alterações das estratégias dos outros agentes.

Factores que influenciam a maximização de resultados individuais:

- Rendimento
- Tempo
- Decisões dos outros (interacção/estratégia de terceiros) → Racionalidade colectiva (a melhor escolha num contexto de interacção)

3 termos de análise:

- 1) Concorrência de COURNOT — através das quantidades
- 2) Concorrência de BERTRAND — através dos preços
- 3) SWEETZ (teoria da procura quebrada)

- 1) Situação em que um dos oligopolistas resolve concorrer através do aumento da quantidade, assumindo que os outros mantêm a sua quantidade produzida. Estes reagem, reduzindo o preço para não perderem quota de mercado, acabando todos por perder.

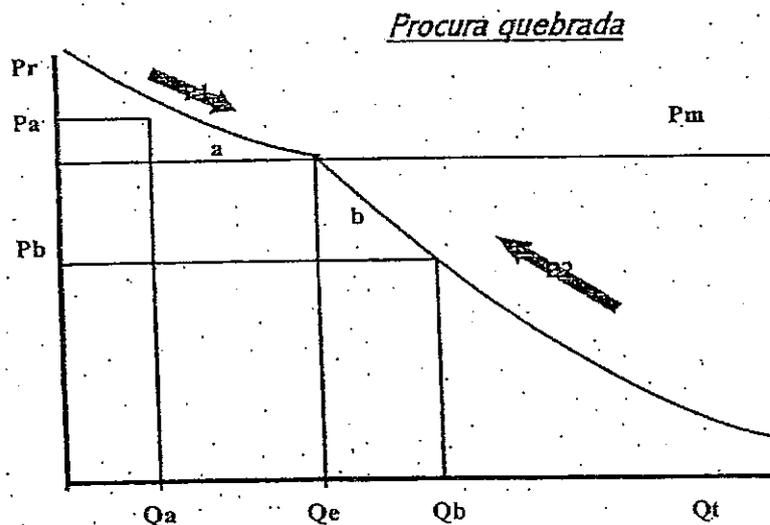
Conclusão: Não existem incentivos para nenhum dos produtores aumentarem a suas produções. Chega-se a um equilíbrio de NASH (em termos de quantidades colocadas no mercado).

- 2) O oligopolista parte do princípio que, faça ele o que fizer, os seus concorrentes não alterarão os seus preços, o que lhe abre a perspectiva de aumentar o seu volume de vendas através de uma quebra de preços que os outros não acompanharão; contudo, se os bens que ele produz não forem perfeitos substitutos dos produtos dos concorrentes, se não estiverem satisfatoriamente preenchidos os requisitos de fluidez, o oligopolista que baixa os preços corre o risco de ver aumentar o volume de vendas menos do que proporcionalmente à descida de preços, comprometendo o seu rendimento. Numa hipótese de fungibilidade dos produtos vendidos pelos concorrentes, qualquer dos oligopolistas pode conquistar a totalidade do mercado com uma ligeira baixa de preços, sendo sua estratégia dominante esse abaixamento que o levará até um "equilíbrio de Nash" com sério declínio dos lucros extraordinários.

Tese apresentada pela Dr.<sup>a</sup> Paula Vaz Ferreira

Concorrência através dos preços. O objectivo estratégico inicial de um agente tem que ver com os preços. Ele diminui o seu preço produzindo e colocando no mercado mais unidades assumindo que os seus concorrentes vão manter os seus preços. Estes, para não perderem as suas quotas de mercado, baixam também os preços. Para além de ser benéfica para o consumidor, esta estratégia aproxima o mercado de uma maior eficiência económica. Todavia, quando os agentes se apercebem que o abaixamento do preço por parte de um agente resulta em perda para os outros, tendem ao estabelecimento de um acordo (*cartel*).

- 3) O oligopolista sabe que os concorrentes acompanharão as descidas de preços – para não perderem clientes e quota de mercado – mas não reagirão às subidas de preços, pelo que a curva da procura se lhes afigurará como “quebrada”, com dois tipos de elasticidade muito distintos: uma quase total inelasticidade (aparente) às descidas de preços, uma quase infinita elasticidade (aparente) às subidas, grandes quebras de vendas se os preços sobem, pequenos aumentos de vendas se os preços baixam – uma combinação poderosa que dissuade qualquer oligopolista de tentar alterar os preços que pratica e que pode constituir um mecanismo de regulação automática, de pacificação anti-concorrencial no mercado oligopolista.



Pr: preços Qt: quantidades Pm: preço de mercado P1: procura acima do preço de mercado (mais elástica, porque os concorrentes não acompanham as subidas de preços, e por isso as suas ofertas são alternativas para os compradores) P2: procura abaixo do preço de mercado (menos elástica, porque os concorrentes acompanham as descidas de preços, reduzindo as alternativas dos compradores) a: efeito de uma subida de preços (ou restrição de quantidades) b: efeito de uma descida de preços (ou aumento de quantidades) Pa: preço acima do equilíbrio Pb: preço abaixo do equilíbrio Qe: quantidade de equilíbrio Qa: quantidade abaixo do equilíbrio Qb: quantidade acima do equilíbrio

### Estratégia e teoria dos jogos

O estudo dessas atitudes estratégicas de articulação de interesses entre agentes, no espaço intermédio dos extremos da cooperação e da rivalidade, é o objecto adequado da *Teoria dos Jogos* (John von Neumann e Oskar Morgenstern).

A especial relevância que a teoria dos jogos tem para a explicação do funcionamento dos oligopólios resulta, por um lado, do facto de os oligopolistas disporem de suficiente poder de mercado para conseguirem prejudicar-se seriamente uns aos outros, mas não disporem de poder de mercado bastante para transitarem para uma situação monopolista (sendo compelidos à convivência com os seus rivais); e, por outro, do facto de nem sempre se lhe afigurarem óbvias as vantagens de uma cooperação permanente face à posição sub-ótima de "equilíbrio de Nash", à qual cada um conseguirá chegar.

Os jogos são vistos como uma metáfora para a representação da actuação dos agentes no mercado

### O dilema do prisioneiro

*Silêncio de ambos = Optimo de Pareto*

*Denúncia recíproca = Equilíbrio de Nash*

### Jogos de aprendizagem

Grande parte das interações na vida económica são recorrentes e sequenciais, possibilitando a aprendizagem.

Os jogos de aprendizagem permitem aos agentes a interiorização de valores de reputação e aceitação social e medo de retaliação como elementos relevantes para o cumprimento das regras relativas às interações

### A política anti-oligopolista

A impossibilidade da formação de cartéis, tanto expressos como tácitos, não impede que os oligopolistas, isolada ou concertadamente, tentem restringir alguns dos efeitos da entrada no mercado de novos concorrentes.

Para além das práticas dissuasoras utilizadas pelos monopólios, e que os oligopólios poderão adoptar com tanto mais eficácia quanto mais se aproximarem do paradigma monopolista, são características dos mercados oligopolistas algumas práticas restritivas verticais da concorrência que servem de sucedâneos às coligações e que se reflectem em imposições feitas pelos produtores oligopolistas aos vendedores dos seus produtos (grossistas e retalhistas):

- Tabelamento de preços de revenda
- Acordos de concessão exclusiva
- Acordos de distribuição territorial
- "Tying" – posição de venda de bens em conjunto (ex.: venda de um sistema operativo conjuntamente com software que não é essencial para o funcionamento daquele sistema).

A pressão exercida contra estas práticas restritivas tem levado à formulação de defesas credíveis por parte dos oligopolistas:

- Controle de qualidade na distribuição
- Preservação da reputação das marcas
- Possibilidade da criação de “efeitos de rede”, “externalidades no consumo”, de “reputações comerciais”
- Aumento do nível da informação que circula no mercado

O que ficou dito relativamente à “teoria dos mercados contestáveis” encontra plena validade no ambiente oligopolista: a simples eliminação de barreiras não-económicas à entrada de concorrentes – aqueles que não tenha a ver com o nível elevado da *escala mínima de eficiência* – bastará muitas vezes para disciplinar o mercado oligopolista e para evitar a formação de cartéis, já que todo o esforço de disciplina dentro do cartel poderá ser inutilizado pela entrada de não-membros no mercado.

O monopólio natural é particularmente resistente à *política de contestação de mercados*.

Medidas reguladoras de combate aos cartéis:

- Imposição de quotas de produção aos oligopolistas
- Soluções de regulação directa
- Proibição legal de abusos de posição dominante

A maioria dos economistas, no entanto, insiste que, na dúvida e na ausência de determinação inequívoca de uma “falha de mercado”, é preferível deixar funcionar livremente o mercado, já que o combate do “antitrust” pode constituir um perigoso pretexto a um avanço intervencionista.

## CONCORRÊNCIA MONOPOLÍSTICA

### A concorrência monopolística e a concorrência perfeita

#### Elementos/características de concorrência perfeita:

- a) Atomicidade do lado da oferta (muitos produtores) faz com que as decisões de cada um, relativamente aos preços que pratica, não dependam das decisões dos outros. Não há retaliação. Decisões independentes;
- b) Liberdade de entrada/saída no mercado;
- c) Tendências para o desaparecimento de lucros extraordinários no longo prazo.

#### Elementos/características de monopólio:

- a) Cada produtor detém algum poder de mercado relativamente ao seu “*nicho de mercado*”; poder de, isoladamente, influenciar o preço, em virtude de não existir uma homogeneização de produtos;

b) Não há fluidez

c) Dificuldade de entrada/saída no mercado

FLUIDEZ: misto de *racionalidade* (escolha) e de *informação* (preço mais baixo) – o preço é uma consequência da informação plena.

Falha de fluidez porque os bens são diferenciados (não são homogêneos) – são apenas *substitutos próximos*.

Dois bens pertencem ao mesmo mercado quando, do ponto de vista do consumidor, são substitutos próximos.

Existência de bens que, podendo ser substitutos entre si, funcionam como *substitutos imperfeitos*.

No Mercado de Concorrência Perfeita, a concorrência não se faz pelo preço, mas sim pelas características dos bens, pela diferenciação existente.

Fontes de diferenciação:

a) Características intrínsecas dos bens

b) Atributos/serviços associados ao bem (ex.: gasolina que é colocada pelo próprio ou por terceiro)

c) Localização geográfica (ex.: restaurante à beira-mar)

Aspectos importantes:

a) Afirmção da reputação;

b) Utilização da publicidade.

Quase tudo é mercado de concorrência monopolística. Produtos que são substitutos imperfeitos.

A concorrência monopolística é um tipo de mercado que vai ao encontro da “soberania” do consumidor, passando pela informação das características dos produtos »»» PUBLICIDADE = componente informativa (características e eficiência) + componente persuasiva (nome, marca, reputação).

Desaparecimento de lucros extraordinários no longo prazo. Enquanto houver lucros extraordinários entram empresas. Há liberdade de entrada/saída. Existe um efeito de atracção e, ao mesmo tempo, um efeito de miragem que destrói as perspectivas de lucro extraordinário e se chega a um ponto de equilíbrio (lucro normal) em que deixam de existir incentivos para a entrada no mercado.

**PUBLICIDADE** – importante para a divulgação do produto, características, reputação das marcas, etc.

Search Goods – são os bens cuja qualidade pode ser razoavelmente aferida antes do consumo.

Experience Goods ou Credence Goods – são os bens cuja qualidade pode ser aferida através do (ou com) o consumo (ex.: consulta de um médico) »»» sinalização da qualidade através da reputação.

Funções da publicidade:

- a) Função informativa – características, eficiência
- b) Função apelativa, persuasiva – não diz nada sobre o produto (ex.: Benetton)

É frequente o consumidor associar os gastos com publicidade à qualidade dos bens.

Quando o mercado é de concorrência perfeita, existe uma situação de eficiência perfeita; portanto de bem-estar absoluto.

No mercado de concorrência imperfeita (o mercado de concorrência monopolística) existe perda de bem-estar.

- Preços elevados
- Menor número de transacções

As perdas de bem-estar tendem a desaparecer com a eliminação dos lucros extraordinários e o atingimento do lucro normal. Estes mercados são, também, de ineficiência produtiva: deslocalização de recursos e redução de economia de escala.

A diferença naquilo que se paga é boa para o consumidor. O contexto de concorrência monopolística é um contexto adequado para a afirmação da *soberania do consumidor*.

Exemplo de factores que acentuam as imperfeições do mercado:

- Inovações tecnológicas
- Imperfeições informativas

O caso Microsoft é um exemplo de imperfeição do mercado provocado pela inovação tecnológica. A causa dessa anomalia resulta da protecção das inovações por patentes (direitos de propriedade intelectual).

Quem detém uma patente tem uma posição de monopólio enquanto durar a protecção jurídica.

Os direitos de propriedade intelectual incentivam a inovação – externalidade positiva (confinam o potencial externalizador) – fazem com que o criador da externalidade se possa apropriar de uma parte dessa externalidade.

Custos fixos elevados para criação de um programa informático e custos marginais que tendem para o zero com a sua reprodução sucessiva. Gera *externalidades de rede*. O valor do bem aumenta com o aumento do número de utilizadores. Gera *standards dominantes* e a consequente dificuldade na entrada de novos concorrentes no mercado.

O caso Microsoft potenciou a externalidade de rede conexa.

Internet Explorer fornecido com o próprio equipamento (*"bundling"* ou *"tying"*). Obrigatoriedade de o ícone de acesso à Internet aparecer no ambiente de trabalho. A Microsoft, no entanto, não cobrou mais por isso. Benefício manifesto dos consumidores. Aumento de bem-estar.

### 06.03.10

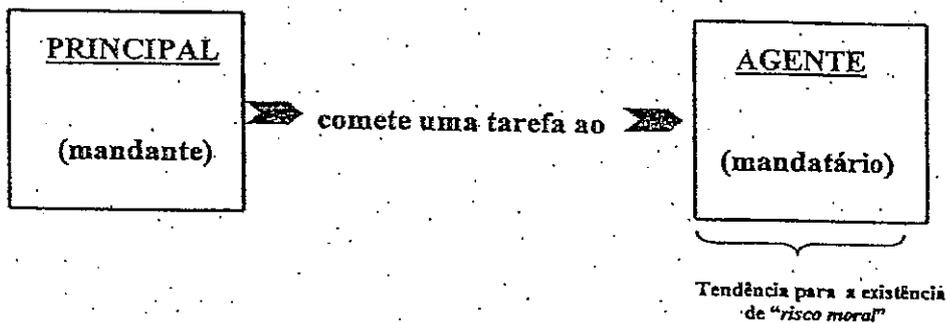
Imperfeições informativas:

- A informação tem um custo de obtenção e um custo de oportunidade, tendendo, portanto, a ser tratada como um bem (George Stigler e Joseph Stiglitz, teóricos do "mercado de informação").

As falhas de informação geram:

- *Seleccção adversa* – nos seguros, no crédito (os melhores agentes saem do mercado em virtude da assimetria informativa) – O mercado tem tendência para um estreitamento (redução) que, em última análise, pode conduzir ao desaparecimento do mercado;
- *Risco moral* – indução ao comportamento indulgente, resultante da falta de informação do risco.

Os problemas relativos ao "*risco moral*" são aplicáveis através da Teoria da agência que pressupõe as figuras de:



Nesta situação também existe *assimetria informativa* já que o agente é o único que sabe analisar correctamente a sua conduta. Gera-se, portanto, um problema de *(des)alinhamento de incentivos*.

A *Teoria da agência* define as formas de um alinhamento de incentivos criado pelo *Principal (mandante)*. Ex.: vendas (agentes das marcas dos representantes).

A frequência do risco moral pode conduzir à ineficiência do mercado.

Formas de obviar os efeitos da falta de informação:

- Por parte dos compradores – SINALIZAÇÃO (no Mercado Perfeito é apenas o preço)
- Na falta de informação plena, os agentes têm que *interpretar* os sinais
  - *garantias* dadas pelos produtores (sinais de qualidade)
  - *campanhas publicitárias*
  - *relação preço/qualidade* (“o que é caro é bom!”)
  - *opinião* sobre o produto

A reputação da marca dificulta a entrada no mercado de novos agentes.

## CAPÍTULO 11 – OUTROS OBJECTIVOS QUE NÃO A MAXIMIZAÇÃO DO LUCRO

Noções já adquiridas:

- O produtor atomístico pára de produzir na escala de eficiência
- O produtor monopolístico pára de produzir antes da escala de eficiência.

Nas Grandes empresas, o capital social é tão grande que se encontra disperso por um número razoável de sujeitos. Mesmo quando assim não é, o empresário, na impossibilidade de gerir sozinho o capital da empresa, entrega essa actividade a gestores profissionais.

*Desalinhamento da empresa* (entre o gestor e o dono da empresa) – situação em que a gestão da empresa não coincide com a gestão do empresário (titular do capital) mas sim com a gestão de terceiros (situação potencial de *risco moral*).

*Assimetria informativa* a favor do gestor profissional (situação correcta) relativamente aos accionistas que representa. Tentação de tomada de atitudes em benefício próprio e em detrimento do interesse dos accionistas (empresários). Maximização do lucro em benefício próprio.

Diferença entre empresário (dono da empresa, accionista) e gestor.

Alinhamento:

Formas de mitigar este desalinhamento (eliminação das consequências perversas):

1. Endividamento elevado da empresa (como estratégia) – forma de pressionar o gestor a ter uma conduta mais diligente (pelos investidores institucionais).
2. A mais eficaz – alienação (venda) da empresa ao gestor profissional
3. Criação de um sistema de incentivos:
  - de natureza mais simples – o gestor tem uma parte do seu salário indexada aos resultados da empresa. O gestor tem interesse em que os resultados da empresa sejam o mais positivos possível (interesse coincidente com o dos accionistas);
  - de natureza mais complexa – a atribuição ao gestor profissional de um lote de acções representativo do capital social leva este ao alinhamento dos seus interesses particulares com os interesses da empresa conduzindo à maximização dos seus resultados. Quando o gestor profissional aliena essas acções, convém que elas tenham mais valor;
  - de natureza ainda mais complexa – atribuição ao gestor profissional de opção de compra de acções da empresa (“*stock option*”). Acordo entre o empresário e o gestor sobre o direito de este adquirir um determinado lote de acções da empresa ao preço

actual, ao longo de um determinado prazo. Direito de opção de aquisição futura a preços actuais.

4. Poder que os accionistas têm de fiscalizar a acção dos gestores. Assembleia-geral de accionistas. Análise de desempenho. Avaliação.

Dificuldade na fiscalização:

- a) O exercício de fiscalização tem sempre um custo que aumenta com a frequência e intensidade da fiscalização;
- b) Alguma ineficácia na fiscalização. Relatórios extensos, complicados e "indecifráveis" para a maioria dos destinatários (*assimetria informativa*).
- c) Entrega do exercício da fiscalização a entidades especializadas (Conselho Fiscal, Revisores Oficiais de Contas, etc.). Também estes órgãos de fiscalização estão sujeitos à "teoria da captura". Fiscalização meramente formal porque não interessa à empresa auditora a eficiência total na auditoria.

Este desalinhamento de interesses entre accionistas e gestores pode ocorrer por via da complacência dos accionistas de referência (maioritários) »»»» ligações com empresas externas nas quais alguns accionistas detêm interesses (ex.: capital social).

Dispersão accionista

Régra: A proporção do capital social detido corresponde igual proporção em termos de domínio da empresa. Possibilidade de, em Assembleia-geral, se decidir sobre a orientação da gestão estratégica.

Possibilidade de uma minoria de accionistas "tomar conta" da empresa através da realização de uma Assembleia-geral com fraca afluência (ex.: apenas 30% de representação numa Assembleia-geral, com 16% do capital representado, pode ter domínio e tomar decisões de nomeação de administradores com prejuízo de todos os outros accionistas).

Fenómenos de "*inside trading*" (informação privilegiada) para proveito próprio, com grandes mais-valias, e com a conseqüente descredibilização do Mercado de Capitais e descapitalização bolsista das empresas cotadas na Bolsa de Valores.

O próprio mercado pode resolver (pelo menos em parte) os desalinhamentos entre gestores e accionistas.

Um Conselho de Administração que está a exercer a sua actividade de gestão em razão dos seus interesses particulares conduz à fragilização da empresa no mercado e este reconhece o facto através de sinais: notícias de redução de efectivos, compadrios, favorecimentos.

A cotação de uma empresa no mercado é uma forma de avaliação (e reacção) do próprio mercado à sua actuação. Podem surgir fenómenos de "*takeover*".

## CAPÍTULO 12 – A REPARTIÇÃO DE RENDIMENTOS E O MERCADO DE FACTORES

FACTOR	REMUNERAÇÃO
Terra Capital Trabalho	Renda Juro Salário

Oferta das famílias

Os titulares destes factores também estão sujeitos à lei da oferta e da procura

A procura de bens existe porque o comprador quer satisfazer as suas necessidades. No mercado de factores, a procura destes é *derivada*. Isto significa que eles estão a ser objecto de procura porque os bens associados a estes factores têm também maior procura.

A repartição é feita através da *remuneração* dos factores de produção.

No que se refere à *repartição*, a análise económica não deve ter considerações de natureza valorativa, cabendo essa preocupação aos juristas.

PROCURA DE BENS

*INSTRUMENTAL*

PROCURA DE FACTORES

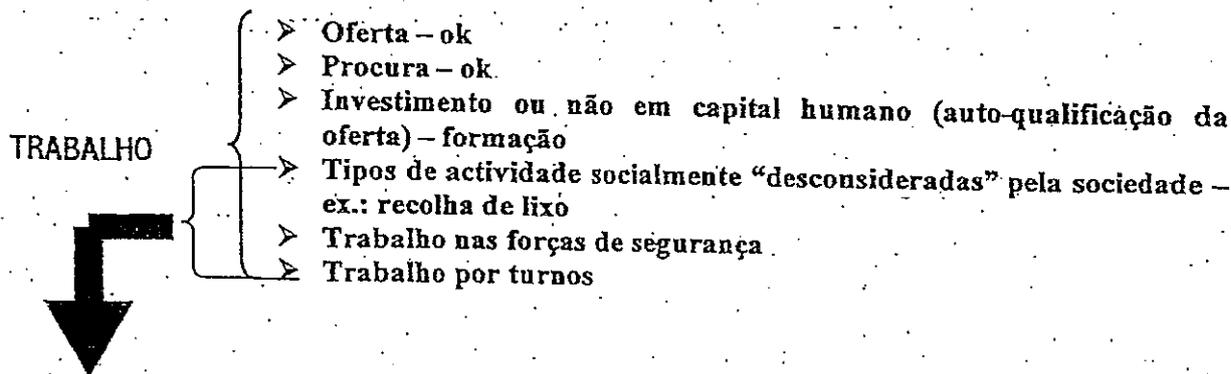
*DÉRIVADA (porque valem por aquilo que produzem)*

Procura de trabalho (por parte dos empresários) = maior salário para as famílias

Oferta de trabalho (por parte das famílias) = menor salário oferecido pelos empresários.

A remuneração dos factores depende também de outras variáveis

Exemplo:





Diferenciais compensatórios: *compensações associadas à natureza da função; acréscimo de remuneração; incentivos.*

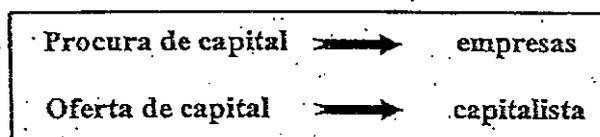
Muito do que é a remuneração do factor trabalho pode depender de:

- Sorte;
- Qualidades inatas
- ???

<u>Paradigma neoclássico</u>	<u>Paradigma institucional</u>
<i>A repartição é uma fatalidade, algo que depende apenas das forças do mercado</i>	<i>A repartição pode ser feita de forma correctiva (introduzindo alguma justiça – ex.: fixação de salário mínimo)</i>

### Funcionamento do mercado de factores

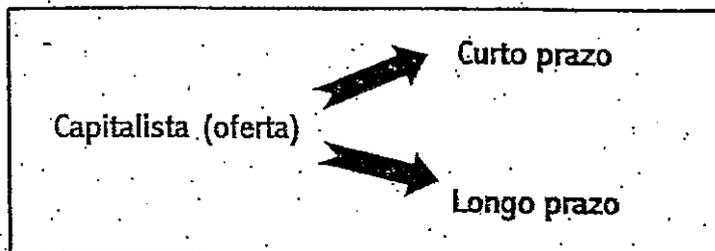
CAPITAL – conjunto de bens instrumentais necessários à produção de outros bens. O capital precisa de ser formado (factor de produção derivado de um processo de formação).



O empresário pode adoptar duas posições na procura de capital (decisão tomada em função da utilidade):

- a) Locação de capital – aluguer de bens de capital (ex.: aluguer de transportes para distribuição dos produtos) – Neste caso, o empresário aluga o capital até ao ponto em que o rendimento marginal é igual ao custo (preço que tem que pagar).
- b) Aquisição de capital – compra de bens de produção (ex.: aquisição desses mesmo transportes). Neste caso, o empresário tem sempre que ponderar o custo de oportunidade (produto total que pode ser gerado durante a vida útil do bem, relativamente ao custo total inerente à sua posse e utilização) e a durabilidade do investimento (vida útil, no caso de aquisição, por exemplo, de meios tecnológicos que podem ser rapidamente ultrapassados).

O capitalista é a entidade que faz a oferta de capital (decisão tomada em função dos custos) – ex.: empresa possuidora dos transportes para distribuição dos produtos do empresário.



No curto prazo, o capitalista está limitado a alugar os transportes que possui (oferta relativamente inelástica).

No longo prazo, o capitalista pode ponderar aumentar a frota de meios de transporte e, conseqüentemente, a oferta. Para este efeito, deverá ponderar, como custos, o custo de oportunidade, o custo total dos novos bens a adquirir, incluindo designadamente a manutenção, a depreciação e outros custos conexos.

A oferta, em termos individuais, é caracterizada por uma elasticidade infinita. Àquele preço, o capitalista consegue colocar no mercado todo o capital disponível.

O capitalista deve, no mínimo, ser remunerado de forma a cobrir os seus custos. Se os custos forem superiores ao preço, acaba a actividade.

TERRA – a *renda*, em sentido restrito, corresponde à “*renda fundiária*”.

A imobilidade, característica do factor terra, determina a inelasticidade da sua oferta.

### TEORIAS SOBRE A RENDA DO FACTOR TERRA

- a) Teoria da renda (David Ricardo – clássico, continuador de Adam Smith) – trata-se de uma teoria originariamente pensada apenas em termos de agricultura: “*A renda é a remuneração obtida pelos proprietários das terras mais férteis*”.
- b) Teoria que faz assentar a remuneração no nível do capital – “*As diferentes remunerações do factor terra dependem do capital (meios) que é utilizado juntamente com esse factor*”.

TRABALHO – maior quota-parte dos trabalhos de produção

O nível de procura de trabalho por parte da empresa depende da sua estrutura de custos. A empresa com mais capitais não procurará tanto trabalho; o capital substitui o trabalho e vice-versa; tem a ver com o preço de todos os factores de produção.

A empresa procura mais um trabalhador até ao ponto em que o *Custo marginal* (salário) é igual ao *Produto marginal*.

A elasticidade da procura de mão-de-obra por parte da empresa depende do carácter mais ou menos intensivo de exploração dos factores de trabalho, da possibilidade de substituição dos factores de trabalho pelos factores de produção e da elasticidade da procura dos bens finais.

A oferta é tanto maior quanto maior for o nível salarial oferecido.

Tendência para a criação de *barreiras corporativas* por parte dos trabalhadores já empregados (ordens, agremiações, associações, etc.).

Factores que condicionam (determinam) a produtividade:

- *Capital físico* (computadores x máquinas de escrever)
- *Capital humano* (formação)
- *Tecnologia* (novos métodos de produção)

Imperfeições informativas, discriminações, levam a que os factores de produtividade referidos por vezes não funcionem.

Aspectos que justificam diferenciações salariais:

- Diferenciais compensatórios (ver página 69 deste resumo)
- Capital humano – todo o investimento em formação pessoal realizado por um agente na expectativa de maiores ganhos do trabalho (trabalho especializado x trabalho não especializado).

Quem não opta pela formação sujeita-se àquilo que se pode designar por “armadilha de sub-qualificação”: entra no mercado de trabalho com determinado nível de formação sem poder aumentá-lo.

A formação (educação) está associada a uma *externalidade positiva*. Não conta apenas em termos individuais. Ela reflecte-se em benefício de toda a sociedade. Essa externalidade positiva é internalizada.

A necessidade de formação como meio de aumentar a produtividade provoca a intervenção do Estado.

- Intervenção directa, através do financiamento das instituições educativas;
- Intervenção indirecta, através da atribuição de subsídios às famílias (ex.: bolsas de estudo).

A formação é considerada um “*bem de mérito*”. Se a formação dependesse apenas do destinatário, verificar-se-ia uma situação de sub-consumo.

- Sinalização – forma de manifestar (exteriorizar) as capacidades (a formação detida pelo agente; a instituição onde se formou; etc.)

É uma forma de ultrapassar a assimetria informativa do agente ao qual a sinalização se destina.

Assim, existem duas concepções para justificar as diferenças salariais:

- *Teoria da sinalização*
- *Modelo do capital humano*

A *sinalização* visa obviar ou mitigar deficiências de informação (informação assimétrica).

*Períodos experimentais* – forma de corrigir a assimetria informativa (estágios, contratos temporários).

*Vencimento de transferência* – corresponde a um salário de equilíbrio (remuneração mínima sem a qual ninguém está disposto a realizar a actividade).

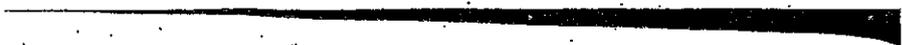
Todavia, a este vencimento acrescem, normalmente, outras remunerações (viscosidade do mercado por acção das corporações, sindicatos, etc., que fazem com que a remuneração fique acima do *vencimento de transferência + renda económica*).

*Renda económica* – é o vencimento adicional (regalias).

Nalguns casos, a remuneração dos trabalhadores pode ser pura *renda económica*, como é o caso das situações de trabalho infungíveis (não susceptíveis de serem substituídas; situações únicas) ex.: músicos, futebolistas.

O nível de remuneração depende única e exclusivamente da procura.

*Discriminações do mercado* – ideológicas, raciais, sexuais, políticas, etc.



C

C

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

## CAPÍTULO 13 – A DESIGUALDADE E A POBREZA

### Rectificação da repartição

Existe sempre um “*trade-off*”: para beneficiar a eficiência, sacrificamos a justiça e vice-versa (eficiência não é sinónimo de justiça).

O funcionamento de um mercado concorrencial assegura uma afectação eficiente de recursos – mas essa eficiência não é sinónimo de justiça, a qual está longe de se encontrar garantida pelo simples funcionamento do mercado.

### Causas da pobreza:

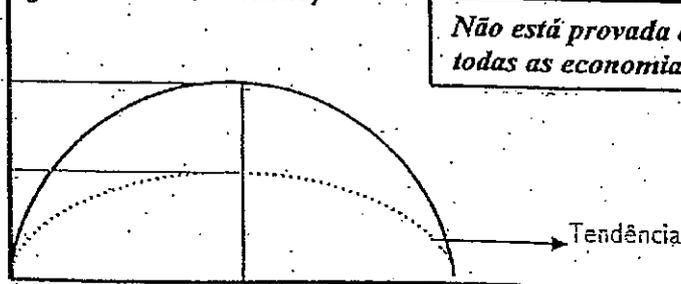
- Pobreza voluntária: nem tudo na pobreza é atribuível a desigualdade de oportunidades ou a falhas no mercado dos factores, sendo que muito resulta das escolhas que, por serem menos avisadas, não deixam de ser livremente feitas pelas pessoas (ex.: a escolha de não se esforçar na busca de emprego, de não desempenhar convenientemente as suas tarefas enquanto empregado, de não poupar com vista a prevenir quebras de rendimento...);
- Estruturação da própria sociedade

### A medição da pobreza

- “*Ilha da Coesão*” x “*Ilha da Disparidade*” – distribuição do rendimento (ver este tema no Manual de referência);
- “*Curva de Lorenz*” – outra forma de representar a desigualdade numa economia: um gráfico que evidencia o efeito cumulativo da distribuição de riqueza, começando pelo grupo mais pobre e terminando no grupo mais rico;
- “*Curva de Kuznets*” – que, relacionando a evolução da desigualdade e do crescimento – correlacionando o PIB per capita com desigualdade de rendimentos –, indicava que, ultrapassada uma fase de desigualdade máxima requerida pela aceleração do crescimento, o próprio crescimento passaria, numa fase superior, a ser o principal promotor de convergência da rendimentos. Dito por outras palavras, as disparidades remuneratórias tendem a agudizar-se com o crescimento económico e com a concomitante intensificação de trabalho especializado

### CURVA DE KUZNETS

Pobreza (desigualdade de rendimentos)



*Não está provada a verdade relativamente todas as economias e a todas as situações*

Crescimento económico

### A armadilha da pobreza

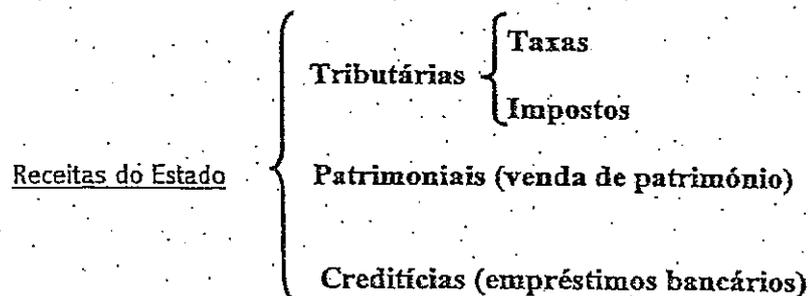
A "armadilha da pobreza" designa o efeito combinado do início de tributação e de fim de subsídio que recai sobre aquele que pretende ultrapassar o limiar de pobreza, efeito combinado de que pode resultar uma oneração marginal dos seus rendimentos superior a 100%, deixando mais pobre ainda aquele que se encontra nesse ponto de transição, rechaçando os seus esforços para se libertar da pobreza (ou pelo menos para fazê-lo no mercado "oficial")

## CAPÍTULO 14 – REDISTRIBUIÇÃO E TRIBUTAÇÃO

### A função económica dos impostos

Os impostos são meios de arrecadação de receitas públicas, são vias pelas quais as entidades públicas encontram cobertura financeira para as despesas inerentes às actividades que desenvolvem: educação, saúde, defesa, segurança, justiça, obras públicas...

Como já se viu, a tributação causa sempre uma retracção da actividade económica e a perda de bem-estar, seja relativa, seja mesmo absoluta.



### A justiça fiscal

A maior parte das formas de tributação do rendimento adoptam actualmente a solução da progressividade das taxas, querendo com isso dizer-se que pretendem discriminar as pessoas de mais elevados rendimentos, fazendo-as pagar um montante de imposto que é mais do que proporcional àquilo que pagam aqueles que têm rendimentos menores.

### Capitação, proporcionalidade, progressividade e regressividade

Critérios de distribuição pelo universo dos contribuintes do peso total da carga tributária:

- Capitação: a tributação de todos os contribuintes pela mesma soma (“*lump sum taxes*”), isto é, pagamento uniforme de uma única quantia;
- Proporcionalidade: a tributação proporcional ao rendimento de cada contribuinte, ou seja, com uma taxa uniforme (a taxa média não se altera com as variações do rendimento);
- Progressividade: tributação com progressividade de taxas, isto é, com taxas que se vão agravando à medida que é mais elevado o rendimento tributado;
- Regressividade: a taxa média diminui com os aumentos de rendimento

## Capacidade e benefício

Princípio das capacidades contributivas: deve-se contribuir em função da capacidade financeira de cada um.

Princípio do benefício (ou da "equivalência"): quem utiliza mais o Estado, deve contribuir mais (o que exige que se pressuponha que é possível detectar e contabilizar um uso privado dos bens públicos – coisa que de certo modo colide com a definição de "bem público").

## Redistribuição e taxa plana (ou "uniforme")

Uma medida de simplificação é a do imposto de taxa uniforme ou plana ("flat tax"), que basicamente significa que se aplicaria a qualquer montante de rendimento a mesma taxa, daí resultando, pois, que seria invariável a taxa marginal – com imediata consequência de que não existiria desincentivo ao enriquecimento, já que aumentar-se o rendimento em 1 Euro ou em 10.000 Euros não alteraria a taxa marginal.

## CAPÍTULO 15 – O PROBLEMA AMBIENTAL

Efeitos secundários da produção que se projectam para terceiros (a sociedade em geral);  
efeitos secundários = externalidades.

Suportam os custos destas externalidades todos aqueles que têm que suportar esta situação.

Agricultura biológica x agricultura normal »»» só estamos dispostos a adquirir o mais barato (atitude racional).

Os problemas ambientais começaram a ter uma maior acuidade na década de 70 do século XX. Ideia de justiça intergeracional. Sustentabilidade do crescimento económico: uma geração não deve comprometer o futuro das gerações subsequentes.

Estas externalidades causam *falhas de mercado* (fenómenos que escapam ao mercado).

### EXTERNALIDADES:

#### 1. Positivas (conduzem à subprodução)

- de *produção* – aproximam as empresas umas das outras - pólos industriais; “clusters” (ex.: Silicon Valley)
- de *consumo* – externalidades de rede; várias lojas no mesmo espaço ou muito próximas umas das outras (ex.: centros comerciais; ZARA)

#### 2. Negativas (conduzem à sobreprodução; o custo individual é menor que o custo social – a internalização da externalidade provoca a redução da produção e o aumento do preço)

- de *produção* – tem que ver com a oferta (ex.: poluição produzida por uma fábrica)
- de *consumo* – tem que ver com a procura (ex.: fumar num lugar público; ouvir música com o volume alto)

Equilíbrio do mercado = eficiência; óptimo social

Concomitância de *equilíbrio de mercado* com *redução do bem-estar*.

Custo individual (custos de produção) »»» reflectido no preço

Custo social »»» não reflectido no preço

Quando as externalidades são negativas, verifica-se uma *sobreprodução* (ex.: poluição fabril) e uma *situação de mercado para além do óptimo social*.

Quando, pelo contrário, as externalidades são positivas, verifica-se uma subprodução (ex.: vacinas) e uma situação de mercado aquém do ótimo social.

#### Causas e consequências da internalização das externalidades de produção:

- negativas – tributação e multas que se transformam em custos de produção, provocando a redução da quantidade produzida e a consequente diminuição da oferta.
- positivas – subsídios ou delimitação de direitos de apropriação fortes (ex.: propriedade intelectual)

#### Causas e consequências da internalização das externalidades de consumo:

- negativas (ex.: fumar) – proibição ou tributação para minimizar os efeitos que têm como consequência o aumento do preço.
- positivas (ex.: educação) – subsídios que se traduzem em benefício para o destinatário da educação e para toda a sociedade.

Tudo isto traduz formas de intervenção do Estado

Podem, no entanto, criar-se um mercado para a internalização das externalidades

### TEORIA DA EMPRESA

Teorema de (Ronald) COASE (1960) – ideia de bilateralidade ou reciprocidade.

*“A negociação é a forma de obter eficiência social (aproximação do ótimo social) num contexto de baixos custos de transação e direitos de apropriação bem definidos” – Solução de maior eficiência social; os direitos vão parar às mãos daqueles que revelam maior disposição de pagar. A partir daqui (ponto de equilíbrio), não há mais incentivos para a transação.*

Quer dizer:

É possível alcançar um nível eficiente de externalidades e um nível eficiente de produção, apesar das externalidades.

Este teorema traduz a proposição de uma situação de negociação para resolver as externalidades; disposição de pagar em função da utilidade.

Exemplo do comboio que circula num campo agrícola (solução através de uma lógica de bilateralidade: delimitação da linha; desvio da linha; compra dos terrenos adjacentes à linha)

Trata-se de um contrato com custos de transação implícitos (custos de informação, negociação, redacção de contrato, fiscalização do seu cumprimento, de oportunidade, etc.) Estes custos serão tanto mais elevados quanto maior for o número de intervenientes.

Quando os custos de transacção previsíveis são muito elevados, não há possibilidade de negociação. Verifica-se então a possibilidade de intervenção do Estado para resolver o problema.

Uma externalidade implica duas partes:

- a) externalizador (causador) – existe porque existe vítima
- b) vítima – existe pela sua própria presença, isto é, externaliza a sua presença

Os custos de resolução do problema da externalidade podem estar tanto no causador, como na vítima.

Ideia de transacção do direito de propriedade.

A bilateralidade permite indiciar a possibilidade de formação de um “mercado de internalização de externalidades” capaz de alcançar o ótimo social, e que também há-de chegar a um equilíbrio (alguém disposto a pagar pela externalidade e alguém disposto a receber por essa externalização).

Formas coercivas que conduzem à internalização de externalidades negativas de produção:

1. expropriação (substituição dos particulares pelo Estado) – O Estado chama a si uma determinada unidade produtiva (ex.: água, telefones, electricidade);
2. regulação – As actividades continuam a ser desenvolvidas pelos particulares, mas o Estado fixa objectivos (em termos de restrições quantitativas e, no limite, absolutas com os quais aqueles particulares têm que se conformar: saúde, segurança, sustentabilidade ambiental);
3. criação de incentivos, ou desincentivos (impostos “pigouvianos”, que se traduzem numa troca de utilidades) - Por um lado, não são impostos, porque não geram perda de bem-estar mas, por outro, são impostos, porque permitem obter arrecadação de receitas. O imposto “pigouviano” incentiva a eficiência pelo objectivo de menor pagamento de impostos. Ideia de duplo benefício: permite arrecadar mais receitas fiscais ao mesmo tempo que aumenta o bem-estar.
  - impostos ambientais (impostos “pigouvianos”, de Cecil Pigou) para internalização de externalidades. Taxas ambientais que incidem sobre cada unidade produzida, e num montante igual à externalidade marginal (custo social) causada ao nível eficiente de produção
  - quotas negociáveis (evolução dos impostos “pigouvianos”). Se os impostos são um preço para poluir, onde existe um poluidor existe um mercado (o “mercado do direito de poluir”, de externalizar)
    - **Quotas de poluição:** a cada poluidor atribui-se uma quota máxima de poluição com a possibilidade de negociação livre dessas quotas. Existem direitos de apropriação, bens bem definidos e um mercado, pelo que o *teorema de Coase* pode ser aplicado.

Ganha uma vantagem competitiva aquele que não precisa utilizar toda a sua quota disponível, o que se traduz num incentivo à eficiência.  
Este processo foi generalizado pelo Protocolo de Quioto (relativamente à emissão de dióxido de carbono para a atmosfera), que atribuiu a cada país uma quota.

#### Externalidades relacionadas com bens públicos e recursos comuns

São as circunstâncias de acesso e de uso que tornam um bem: *recurso público* ou *recurso privado*.

Características dos bens públicos (ex.: candeeiro público; Defesa Nacional):

- Não possibilidade de exclusão eficiente (são irrestritamente acessíveis);
- Uso não rival (a utilização por um agente não impede a utilização por outro).

Os bens públicos são casos extremos de externalidades positivas: todos os utilizam e não têm que pagar (directamente) por eles.

A não existência de incentivos à produção de bens públicos por particulares (porque as externalidades positivas por eles geradas não são internalizadas) conduz a uma tendência para a sub-produção desse tipo de bens, constituindo o “efeito de boleia” (*free ride*) – e, portanto, a susceptibilidade de oportunismo e parasitismo por parte dos agentes económicos – o principal obstáculo à sua produção.

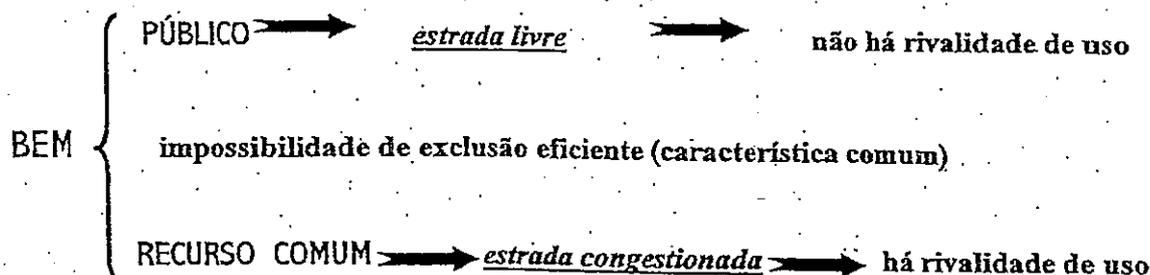
Esta situação conduz à intervenção do Estado através da dos impostos com vista ao financiamento da produção de bens públicos por ele levada a cabo.

Bens de mérito: são bens relativamente aos quais também se verifica uma sub-produção e um sub-consumo e que o Estado entende que deve promover.

Características dos recursos comuns:

- Não possibilidade de exclusão eficiente (são irrestritamente acessíveis);
- Uso rival.

Sinteticamente:



No recurso comum, a presença de cada agente (a externalização da sua presença) atrapalha o outro.

O problema fundamental dos *recursos comuns* é o do esgotamento já que, apesar da insusceptibilidade de *exclusão eficiente*, existe a *rivalidade de uso*. Nos *recursos comuns* verifica-se a situação de associação a externalidades negativas já que cada um procura utilizá-los ao máximo, produzindo externalização de custos em todos os outros potenciais utilizadores impossibilitando, portanto, a utilização eficiente por parte destes.

TRAGÉDIA DOS BALDIOS – todos têm incentivos para explorá-los, mas ninguém tem incentivos para cuidar deles (ex: pandas e vacas...).

Características dos bens privados: há possibilidade de exclusão e de uso rival.

### APROPRIAÇÃO

RECURSOS COMUNS – há propriedade comum, mas não existe apropriação individual → *externalidade negativa*

RECURSOS PRIVADOS – cada um trata daquilo que é seu...; uso rival e possibilidade de exclusão. Não há problema de esgotamento.

Características dos monopólios naturais: há possibilidade de exclusão, mas não há rivalidade de uso (o número de utilizadores não restringe a utilização) – ex.: electricidade (quem não paga é excluído e entram todos os utilizadores que quiserem).

Necessidade de regulação (intervenção do Estado) no acesso aos *recursos comuns* por via do estabelecimento de regras de apropriação:

- Implementação do TEOREMA DE COASE (livre negociabilidade de direitos) »»» estabelecimento de quotas negociáveis »»» definição de direitos de propriedade »»» maior cuidado na gestão e preservação do meio ambiente »»» as quotas vão ter às mãos daqueles que têm maior disposição de pagar...
- Ideia de desenvolvimento sustentável ligada à ideia de Taxa social de desconto e Princípio de Hotelling.

Taxa social de desconto: taxa que mede o custo de oportunidade do uso diferido dos recursos disponíveis (ex.: recursos ambientais; recursos energéticos).

### RELEMBRANDO:

#### O Princípio de Hotelling

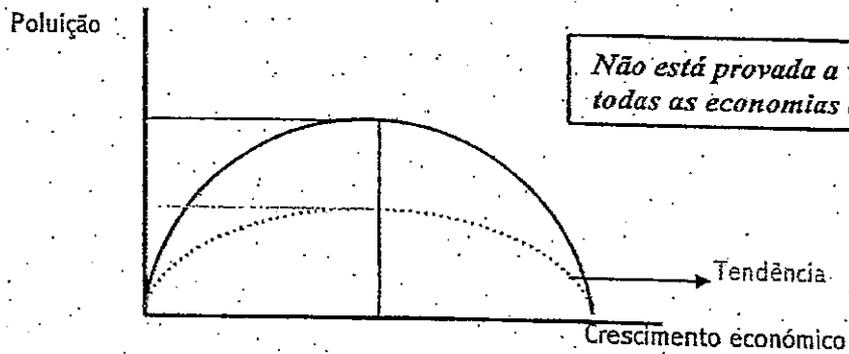
Este princípio refere que “o preço dos recursos naturais não renováveis tende a variar proporcionalmente à taxa de juro real – visto que o seu preço presente não é mais do que o valor presente do preço esperado para esses recursos em períodos subseqüentes, sendo pois o preço presente inteiramente dominado por esse propósito especulativo”.

Princípio de Hotelling – nasce por influência da corrente Malthusiana. MALTHUS tinha uma visão catastrófica relativamente aos recursos naturais não renováveis »»» já incluem no seu preço um factor que corresponde à sua escassez futura.

CRESCIMENTO ECONÓMICO x QUALIDADE AMBIENTAL (qual a correlação?) – duas perspectivas:

- O crescimento económico faz-se à custa do ambiente (visão pessimista e dominante durante muito tempo);
- À medida que o crescimento económico aumenta, aumenta o cuidado com a preservação do ambiente (visão mais optimista).

CURVA DE KUZNETS



*Não está provada a verdade relativamente todas as economias e a todas as situações*

## CAPÍTULO 16 – INTERVENÇÃO DO ESTADO E ESCOLHA PÚBLICA

Em concorrência imperfeita há perda de bem-estar:

- transferência de excedentes (produtor/consumidor e vice-versa);
- perdas absolutas (trocas que não se realizam – (“*deadweight losses*”));
- aplicação de meios pelo produtor em fins improdutivo (ex.: finalidades que lhe permitam assegurar o seu poder de mercado – esforço de captura de renda) = “*rent seeking*”.

Teoria da captura de renda: o produtor procura preservar ou capturar a sua renda económica (extraordinária) através de vantagens extra-mercado (jogo político).

Quanto mais a decisão política se encontrar distribuída (dispersa) por vários níveis, mais fácil é o exercício da pressão sobre os decisores e mais difícil o controlo (risco moral).

Criação do “mercado de transacção de favores políticos” (Mercado da escolha pública), verificando-se a corrupção sobretudo nos sectores com uma elevada escala mínima de eficiência (monopólio natural).

### Modus operandi:

1. Associações de produtores, confederações, etc. (partilha de informação e pressão junto dos decisores públicos – “*lobbies*”);
2. Corrupção: abuso do poder político em benefício privado (constitui crime!).

Do ponto de vista do produtor trata-se de uma atitude racional, mas altamente lesiva em termos de mercado já que, provocando falta de concorrência, conduz a falhas de mercado e, conseqüentemente à intervenção do Estado (duas vias):

- normas de defesa do consumidor (lato sensu): aplicam-se transversalmente a várias empresas
- normas de defesa do consumidor (stricto sensu): regulação; sobre entrada/saída de agentes no mercado; sobre preços; sobre qualidade de produção; sobre protecção ambiental.

Exemplo de regulação/desregulação: companhias aéreas nos Estados Unidos (anos 70) »»»» sector muito regulado »»»» mercado protegido »»»» poder de mercado »»»» desregulação »»»» descida nos preços »»»» aumento na oferta.

Exemplo de desregulação: Anos 80 »»»» Margareth Thatcher »»»» início do percurso de desregulação e menor intervenção da Economia no mercado.

A regulação é boa para quem está no mercado. Os agentes económicos privados procuram regulação. Os políticos e o Estado oferecem-na.

Possíveis efeitos negativos da regulação:

- subsídio do Estado a empresas que são monopólios naturais (dificuldade na determinação da medida ideal do subsídio);
- *captura do regulador* – o regulador precisa obter a informação do regulado o que conduz, por vezes, à promiscuidade e à assimetria informativa, com a conseqüente tendência para o favorecimento dos regulado por parte do regulador, em detrimento do consumidor.

## CAPÍTULO 17 – OS TEMAS BÁSICOS DA MACROECONOMIA

A Macroeconomia ocupa-se da análise de problemas de:

- Crescimento
- Inflação
- Emprego

Procura agregada: total das despesas

Oferta agregada: total dos bens produzidos por uma determinada Economia durante um certo período de tempo.

Crescimento económico: aumento sustentado e continuado dos valores que constituem todos os processos produtivos.

Anos 30 (Grande Depressão de 1929): surge a Macroeconomia e ganha protagonismo e razão de ser.

John Maynard Keynes – deve-se a ele a constatação de que era necessário repensar a Economia e a análise económica. Publica a “Teoria Geral do Emprego”. Constatou que existiam elevados níveis de poupança que significavam consumo e desincentivo ao investimento, gerando desemprego. Existiam recursos produtivos que não estavam, todavia, a ser utilizados (situação de subemprego / subaproveitamento). Como se poderia incentivar o investimento? É sobre a procura agregada que se deve actuar para criar incentivos ao consumo.

Ideias-chave:

- O Estado deve incentivar o consumo;
- ???
- ???

Distinção entre curto prazo e longo prazo

É no curto prazo que ocorrem as chamadas flutuações da Economia que comprometem a trajectória de crescimento económico e são medidas através das variações do PIB.

PIB: valor de mercado de todos os bens e serviços produzidos num determinado período.

PIB nominal: calcula o valor dos bens e serviços produzidos a preços correntes.

PIB real: calcula o valor dos bens e serviços a preços constantes (ajustados à inflação); serve para medir as flutuações de custos no curto prazo.

PIB potencial: Quantidade total de bens e serviços que poderiam ter sido produzidos num determinado período de tempo atendendo à quantidade de factores disponíveis e à tecnologia existente. Perspectiva de longo prazo.

Formas de flutuação da Economia:

- Expansão – verificar no Manual
- Transição – forma intermédia
- Recessão – quando existe uma queda do PIB real em dois períodos trimestrais (?) sucessivos

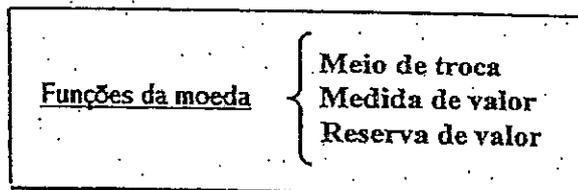
No curto prazo:

- as flutuações (perturbações) afastam o PIB real do PIB potencial
- a taxa de desemprego efectiva afasta-se da taxa natural ideal do desemprego (ou pleno emprego)

No longo prazo, a Economia, no seu todo, tende para um equilíbrio. As divergências tendem a ser corrigidas »»» aproximação ao PIB potencial »»» regresso ao pleno emprego (ideia de concorrência perfeita; Ótimo de Pareto)

Lei de SAY: “a oferta e a procura agregadas equilibram-se e ajustam-se de uma forma maximizadora”.

No longo prazo atende-se fundamentalmente ao capital (físico e humano) existente e.....



Neutralidade monetária no longo prazo: quando a alteração da quantidade de moeda não tem um efeito real.

A moeda condiciona os incentivos dos agentes económicos no curto prazo. A real avaliação dos bens pode ser perturbada por variações monetárias. Estes efeitos tendem a desaparecer no longo prazo.

Os ajustes no mercado dos factores são mais lentos (viscosos) que no mercado de produtos. Se o preço do produto aumenta, o produtor aumenta a produção enquanto o preço dos factores de produção ainda se mantém no mesmo patamar (ex.: mão-de-obra).

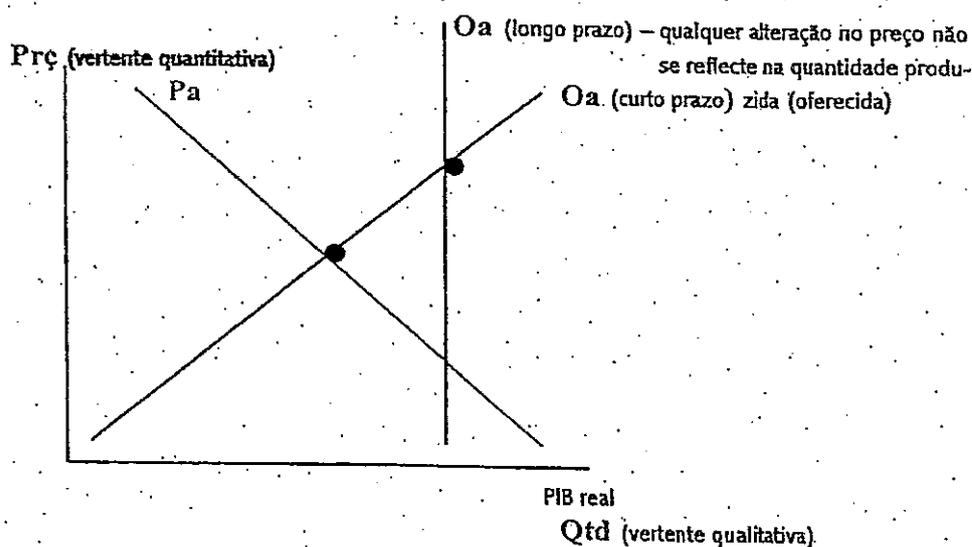
A neutralidade da moeda significa (?) pleno emprego; o Estado já não tem possibilidades de produzir mais; a entrada de moeda no mercado só pode aumentar o preço (efeitos monetários).

### Temas da Macroeconomia:

- No curto prazo, a Macroeconomia centra-se sobre as flutuações de curto prazo e o desemprego;
- No longo prazo, a Macroeconomia privilegia, sobretudo, o *crescimento* e a *inflação*.

NOTA: Os economistas acham benéfico um nível moderado de inflação. É um estímulo para a Economia.

### CRUZ DE MARSHALL (procura e oferta agregadas)



Procura agregada: tudo o que é dispendido numa economia em determinado período em consumo, investimento, despesa pública e exportações líquidas (diferença entre importações e exportações) e que constituem os factores que influenciam essa mesma procura agregada.

As variações ao longo da curva da procura agregada são determinadas pelas variações dos preços.

As variações da própria curva da procura agregada dão determinadas por:

- Aumento dos impostos (decisões políticas, variações da carga fiscal, despesa pública directa);

- Alteração dos hábitos de despesa (têm a ver com as situações de instabilidade conjuntural, agravamento do desemprego);
- Efeitos externos (alterações cambiais, as próprias variações do rendimento no Estado).

Oferta agregada: tudo o que é produzido por uma Economia num determinado período.

A curva da oferta agregada, no longo prazo, é perfeitamente vertical; independentemente dos preços, a quantidade produzida é sempre a mesma no longo prazo porque há neutralidade do mercado (existe pleno emprego o que é uma tendência das Economias no longo prazo).

O ponto de equilíbrio é o momento da máxima utilização de todos os factores de produção disponíveis, o que se traduz na não existência de desperdício de recursos. A Economia está a produzir na sua Fronteira de Possibilidades de Produção - FPP (ideal de organização) só podendo produzir-se mais se se alargar a FPP.

Neste momento, o PIB real é igual ao PIB potencial.

A curva da oferta agregada pode deslocar-se em função da movimentação da FPP (alterações demográficas, alterações tecnológicas, alterações entre a quantidade de capital físico e capital humano, factores internacionais e expectativas sobre o preço dos factores) – ex.: o Estado que entra numa maior intensidade de trocas (atingindo um máximo de abertura comercial), sendo paradigma dessa situação a integração económica europeia.

No curto prazo existe uma correlação directa entre o nível geral de preços e as quantidades fornecidas. As variações dos preços geram efeitos reais na Economia.

## CAPÍTULO 18 – CRESCIMENTO ECONÓMICO

Crescimento económico: tem a ver com o alargamento das possibilidades de produção no longo prazo. Depende sobretudo do aumento da produtividade (*capacidade de tomar cada vez mais rentável cada hora de trabalho; bens produzidos por cada trabalhador numa determinada unidade de tempo*).  
Expansão do PIB potencial.

O crescimento de uma Economia é medido pelo PIB real per capita (*capita = cada um dos residentes num país*).

Factores que ditam os aumentos da produtividade:

- (\*) Intensificação de capital físico (bens de produção instrumentais).

Acumulação de capital físico com vista ao aumento da produtividade (ex.: computadores) mas apenas até ao ponto de equilíbrio (intensificação de capital x rendimentos marginais decrescentes).

O capital como factor derivado de um processo de poupança e investimento.

*“O custo de oportunidade de formação do capital é o consumo”* (Prof. Fernando Araújo).

O investimento estrangeiro na base da formação do capital:

- Perspectiva proteccionista do tecido nacional: defendida a partir do argumento das indústrias nascentes que surgiu no século XIX. As empresas, atingido um grau de maturidade, alargavam a sua actividade ao exterior.

Gerava grandes lucros extraordinários. Não há interesse que o mercado se abra ao investimento estrangeiro. Prejuízo do consumidor. Subida dos preços.

- Perspectiva de liberalização e crescimento económico: tem ficado demonstrado que o crescimento económico é maior quando há liberalização.

- (\*) Aumento qualitativo do capital humano (formação, educação);

- (\*) Inovação tecnológica

A tecnologia tem que ver com o conhecimento relativo às técnicas de produção e de organização da produção.

O conhecimento, uma vez difundido, é um bem público. Quem o produz não pode apropriar-se de todos os benefícios resultantes das externalidades positivas geradas, conduzindo a uma subprodução (não se atinge o *ótimo social*). Justifica-se a intervenção do Estado com vista à estimulação do desenvolvimento do conhecimento.

O Estado cria um enquadramento jurídico relativamente às condições de apropriação privada do benefício resultante do desenvolvimento do conhecimento. Definição de direitos de monopólio.

Outra forma de intervenção do Estado nesta matéria é a criação de incentivos à investigação e desenvolvimento (subsídio, etc.).

O Estado poderá, também, criar serviços directamente dedicados à investigação e desenvolvimento. (ex.: universidades – investigação de base).

- > Contexto institucional (alterações)
- > Factores naturais
- > Potenciação de criação de economias de escala e de economias de rede.

Os Factores assinalados com (\*) são aqueles que explicam o ritmo do crescimento económico.

### TEORIA DO CRESCIMENTO ECONÓMICO

O crescimento económico não assegura, por si só, justiça, mas cria as condições para se atingir os objectivos de justiça.

Depende sobretudo do aumento da produtividade.

#### a) Teoria clássica (Malthusiana)

Parte dos pressupostos dos modelos clássicos de Adam Smith e Thomas Malthus (a população do século XIX cresceria mais do que os recursos naturais; previsão de fome generalizada; visão pessimista).

Assume ainda os pressupostos:

- de que a população vai ter um aumento moderado
- de que o principal factor de produção (terra) é constante

O aumento da população produz uma escassez de oferta de terra (*rendimentos marginais decrescentes* – 1.ª Lei de Gossen) como resultado da intensificação do cultivo. Disto resultaria uma menor produtividade de cada trabalhador e conseqüente redução salarial concomitantemente ao aumento das rendas das terras (David Ricardo) o qual, por sua vez....??? (convém esclarecer no manual do Professor Fernando Araújo esta exposição da aula teórica).

Equilíbrio *malthusiano*: encontra-se quando os salários atingem os níveis de subsistência dos trabalhadores. Os salários descem até ao nível mínimo indispensável a uma vida digna.

A História demonstrou que maiores rendimentos implicam uma menor demografia proletária (a *PROLE* auxiliava no rendimento familiar).

Esta teoria não tem em consideração o progresso tecnológico (baseou-se na tecnologia existente na época, sem admitir, ou pelo menos considerar, o desenvolvimento).

b) Teoria neoclássica (crescimento exógeno – Roberto Solow – Século XX)

São considerados três aspectos:

- Capital e progresso tecnológico
- Crescimento moderado

O progresso tecnológico introduz saltos qualitativos que superam as limitações de capital no momento anterior. Estes saltos são suficientes para compensar o crescimento demográfico.

O progresso tecnológico não depende de condições inerentes ao próprio crescimento da Economia, mas de *factores exógenos* a ela (ex.: o acaso).

Tónica na acumulação ou intensificação do capital (meios tecnológicos) enquanto factor determinante do crescimento económico. Uma hora de trabalho combinada com melhores meios tecnológicos tem maior produtividade.

Num primeiro momento, há, de facto, uma evolução no sentido da acumulação de capitais, conduzindo a uma melhor execução, a uma maior quantidade de produção, a um maior nível salarial e um maior nível de remuneração do capital.

Maiores salários = maiores juros

No longo prazo, tende para uma situação estacionária. Começam a verificar-se rendimentos decrescentes do capital (ex.: máquinas) – *rendimento marginal decrescente*. Entra-se numa fase estacionária »»» assiste-se ao fim da acumulação de capitais, ao fim dos aumentos salariais e ao fim dos aumentos das taxas de juro »»» estagnação que pode ocorrer a níveis de rendimento muito elevados.

c) Nova teoria do crescimento económico (crescimento endógeno – Paul Romer e Robert Lucas)

Acento tónico na inovação: a inovação é a determinante do crescimento, não é produto do acaso. Resulta de um esforço de investimento e desenvolvimento de tecnologias com potencial inovador.

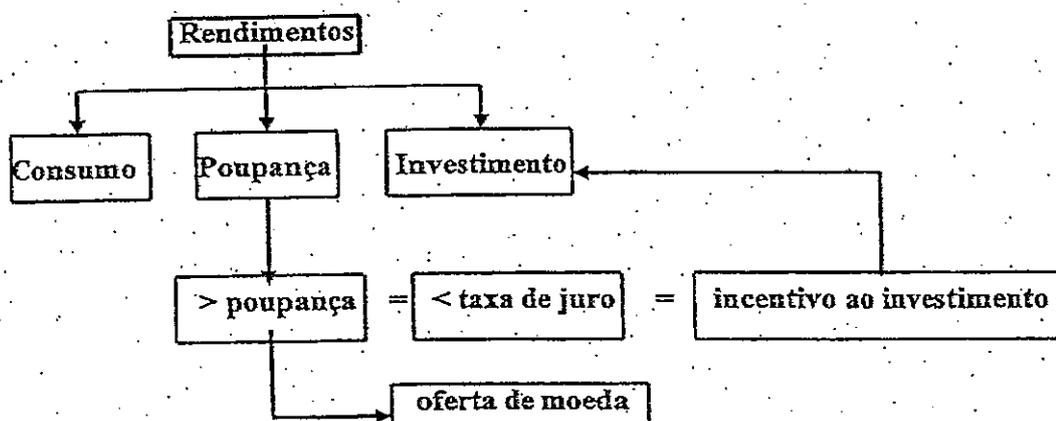
Margem de risco da investigação??? (falta aqui qualquer coisa!)

Incentivo, sobretudo dos particulares, à inovação que permita atingir no mercado posições mais vantajosas (maiores lucros extraordinários).

Ideia de que o Estado se empenha cada vez mais na investigação e desenvolvimento com vista a um maior crescimento e desenvolvimento económico.

As inovações, uma vez divulgadas, resultam em aumento do bem-estar social. A informação (divulgação) rápida conduz a um crescimento (desenvolvimento) global das economias.

COROLÁRIO: Pode existir um progresso económico e uma expansão da Economia sustentados.



Se as taxas de juro diminuem, os capitais *migram*.

As taxas de câmbio servem para estabelecer a paridade das moedas.

A moeda (a nível internacional) está sujeita às leis da oferta e da procura.

Quando uma moeda se desvaloriza, há um incentivo às exportações, ao mesmo tempo que se dificulta as importações.

## CAPÍTULO 19 – O DESEMPREGO

O desemprego abrange todos os tipos de não utilização de recursos produtivos (trabalho, factores naturais e capital).

Os recursos existem, estão disponíveis mas não são utilizados, o que configura uma situação de desperdício e de ineficiência.

DESEMPREGO (*stricto sensu*): desaproveitamento ou subaproveitamento do factor de produção trabalho (o mais importante).

É uma situação penosa e injusta. É designado desemprego de longa duração aquele que dura mais de um ano.

Pauperização da Economia »»»» redução dos níveis de consumo »»»» instabilidade social »»»» etc.

População activa { empregados  
+  
desempregados

Desemprego: conjunto de pessoas disponíveis para trabalhar imediatamente, das quais algumas não encontram colocação imediata no mercado de trabalho.

Taxa de desemprego é a expressão percentual do total de pessoas nessa situação.

Para que exista desemprego tem que haver procura activa de trabalho.

Taxa natural de desemprego (*horizonte de longo prazo*): valor central em torno do qual se verificam oscilações da taxa efectiva de desemprego:

- Desemprego estrutural: decorre de alterações estruturais (da estrutura produtiva) provocada pelo crescimento económico (ex.: fim de uma actividade económica; consequência do próprio dinamismo do Estado).
- Desemprego friccional (“desemprego entre empresas”): em cada momento há um grupo de pessoas que busca uma melhor oportunidade (que melhor se adequa às suas capacidades produtivas). Este intervalo (período de busca) resulta de deficiências informativas.

Corresponde ao Desemprego de equilíbrio e ao nível de Desemprego de Pleno emprego

Taxa de desemprego efectiva (*horizonte de curto prazo*): variações da taxa de desemprego para cima e para baixo do valor central. É uma taxa cíclica e involuntária que não é desejada por ninguém.

É causada por variações típicas (oscilações de curto prazo):

- criação e destruição de postos de trabalho
- stock exógeno (maior ou menor procura de emprego por parte das empresas).

Corresponde ao Desemprego de desequilíbrio.

O Pleno emprego pressupõe uma Taxa natural de desemprego.

Viscosidade salarial: os salários precisam de tempo para se ajustarem. Esta viscosidade resulta do prazo de validade mais dilatado dos contratos de trabalho (normalmente, a revisão salarial é anual, enquanto que a inflação ocorre todos os dias).

Uma inflação moderada é boa para a Economia, na medida em que, sendo os contratos de trabalho estabelecidos normalmente na base anual, durante esse intervalo os produtores podem beneficiar de um ligeiro acréscimo de rendimento através de pequenos aumentos dos preços dos produtos. Existe, portanto, um período em que os preços dos produtos aumentam sem que esse aumento resulte de uma influência directa dos ajustes salariais decorrentes da inflação.

Esta ILUSÃO MONETÁRIA resultante do aumento de rendimento leva as empresas a produzirem mais.

É a AVERSÃO AO RISCO que explica a preferência pelos contratos de longo prazo.

Quando os salários se mantêm acima do Salário de equilíbrio, tende a existir mais oferta de trabalho do que procura.

### Causas do desemprego de desequilíbrio

#### 1. Estabelecimento administrativo de salários mínimos acima do salário de equilíbrio

Afecta principalmente sectores ou grupos sociais bem definidos:

- Jovens que procuram primeiro emprego;
- Trabalho pouco qualificado.

#### 2. Pressão dos sindicatos no mercado de trabalho

No mercado de trabalho a oferta (o trabalhador é um *price taker*) é mais atomística que a procura (o empregador é um *price maker*).

Os sindicatos têm grande poder de mercado (os trabalhadores agregados em sindicatos deixam de ser *price takers*).

Os sindicatos são uma forma de os trabalhadores terem poder no mercado de trabalho. Pode até atingir-se uma situação de monopólio bilateral.

Na última década assistiu-se a um declínio do movimento sindical por várias razões:

- Declínio das estruturas patronais monopolísticas;

- Sector terciário com maior importância (serviços);
- Maior mobilidade do trabalhador;
- Muitos dos aspectos pelos quais lutavam estão hoje consagrados na lei (ex.: horário de trabalho).

Pressão sindical grande »»» exigência de maiores salários »»» maiores custos para o empregador »»» impossibilidade de contratação e eventual despedimento »»» aumento da vantagem dos *insiders* (os que estão empregados) em prejuízo dos *outsiders* »»» situação ineficiente e injusta.

### 3. Recurso a salários de eficiência

Salário de eficiência: salários fixados acima do salário de equilíbrio, mas fixado pelo próprio empregador.

Justificação para a atitude do empregador:

- É racional esta atitude porque os salários de eficiência constituem um incentivo à eficiência dos trabalhadores e estes ficam reféns do salário (o nível de vida que estes salários proporcionam aos trabalhadores e ao qual eles se habituam incute-lhes no espírito a ideia de que não podem perder o emprego - efeito de rendimento).
- Contexto de assimetria informativa.

O trabalhador conhece as suas capacidades e sabe qual é o seu desempenho possível, o que não acontece com o empregador.

Complexidade técnica das funções e custos que tornam impraticável a supervisão.

O salário superior estimula a diligência.

A empresa evita custos de perda de eficiência e de capital humano (formação).

Os salários de eficiência reduzem o problema do risco moral. Não obstant, todavia, a que se verifique o fenómeno da selecção adversa que se traduz na tendência de os melhores trabalhadores quererem sair de um sector procurando melhores salários, ficando os menos aptos.

Os salários de eficiência podem ser praticados "*ex ante*", isto é, no momento da contratação dos trabalhadores. Nesse momento, se for oferecido um salário superior à média, o empregador acabará por contratar os melhores o que poderá redundar, como dito acima, numa selecção adversa.

#### 4. Ineficiência e custos de procura de emprego

A prática de salários de eficiência gera desemprego assim como a ineficiência e os custos de procura de emprego.

O mercado de trabalho é um mercado caracterizado pelas vicissitudes de informação. Processos complexos e custosos, dada a heterogeneidade do recrutamento e selecção (características diversas dos trabalhadores, dispersão geográfica, diversidade de postos de trabalho).

Ao mercado de factores de produção estão associados elevados custos de transacção:

- Custos de busca;
- Custos de ajustamento (dos candidatos às empresas, às funções...).

As imperfeições informativas e a viscosidade do mercado do factor trabalho fazem com que os intermediários procurem aproximar a informação das partes.

- Devido às imperfeições informativas e custos de transacção, verifica-se o DESEMPREGO FRICCIONAL que é, como acima se disse, o “desemprego entre empresas”: em cada momento há um grupo de pessoas que busca uma melhor oportunidade (que melhor se adequa às suas capacidades produtivas). Este intervalo (período de busca) resulta de deficiências informativas.

Keynes afirma que mesmo numa Economia em situação de pleno emprego há sempre quem não esteja satisfeito com o seu emprego e ande à procura de melhor.

Subsídio de desemprego: forma de alongar o tempo de busca e que conduz a uma optimização dos recursos económicos (é bom, do ponto de vista económico).

#### Expressões do desemprego:

- Desemprego estrutural ou tecnológico: resulta de choques tecnológicos ou da concorrência internacional (é difícil de superar; tende a ser de longo prazo);
- Desemprego sazonal: varia com determinadas épocas ou períodos;
- Desemprego cíclico: associado a flutuações de curto prazo (desemprego de desequilíbrio), pode ser regional ou internacional e tem a sua origem na deslocação (deslocalização) das empresas para regiões onde os salários são mais baixos, entre outras razões.

## CAPÍTULO 20 – A INFLAÇÃO

**INFLAÇÃO:** subida do nível geral dos preços, independentemente das quantidades produzidas numa Economia. Há uma pressão da Procura agregada que não tem resposta do lado da Oferta agregada, o que provoca uma grande elevação dos preços.

**HIPERINFLAÇÃO:** elevação descontrolada e dramática do nível geral dos preços (subida de, pelo menos, 50% ao mês).

A inflação é um processo (algo que se vai desenvolvendo) e que surge com uma pressão inflacionária alimentada pela moeda em circulação.

A inflação traduz-se numa perda do poder de compra, dado que a moeda não vale nada em si mesma (é um instrumento geral de troca). Por isso o que se verifica é a perda do poder de compra da moeda, isto é, o rendimento dos valores nominais podem ser os mesmos, mas o valor real é diferente.

**DEFLAÇÃO:** Situação em que a Procura agregada aumenta mais lentamente que a Oferta agregada.

**DEFLACTOR DO PIB:** mede a variação média dos preços dos bens e serviços incluídos no PIB. VER NO MANUAL

O deflactor do PIB integra todos os bens e serviços transaccionados

**CHOQUES:** alterações repentinas quer do lado da Procura, quer do lado da Oferta.

Do lado da Procura, é preocupante o choque sob a forma de uma retracção da Procura agregada (súbita **RECESSÃO**: diminuição dos preços com concomitante diminuição das quantidades produzidas).

Do lado da Oferta, o choque pode acontecer com aspectos:

- positivos: benefícios “schumpeterianos” de inovação (destruição criativa)
- negativos: retracção da oferta; calamidades naturais; conflitos políticos; excesso de confiança no Estado, que depois se traduz em fracasso (diminuição das quantidades produzidas que pode ocorrer a par de um aumento do nível geral dos preços – **ESTAGFLAÇÃO = ESTAGNAÇÃO + INFLAÇÃO = AUMENTO DOS PREÇOS E REDUÇÃO DAS QUANTIDADES**).

O critério de medição da inflação (das variações de preços) é o ÍNDICE DE PREÇOS NO CONSUMIDOR ou PREÇOS NO RETALHO.

O ÍNDICE DE PREÇOS NO CONSUMIDOR é calculado através da avaliação (medição) do valor (custo) médio de um cabaz representativo de um conjunto de bens e serviços adquiridos pelo consumidor típico nos meios urbanos.

O volume de trocas tende a aumentar porque as Economias, à medida que crescem, produzem mais bens (há mais trocas). Disto resulta a necessidade de aumentar a massa monetária em circulação para alimentar as transacções.

Se existir equilíbrio entre a quantidade de bens e serviços produzidos a mais e o aumento da moeda em circulação, não há qualquer problema em termos de inflação. Para que exista inflação, tem que haver um desajuste entre a quantidade de moeda em circulação e o volume da oferta.

Inflação por via da procura (pode resultar pura e simplesmente do aumento da massa monetária, do aumento da despesa pública, etc.)

- > expansão da Procura agregada

Inflação por via da oferta (dos custos?)

- > retracção da Oferta agregada

PRESSÃO INFLACIONISTA: só se converte em inflação se for alimentada por mais moeda em circulação.

De acordo com a "*supply side economics*", a inflação por via da procura é resolvida pelo incentivo à oferta, isto é, pelo o incentivo às empresas no sentido de produzirem mais, visando o objectivo de a oferta responder a toda e qualquer nível de procura - nunca existiria um fenómeno de inflação grave.

As quantidades e o valor da moeda em circulação dependem (a) procura e da (b) oferta de moeda.

- Procura de moeda - por parte de todos aqueles que a utilizam como instrumento geral de troca e como reservatório de valores. A procura de moeda resulta do aumento dos preços.
- Oferta de moeda - por parte das autoridades com competências monetárias (ex.: Bancos centrais). Estas entidades emitem moeda e diminuem as taxas de juro desincentivando a poupança e provocando, assim, mais consumo e investimento o que leva à emissão de mais moeda e a um maior volume de massa monetária em circulação.

Análises monetaristas associadas à Escola de Chicago (Milton Friedman):

A inflação é um fenómeno essencialmente monetário. A sua origem está nas entidades públicas que emitem mais moeda.

Isto parte de uma concepção correcta desenvolvida anteriormente por Fisher que enunciou a equação geral das trocas (*teoria quantitativa do valor da moeda*). Esta equação desenvolve a ideia de que, mantendo-se o volume de transacções e existindo um aumento da massa monetária (ou um aumento da velocidade de circulação da moeda), os preços sobem.

Existe uma correlação directa entre a quantidade de moeda em circulação e o nível de preços.

Velocidade de circulação da moeda – não deve ser medida apenas em função do aumento da massa monetária mas sim também em função do número de vezes que a moeda muda de mãos.

No curto prazo, a injecção monetária produz um aumento do nível dos preços, isto é, aumentando o volume de moeda em circulação, aumenta o número de transacções, não havendo tempo por parte dos produtores para aumentar a sua oferta.

No longo prazo, a injecção monetária produz um aumento da quantidade real de bens produzidos (incentivado pela inflação). Daí ser necessário um nível moderado de inflação.

A inflação é uma flutuação de curto prazo; não tem expressão no longo prazo.

Por vezes, verificam-se injecções de moeda que se traduzem num aumento da massa monetária em circulação, que não é proporcional ao PIB real (produção de bens e serviços). São acções involuntárias.

#### Efeitos da inflação

- No longo prazo: não se pode falar de efeitos da inflação no longo prazo porque existe uma neutralidade monetária.
- No curto prazo:
  - a) Ilusão de perda do poder de compra.
  - b) Custos de adaptação às alterações continuadas de preços.
    - Ex.: necessidade de fazer reservas em Moeda Estrangeira para compensar a inflação, com todos os custos inerentes.
    - Ex.: depósitos e aplicações financeiras (deslocações, comunicações, investigação das melhores condições, etc.
  - c) Custos de ajustamento de preços (ex.: remarcação de preços)
  - d) Ineficiências tributárias – as normas tributárias atendem aos valores nominais. Os ajustes salariais à inflação resultam num salário igual e podem provocar uma alteração do escalão tributário que tem em consideração o rendimento nominal e não o rendimento real.
  - e) Perturbação das perspectivas e perda de confiança – a actuação empresarial deixa de ser conduzida por estratégias, passando a estar condicionada a variações aleatórias.
  - f) Efeito redistributivo:
    - Quem perde com a inflação? – os credores de rendimentos fixos ou que se ajustam mais lentamente.
    - Quem ganha com a inflação? – os devedores

A Curva de Phillips (1959) é um instrumento de análise macroeconómica que representa a relação entre inflação e desemprego: uma relação inversa entre a taxa de inflação e o nível de desemprego.

Quando se combate o desemprego, aumenta a inflação e vice-versa. É um efeito recíproco perverso.

No entanto, ficou demonstrada a falibilidade desta teoria.

### A inflação como IMPOSTO OCULTO

O Estado pode querer diminuir o deficit público e pagar as suas dívidas colocando mais moeda em circulação o que provoca inflação, a qual, por sua vez, vai beneficiar os devedores em detrimento dos credores (estes não recebem o mesmo em termos reais). Nesta medida, a inflação funciona como um imposto oculto, retirando rendimento real às pessoas.

Esta prática descredibiliza as transacções e compromete a sua possibilidade de endividamento no futuro. Os efeitos da inflação são muito piores que o acumular de dívidas.

A forma de se reduzir os efeitos da inflação é a INDEXAÇÃO à taxa de inflação.

Trata-se de um mecanismo contratual que determina uma revisão automática dos rendimentos reais em função da taxa de inflação. É uma forma de as pessoas garantirem a manutenção do seu poder de compra.

