**Economia**

A Economia é uma ciência social que estuda a conduta humana nas suas interacções colectivas.

**a) Afectação de recursos escassos**

Na economia estamos perante situações que exigem comprpomissos e escolhas de modo a estabelecer prioridades quanto às necessidades a satisfazer.

As escolhas tratadas pela Economia são as ditadas pela **escassez** de bens e recursos disponíveis para que a satisfação das necessidades possa ser alcançada.

É por a **ESCASSEZ** ser o problema económico fundamental que a economia vai ter como objectivo essencial o de encontrarsoluções que permitam a minimização dessa escassez.

No entanto, devemos saber que para a Economia a escassez não é um postulado, visto que em certas ocasiões a análise económica determina a ausência de escassez, ou seja, a existência de um **ponto de saciedade** - que se traduz num equilíbrio ou superabundância dos meios face às necessidades.

**B) Corolários da Escassez**

A **escassez pretende constatar** que:

i) As escolhas de que trata a Economia seriam irrelevantes se não fosse a escassez;

ii) é impossível atingirmos a saciedade de todas as necessidades, pois, salvo algumas situações de abundância, os meios disponíveis são insuficientes para a totalidade das nossas necessidades;

iii) necessidades recorrentes, como é o caso da alimentação. Ou seja existem necessidades que se satisfazem plenamente num dado momento, e posteriormente dá-se o seu ressurgimento visto que estes tipos de necessidades são inesgotáveis;

iv) a escassez é gradual e relativa, pois a sua intensidade irá verificar-se conforme as necessidades sentidas;

v) Quando existe excedentes de recursos não significa obrigatoriamente que os possamos reorientar para a satisfação de outras necessidades, exemplo: um produtor de canetas não pode reorientar o seu excente para a produção de cadernos pois os recursos não são reconvertíveis e nem os factores de produção serão utilizados na sua eficiência máxima;

vi) o mais importante dos corolários da escassez é o **TEMPO**. Pois embora possamos dispor de todos os recursos necessários à satisfação das nossas necessidades este seria um recurso sempre escasso.

**C) O Objecto da Economia**

Tendo em conta que a Economia estuda as decisões individuais e colectivas tomadas em ambinete de escassez, tem em atenção o grau de liberdade do agente e a interdependência que se gera entre essas decisões (sendo esta, a ligação no tempo e adequação das escolhas de uma só pessoa e a interacção dinâmica das decisões no seio de um grupo).

A interdependência de decisões livres emerge de uma ordem espontânea que faz com que as pessoas colaborem entre si, independentemente da importância que atribuem à solidariedade e ao seu individualismo, e se enriquecem mutuamente, apesar de apenas pretenderem utilizar os outros nos seus planos de enriquecimento pessoal.

A economia é uma ciência da escassez e das escolhas.

**D) Institucionalismo**

Outro paradigma da economia pode ser entendido como esta ser a ciência dos contratos ou das instituições. Sendo as instituições as balizas convencionais que estruturam as interacções humanas.

O institucionalismo centra-se na análise da actividade em torno de uma visão equilibradora e integradora dos princípios de conflito, mutualidade e ordem, apontando para a solução institucional da governação através da uma forma estável que assegure a mutualidade de ganhos através da imposição de ordem e da solução de conflitos.

**E) A Análise económica da racionalidade**

Ao efectuar a análise económica deparamo-nos com a **optimização de meios** - olhar para os objectivos e determinar a racionalidade dos meios - e a **maximização dos fins -** olhar para os meios disponíveis e tentar justificá-los encontrando objectivos para os quais eles se afiguram racionalmente adequados.

Devemos ter em conta que a racionalidade de que trara a ciência ecnonómica é essencialmente procedimental e por isso raramente se invereda pelo plano dos fins.

A análise económica centra o seu estudo na determinação e avaliação de escolhas racionais, mas também podemos verificar que a modelação jurídica trata de prever os efeitos de regras jurídicas alternativas aplicadas àquelas decisões individuais.

A **Racionalidade** é então uma resposta diferenciada e explicável a estímulos variáveis.

**E.1) A optimização**

O **princípio da optimização** é a escolha da conduta que, de entre todas as possíveis, apresenta a máxima diferença entre benefícios e custos. (segundo George Stogler).

**Custos de oportunidade - benefícios que deixamos de receber por sacrificarmos as opções que tinhamos a favor da conduta que escolhemos.**

**Ou seja,**

**É o valor da segunda melhor opção que preterimos face à opção que escolhemos**

Na escola neoclásica é essencialmente racionalista que as decisões básicas do agente económico derivem de ponderações à sua racionalidade e é o resultada dessa ponderação que facilita a produção de resultados maximizadores do bem-estar social.

**E.2) Racionalidade Limitada**

**Segundo Herbet Simon a Racionalidade Limitada** é uma conduta que pretende ser racional mas que não transcende a ponderação dos custos implícitos na racionalidade, e que substitui o objectivo da maximização pelo da satisfação.

A **racionalidade limitada assenta na constatação de que o tempo é limitado**, seja quando se pretende adquirir informação completa, seja quando se devia prestar atenção adequada à informação que se dispõe, seja quando se trata de desenvolver um plano de optimização com base na informação disponível, pois o tempo que se perde nestes esforços será teriado à resolução de outros problemas. Assim vamos estar numa **ignorância racional** autorizada.

Isto acontece porque tomamos a maior parte das nossas decisões marginais por uma solução marginalista em função do baixo nível de informação que ela tende a exigir. E a racionalidade limitada faz com que contemos com a conduta de outros que dispõem da informação de que nós não dispomos. Assim a nossa sociabilidade depende da nossa disposição de nos deixarmos influenciar, para tomar as nossas decisões, por infomrações fornecidas por outros.

Assim a nossa ignorância racional está nos níveis de interdependência que colocamos nos demais.

**F) As opções ditadas pela escassez**

Parte da nossa vida é dominada pela escassez pois toda a escolha tem um custo e este custo consiste no valor daquilo a que se renuncia para se obter aquilo por que se optou.

**Exemplo:**

Uma cigarra opta por passar o verão folgado e a formiga prefere acautelar o inverno trabalhando o verão.

**Ou**

O estado dá prioridade ao progresso industrial e opta pela produção de canhões em detrimento da produção de manteiga, que se traduziria no bem‑estar dos cidadãos.

**F.1) Eficiência e Prioridades**

A escassez é condicionante de conflitos de fundo, tal como a eficiência e a justiça.

A **eficiência** dá prioridade à maximização, ou seja à capacidade de obter o maior rendimento a partir de um determinado conjunto de meios.

E **a justiça** implica a forma como o rendimento é repartido e como a igualdade é verificada independentemente do total do rendimento cuja maximização é alvo da eficiência

Existe incompatibilidade entre estes dois (eficiência e justiça), devido ao resultado da escassez de recursos que podem ser afectados a cada um deles.

**G) Custo de Oportunidade e preço relativo**

Uma escolha é racional visto se centrar numa comparação de custos e benefícios

**Custo de oportunidade** é o valor da segunda mais valiosa das oportunidades que se preteriu quando se fez uma escolha. Inclui aquilo que se deixa de fazer e obter para que seja possível alcançar aquilo porque se optou.

Neste conceito podemos observar dois conceitos:

**Custos emergente** - despesa directa em que incorremos para seguir em frente com a opção que tomámos.

**Lucros cessantes** - as vantagens que renunciámos, e que estavam ao nosso alcance, nas opções que preterimos.

O conceito de custo de oportunidade refere o valor da segunda melhor opção, porque é aquela opção que tomariamos se não tivessemos preferido a outra, ou seja as nossas escolhas encontram-se numa escala de preferências.

A escassez e a irreversibilidade do tempo tornam crucial a ponderação de benefícios e custos de oportunidade, para que qualquer decisão económica se possa pauta por medidas de racionalidade.

O tempo é uma implicação decisiva para as nossas valorações económicas, pois o maior custo que incorremos para alcançar um resultado é a perda de tempo. Visto que este não é nem infinito nem reversível.

**H) O raciocínio marginalista**

A maior parte das decisões económicas não são as de "tudo ou nada", são aquelas decisões de fazer mais ou menos de algo, de instensificar ou reduzir o número de unidades empregues em apoio de uma determinada decisão ou actividade.

Deste modo entramos nos conceitos de custos e benefícios marginais.

Vejamos este exemplo: Um produtor, que com a passagem do tempo tem dificuldade em vender os últimos bens que lhe restam da produção deverá vender mesmo por um preço inferior ao custo médio de cada exemplar, a que chamamos **cuSto histórico.**

Isto é, ao efectuarmos o cálculo marginal dos custos de conservação e de oportunidade percebemos que é mais vantajoso para o produtor vender abaixo do custo médio (custo histórico) do que prescindir da totalidade do redimento marginal que poderia obter.

**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** - o valor da unidade suplementar do bem ou serviço por que se optou.

Ex. Uma pessoa que optou por uma viagem ao invés de comprar novos livros. Teve como custo marginal o valor dos livros que deixou de comprar e como benefício marginal o valor dos livros que não compradou e prescindiu para comprar a viagem.

Raciocinar em termos marginais significa:

- Optar por produzir ou adquirir mais de um bem ou serviço enquanto o benefício de mais essa unidade exceder o corresponde custo de oportunidade;

- Optar por produzir ou adquirir menos quando esse custo exceder o benefício adicional;

- Optar por não produzir ou adquirir o mesmo que anteriormente, quando os dois valores coincidirem.

**I) A vantagem das Trocas**

**Segundo Adam Smith "o próprio intuito do comércio é o de trocarmos as nossas mercadorias por outras que julgamos serem mais úteis para nós. Quando duas pessoas procedem a trocas, isso tem que ser indubitavelmente vantajoso para ambas."**

**Isto significa que a relação que se estabelece entre agentes económicos pressupõe uma complementaridade de necessidades e uma contraposição de interesses. Ou seja, a nossa interdependência social depende de precisarmos uns dos outros.**

Relativamente às trocas económicas, sendo estas livres, só terão lugar se ambas as partes envolvidas se aperceberam da existência de vantagens recíprocas.

**Pois vejamos um automóvel só será vendido se tiver, para o vendedor, um valor inferior ao preço que por ele é oferecido, e se tiver para o comprador um valor superior ao preço que por ele é oferecido.**

Assim o vendedor ganha com a venda visto que recebe um valor superior àquele valor que para ele teria marginalmente aquele automóvel. E o leitor ganha com a compra, pois para ele o valor despendido tem menos valor do que aquele que para ele é marginalmente representado pelo automóvel.

Se o resultado fosse "soma zero" a parte prejudicada retirar-se-ia antes da troca consumada.

Pois nestes **jogos de soma zero** apesar dos interesses que se contrapõem serem complementares têm valores **desiguais para as partes envolvidas**.

Mesmo assim as pessoas podem sentir-se exploradas nestas trocas e apelarem para a intervenção do Estado, no que toca ao desfecho das trocas. A razão disto acontecer é que as trocas são um compromisso que implica que cada parte transija à sua posição inicial de ganho máximo. Pois o facto de ambas as partes ganharem não significa que ambas as partes ganhem o mesmo, sendo perfeitamente normal que nas trocas bilaterais ocorram variações de preços e que ora beneficie uma parte outra beneficie outra parte.

E dado que ambas as partes ganham com a troca, visto que há benefícios recíprocos que não haveria se esta não tivesse acontecido, podemos dizer que estamos num jogo de soma positiva, no qual os benefícios de uma das partes não implicam necessariamente prejuízos da outra.

Destas conclusões Adam Smith deixou-nos um colorário: se todos ganham com as trocas, e se as trocas são veículos de enriquecimento, as oportunidades de riqueza serão tanto maiores quanto maior for a dimensão dos mercados e a subsistência e preservação do mercado é a premissa essencial para o enriquecimento generalizado.

**L) A afectação social dos recursos através do mecanismo dos preços**

Numa economia de mercado a actividade económica é condicionada pelas próprias forças das trocas.

Assim, numa economia de mercado, as grandes decisões de que depende a eficiência e a justiça não são confiadas a ninguém, presumindo-se que elas resultarão de uma organização espontânea.

Essa ordem espontânea centra-se no mecanismo dos preços, e num processo do qual as partes comunicam:

* A sua disponibilidade para proceder a trocas;
* A sua adesão a valores, ou a intervalos de valores, aceites como base de negociação;
* O respeito que os compradores têm pelo custo expresso na avaliação do vendedor;
* A sensibilidade que os vendedores têm às necessidades expressas na avaliação do consumidor; a confiança que as partes depositam no meio de pagamento comum, nas unidades do qual o valor das trocas é expresso.

Mas temos de ter em atenção que toda a iniciativa polkítica que interfira no mecanismo dos preços pode gerar uma instabilidade na actividade económica. Pois irá distrocer a base pela qual se coordenam os interesses particulares e com base na qual as decisões particulares são tomadas da forma mais racional que colectivamente é possível.

**M) A afectação social dos recursos através do mecanismo dos preços**

Na economia de mercado, existem dois tipos de mercados distintos:

**Mercado de produtos:** traduz-se nos bens e serviços que são produtos finais da actividade económica organizada directamente empregues na satisfação de necessidades, (outputs).

No **mercado de produtos**, os indivíduos ou famílias são os consumidores e pagam por aquilo que adquirem. E os produtores ou empresas são os fornecedores que recebem o valor nometário correspondente ao que fornecem ao mercado.

Assim é neste mercado que as famílias concentram as suas despesas e as empresas o seu rednimento.

**Mercados de factores de produção:** traduz-se nos bens e serviços que são apreciados e empregues no início de um ciclo de actividade ecnómica, consistindo em inputs, ou seja terra; trabalho e capital.

No **mercado de factores de produção**, os indivíduos ou famílias são os fornecedores - fornecendo trabalho, factores -, e as empresas a posição de utentes.

Ou seja, as empresas pagam, e os indivíduos ou famílias recebem a remuneração correspondente ao valor dos factores de produção que colocam no mercado à disposição daquelas.

Concluindo as famílias são fornecedoras de factores de produção (recebendo) e consumidoras de bens e serviços (pagando). As empresas são produtoras de bens (recebendo) e utentes de factores de produção (pagando). E daqui também se retira que nada há a ganhar se ninguém estiver disposto a despender, e não é possível ganhar-se através das trocas mais do que aquilo que é gasto nelas.

FAMILIAS

Mercado de Produtos

EMPRESAS

Mercado de Factores de Produção

OFERTA

OFERTA

PROCURA

PROCURA

Factores de produção: Terra, Trabalho, Capital (Investimentos e Máquinas)

Custos de Produção: Terra (renda), Trabalho (salários), Capital (Juros - remuneração de capital)

**N) A intervenção do estado nos mercados**

O funcionamento do mercado tem as suas próprias injustiças e ineficiências, e é por elas existirem que o Estado tem justificação para intervir de modo a emendar as falhas de mercado.

Esta intervenção assenta em 3 razões gerais:

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

2) O imperativo de eficiência, que abre espaço à rectificação de falhas verificadas nos mercados dos produtos e dos factores;

3) Imperativo de justiça que determina rectificações dos resultados distributivos que se verificam no mercado dos factores produtivos.

**O) a justiça social**

A principal razão justificativa de uma intervenção pública nos mercados deriva de considerações de justiça social, de solicitude pelos mais desfavorecidos, pelos mais explorados e pelos excluídos no jogo da economia. O rendimento atribuído aos participantes nesses jogos deveria em princípio ser proporcional ao esforço e habilidade por eles aplicado na produção de bens e serviços para os quais existisse procura no mercado.

A intervenção pública no sentido de incentivar as empresas em situação débil e praticar justiça social, requer um financiamento público a sustentá-la, a qual, baseando-se em receitas fiscais retira rendimentos aos particulares e diminui-lhes o incentivo para produzirem e pouparem.

Lembremo-nos que não existe verdadeira liberdade económica senão dentro de um quadro normativo e organizativo que assegure a justiça e segurança nas trocas, promovendo, sempre que o mercado falhe, a eficiência do circuito económico.

**P) as falhas de mercado**

As intervenções do Estado no mercado são ditadas por propósitos de eficiência, sendo justificadas pela existência de falhas de mercado, e que são atribuídas a duas causas:

a) **Externalidade** - actuação económica que faz projectar efeitos (benéficos ou maléficos) sobre alguém que não o próprio agente. Interferindo no nível de bem-estar desse alguém.

Em sentido amplo, **Externalidade** é toda a situação em que a conduta de uma pessoa afecta o bem-estar de outra, por vias extra-mercado, seja prejudicando-a sem ter de indemnizar, seja beneficiando-a sem receber qualquer compensação. E isto acontece porque não existe um mecanismo espontâneo de contrapartida de internalização de custos ou de benefícios.

A **intervenção do Estado, no caso das externalidades**, justifica-se para colmatar a brecha criada entre a eficiência económica e o bem-estar colectivo.

O **problema das externalidades** consiste em 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 na esfera do consumidor.

E **se não houvesse externalidade**, quer negativas, quer positivas, a intensidade da procura no mercado denotaria o benefício social marginal, a intensidade da oferta denotaria o custo social marginal e o ponto de convergência de procura e oferta no mercado indicaria o ponto de maximização de bem-estar social. É então esta presença de externalidade que perturba a coincidência entre efeiciência de mercado e bem-estar social.

Bem público – Insusceptibilidade de exclusão e não rivalidade de uso.

Ou seja o bem público não é público por ser fornecido pelo Estado, mas sim porque fornecem um bem comum, que os privados não aderem porquê têm de pagar sem receber retorno. Ex. Farol, iluminação pública

Bens de mérito – aqueles cujo benefício para a sociedade excede o benefício que é para cada um de nós. Ex. Vacinação.

Bens de demérito – aqueles cujo prejuízo para nós excede o prejuízo para a sociedade. Ex. Tabaco, poluição atmosférica e das água - externalidade negativa

b) **poder de mercado** - permitia a alguém a exploração do mecanismo dos preços em proveito prórpio. Isto para lá de um limite que ofenda um mínimo de justiça ou que gere desincentivos à produção e às trocas.

No caso do **poder de mercado, a actuação do Estado justifica-se** com a estrita medida em que seja alcanºçavel o esvaziamento desse poder, e se evite situações abusivas, a exploração de vantagens ou desequilíbrios extremos que comprometam a capacidae de funcionamento normal do mercado, de assegurar a justiça e a eficiência da actividade que nele decorre.

Em ambos os casos, o Estado pode seguir 3 vias:

1) Produzir directamente bens, serviços ou conteúdos informativos;

2) Criar incentivos a produtores privados (como é o caso de subsídios ou benefícios fiscais);

3) Impor padões e coduntas ao sector privado (normas de segurança no trabalho)

**Para combater as falhas de mercado** estão disponíveis os seguintes mecanismo:

* O controlo e regulação directa das quantidades produzidas, através do estabelecimento de normas, proibições, licenças e quotas;
* A intervenção no mercado de forma a orientar a alteração dos preços, através de impostos e taxas e estabelecendo cauções ou subsídios;
* A criação de mercado, atarvés da definição de direitos de apropriação, quotas negociáveis e sistemas de compensação de benefícios e sacrifícios particulares;
* O aumento da informação disponível, através da criação de meios de difusão informativa.

**Q) as falhas de intervenção**

Toda a intervenção do Estado é contaminada por informação imperfeita, isto é:

1. Por unilateralidade e confinamento de avaliações;
2. Por deficiências de planeamento e de execução;
3. Por quebras de comunicação;
4. Por ocultação deliberada promovida pelos visados;
5. Por falta de vigilância ou de responsabilização dos executantes das medidas aprovadas;
6. Pelo jogo da corrupção;
7. Do compadrio;
8. Do nepotismo; e
9. Do caciquismo

Outras das razões das falhas de intervenção do Estado é:

i ) A criação de monopólios estaduais ou de monopólios ou oligopólios protegidos pelo Estado, ii) A fixação administrativa de preços; iii) O lançamento de impostos; iv) A atribuição de subsídios; v) as medidas proteccionistas.

**R) O Tema da macroeconomia**

A **microeconomia** concentra-se no funcionamento do mercado de produtos e do mercado de factores produtivos.

A **macroeconomia** incide na codnuto do todo da economia, ou seja, concentra-se no estudo de questões que se prendem com as interdependências de um valor médio, com alguns valores totais.

A perspectiva macroeconómica avalia as relações gerais entre mercados de bens, de factores, de recursos e de informação.

A **Macroeconomia lida com valores agregados**:

Oferta agredada - conjunto total de bens e serviços que uma economia nacional produz;

Procura agregada - total da despesa envolvida na aquisição e uso desses bens e serviços.

**S) a produtividade**

A **produtividade** é a quantidade de bens e serviços que cada tabalhador é cpaz de produzir numa unidade de tempo - o output por hora.

A **produtividade aumenta** em função de:

1. Grau de aptidão, ou, capital humano, para oq ual o trabalhador tenha sido treinado ou educado;
2. Tecnologia, de que possa valer-se;
3. Organização empresarial em que se integre;
4. Estabilidade política e jurídica;
5. Confiança nas instituições;
6. Grau de reconhecimento social que corresponde ao seu esforço.

"Path Dependence" - é um efeito irreversivel que acompanha os triunfos tecnológicos, que fz com que a tecnologia triunfante tenda a arrebatar a totalidade do mercado, convertendo-se em "standard" e expulsando as tecnologias rivais. Por exemplo, o triunfo do teclado de computador assente na disposição Qwerty faz com que qalquer produtor que tenha investido numa tecnologia diferente, possivelmente melhor, poderá ver perdido o seu investimento.

**T) a fronteira de possibilidades de produção**

A **Fronteira de possibilidade de produção** representa as várias combinações de produção de dois bens ou serviços que são alcançáveis pela aplicação máxima e óptima dos correspondentes factores de produção.

É possível ponderar a decisão marginal de produzir mais de um bem à custa da diminuição marginal da produção de outro bem. Isto é, **qualquer ponto da Fronteira de Possibilidade de Produção representa uma situação de eficiência produtiva**, pois todos os recursos produtivos estão a ser utilizados no seu máximo, não sendo possível produzir mais de um bem sem produzir menos de outro.

Existe para cada produtor um vale de equilíbrio rodeado de enconstas de custos crescentes, e a exploração em exclusivo de uma encosta envovle um esforço que faz com que se torne cada vez mais atractivo o regresso a uma posição de repouso do vale.

Sendo o vale de equilíbrio ou eficiência 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.

**Capítulo IV**

**U) Oferta e procura**

**Oferta –** conjunto de atitudes daquele que se dirige ao mercado para lá entregar um bem ou prestar um serviço, que ele avalia essencialmente em função do custo.

**Procura –** conjunto de atitudes daquele que se dirige ao mercado para satisfazer as suas necessidades, seja através da aquisição de um bem, seja pela utilização de um serviço, sendo que o valor que atribui a um ou outro é essencialmente determinado pela utilidade que associa aos bens ou serviços.

**V) A noção de mercado concorrencial**

O **mercado** é a interacção do conjunto de vendedores e compradores que se interessam pela transacção de determinado produto ou factor de produção.

Existem tantos mercados quantos os tipos de bens, serviços e de factores que são oferecidos e procurados.

Assim vamos estabelecer possíveis conexões entre dois bens ou dois factores de produção:

* **BENS Independentes** – Tratam-se de bens que nada se relacionam.
* **Bens de produção conjunta** – a produção de um reclama a presença de outro, como é o caso de ser impossível produzir gasolina sem daí resultarem outros derivados do petróleo.
* **Bens complementares** – a sua utilização ou consumo fazem-se combinadamente.
* **Bens sucedâneos** – aqueles que concorem para a satisfação da mesma necessidade. Se caso de carência de um produto esta é compensada pelo aumento do consumo do outro.

**X)características do mercado de concorrêncial perfeita**

**X.1) Atomicidade**

A multiplicidade de agentes, que se encontra tanto do lado da oferta como do lado da procura, tornam difícil que alguém consiga impor num mercado as suas preferências. Portanto não é possível existir um poder de mercado.

Se quisermos que a oferta e a procura sejam a representação realista do funcionamento do mercado, temos de saber que estes agentes contribuem colectivamente para a formação dos prelos, e que nenhum deles dispõe individualmente do poder de alterar os preços que se vão formando no mercado.

Os produtores ao não possuirem poder mercado obriga-os a ter incentivos que os tornem mais eficientes.

Podemos perceber se existe um grau maior ou menos de atomicidade no mercado, se observar-mos o que acontece com o vendedor.

Ora se ele tentar subir os preços dos seus produtos e se perder completamente a sua clientela siginifca que ele é um produtor desprovido de poder de mercado. E a sua procura revelou-se inelástica.

Se pelo contrário, ele não perder a clientela siginifica que é um vendedor com algum poder de mercado, e a sua procura revelou-se ter uma elasticidade intermédia.

Atomicidade potencial consiste na simples possibilidade de entrada ou saída instantâneas de concorrentes do mercado em consequência de cada variação de preço.

**X.2) liberdade**

Num mercado de concorrência perfeita, o participante no mercado tem plena liberdade de entrar e sair as vezes que quiser, sem ter de suportar ambientes desfavoráveis e submeter-se a normas que não as adjectivas e procedimentais.

Isto porque se os vendedores puderem controlar a entrada e saída do mercado ou se puderem obter benefícios e protecção por parte do poder político, iriamos limita a liberdade de participação nas trocas e rapidamente aqueles chegariam ao poder de mercado. Não sendo também razoável impor aos agentes provas de idoneidade, eficiência, que só o próprio mercado pode efectivamente revelar.

**X.2) fluidez**

Fluidez é um conjunto de características que permitem aos consumidor não se deixar enganar pelos vendedores quanto à possibilidade de se proceder a uma simples comparação de preços que lhes permitem aceder às vantagens da concorrência perfeita e da guerra de preços entre vendedores, adquirindo o mesmo produto ao preço mínimo, ou a máxima quantidade do mesmo produto a um dado preço, trata-se então de assegurar a transparência das motivações dos agentes, o seu acesso a valores sem distorções.

Pressupõe-se que no mercado exista pelo menos uma predominância de informação e de racionalidade, que permite discernir o que é igual e o que é diverso nos produtos para lá das meras aparências.

**Z) O nível concorrencial**

A existência de um maior ou menor grau de atomicidadem de liberdade e de fluidez determina se um mercado é menos ou mais competitivo.

Num extremo teremos situações de concorrência perfeita, em que nenhum agente terá poder de mercado e encararão os preços como um valor fixo e cuja formulação só é possível com a contribuição colectiva.

No outro extremo temos situações em que se assiste a situações de poder de mercado, através da formação de preços. Mas isto porque apenas por um agente ou um grupo restrito de agentes conseguem manipular aquele valor.

Mas ninguém dispõe de um mercado absoluto.

Temos situações de:

* **MONOPÓLIO:** apenas um vendedor para uma multiplicidade de compradores;
* **MONOPSÓNIO:** apenas um comprador para uma multiplicade de vendedores;
* **OLIGOPÓLIO:** Quando à um número restrito de vendedores ou compradores que não se pode considerar que existe atomicidade (Diz-se da falta de atomicidade)
* **OLIGOPSÓNIO:** Sacrifica-se a fluidez e cada vendedor aposta na sua diferenciação dos seus produtos criando um mercado de nichos de exclusividade, e ocorrerá a concorrência monopolística – forma de concorrência na qual todos vendem prodtuos similares mas conquistam a clientela pela diferenciação ostensiva dos seus produtos.

**AA) factOres da oferta num mercado concorrencial**

Não é só o preço que faz depender a atitude da oferta, existindo outras determinantes:

1. a dimensão do sector, na medida em que a entrada e saída de produtores faz variar a oferta a qualquer nível de preços;
2. o progresso tecnológico;
3. o custo dos factores de produção;
4. o preço dos bens relacionados na produção com o bem ou serviço oferecido (possibilidade de se poder comparar a decisão de produzir aquele bem ou serviço com a produtividade e rentabilidade de produções alternativas);
5. a organização dos mercados;
6. os choques exógenos aleatórios, como conflitos violentos, doenças ou cataclismos naturais;
7. as finalidades do produtor ( pois nem sempre serão a maximização do lucro).
8. as expectativas dos produtores-vendedores quanto à evolução do mercado e dos preços.

**AA.1) Preços**

**Lei da oferta** – Quanto mais elevado for o preço maior é a oferta e quanto mais baixos forem os preços menor será a oferta.

É que produzir ou obter um bem para o oferecer no mercado envolve custos e por isso quanto mais elevados são os preços maior é a probabilidade de esses custos serem cobertos pelo total da receita obtida com as vendas.

E quanto mais baixo forem os preços menor será essa possibilidade. Verificando-se as vezes que o nível dos preços não permite sequer cobrir os custos e assim o vendedor deverá retirar-se do mercado.

A **curva da oferta representa** a disposição de vender, ou seja o preço minímo que se julga compensador produzir e vender mais uma unidade de um bem ou serviço.

**AA.2) custos de factores**

Se a produção é o fruto de uma combinação de factores, os custos de produção hão-de consistir na remuneração.

O aumento dos custos tende a reduzir os incentivos à produção e a diminuir a oferta. E de a diminuição dos custos tender a aumentar a oferta.

**AA.3) rendibilidade de produções alternativas**

A iniciativa de produzir e oferecer bens no mercado há-de resultar de uma decisão livre, a qual é precedida de uma ponderação de opções: aquele que se propõe empreender um processo produtivo e dispõe dos meios necessários a vários tipos de produção optará pelo que seja mais susceptível de lhe proporcionar lucro.

Se porventura subsistir durante o processo produtivo uma flexibilidade de afectação de recursos que permita ao empresário deslocar-se agilmente para a produção que em cada momento seja a mais rentável a oferta de um bem restringir-se-á drasticamente se aumentar a rendibilidade.

**AA.4) tecnologia**

A tecnologia influi o nível da oferta exclusivamente por via dos custos de produção. Pois os progressos tecnológicos tendem a reduzi-los. Prova disso é que com o avanço tecnológico houve queda dos preços nos computadores pessoais.

**AA.5) dimensão do produtor**

O nível da oferta dependerá em muitas situações da dimensão do produtor, ou seja aquela produção que ele tenha e aquela que lhe seja possível atingir dentro dos limites de um mercado.

**AA.6) objectivos do produtor**

Se o produtor pautar a sua conduta por objectivos que não o da imediata maximização de luvros podemos assistir a que uma subida de preços não induza imediatamente a um aumento de oferta. Isto acontece porque o produtor pode ter estratégicas como as seguintes:

- o produtor pode estar à espera de que os seus concorrentes acompanhem a subida de preços para resistindo a ela alargar o seu nicho de clientela à custa daqueles;

- pode preferir não aumentar a oferta para não ficar refém da sua capacidade de reposta; e

- pode estar no limite da escala de eficiência.

**AA.7) expectativas**

Aquele que prevê uma queda de preços tentará vender imediatamente o seu stock de produtos, muitas vezes desencadeando, com essa atitude, a própria queda de preços de que fugia.

Aquele que prevê uma uma subida de preços procurará açambarcar os produtos, restringindo a oferta até que os preços subam efectivamente. Esta atitude provocar, por si, a subida prevista.

Curva da oferta:

Preço

Quantidades oferecidas

**AB) factores da procura num mercadO concorrencial**

A quantidade procurada dos bens e serviços há-de resultar de uma disposição para suportar os custos da aquisição e de uma determinada capacidade económica.

A procura é a quantidade de produtos que as famílias e as empresas decidem comprar.

Também aqui não é só os preços que influenciam a procura:

1. Mudanças de rendimento dos consumidores, com efeitos de elasticidade-redimento que levam à queda da procura de bens inferiores quando o rendimento do consumidor sobe;
2. Mudanças nas preferências ou gostos dos consumidores;
3. O nível dos preços de produtos relacionados com os produtos em causa;ã dimensão da população de consumidores;
4. Condições especiais de exacerbação de necessidades, como variações climatéricas, ou perturbações nas condições de saúde e de segurança;
5. As expectativas;
6. O quadro distributivo e redistributivo de rendimentos, ou seja, o poder de compra.

**AB.1) os preços**

O custo de aquisição é o principal reflexo da escassez relativo dos bens normalmnete há-de procurar-se maior quantidade quanto menor for o preço, e menor quantidade quanto mais elevado for o preço.

Dada a limitação orçamental com que se debate cada consumidor, quanto menor for o preço unitário maior será o número de unidade que se pode adquirir.

**Lei da procura** – **a procura tende a diminuir quando ocorre uma subida de preços, e tende a aumentar quando se dá a queda dos preços**.

**AB.2) o rendimento disponível**

Não basta a disposição de adquirir bens ou serviços, sendo necessário ainda que exista a capacidade para suportar o pagamento dos preços respectivos. Assim, a procura individual dependerá do nível de rendimento de que cada um disponha.

Um rico tem a possibilidade de alterar os seus padrões de consumo, passando a satisfazer as suas necessidades com bens e serviços mais sofisticados.

Entre oscilações de rendimentos podemos observar 3 tipos de bens:

* **BENS SUPERIORES OU DE LUXO – aqueles cujo consumo aumenta com os aumentos do rendimento disponível.**
* **BENS NORMAIS – aqueles cujo consumo não se altera, visto tratarem-se de bem essenciais;**
* **BENS INFERIORES – aqueles cujo consumo tende e diminuir quando o rendimento aumenta e cujo consumo aumenta quando o rendimento diminui**.

**AB.3.) a existência de bens sucedâneos e complementares**

Um bem pode muitas vezes não depender do respectivo preço ou das condições em que é apresentado no mercado mas sim das condições e preços de outros bens.

Se a baixa do preço de um bem determina a quebra da procura de outro bem, ou se o aumento do preço de um bem é acompanhado do aumento do volume de venda dos demais bens, dir-se-á que são bens sucedâneos uns dos outros.

Exemplo: óleo alimentar e o azeite ou a manteiga e margarinda.

E os bens complementares são aqueles em que a procura revelará a procura de outros bens. Ou seja são aqueles que são utilizados conjuntamente, dependendo a utilização de cada um da disponibilidade dos outros no mercado.

Exemplo: baixa de preço de software aumenta a procura de computadores.

**EFEITO RENDIMENTO** – considerando que o rendimento é o mesmo e apenas se modificou o preço. Traduz-se este feito no facto do consumidor para conseguir manter o consumo de outros bens necessários reduz o consumo daquele bem que aumentou o preço.

**EFEITO DE SUBSTITUIÇÃO** – traduz-se na possibilidade de substituição, por iniciativa do consumidor, de bens habitualmente consumidos por bens sucedâneos

**AB.4) os gostos**

É certo que as quantidades procuradas hão-de tender a diminuir quando os preços sobem, e a aumentar quando os preços descem. No entanto existem tendências individuais, isto é, excepções que estão ligadas aos gostos.

Há consumidores que só começam a consumir um bem quando o respectivo preço sobe, e consome tanto mais quanto mais o preço subir.

O consumir pode ser daqueles que toma o preço como um indicador de qualidade ou ainda ser daqueles que tira satisfação da exclusividade (ostentação da exclusividade), ou ainda de ser priviligiado e poder consumir bens a preços inacessíveis para a maioria dos consumidores.

**AB.5) o efeito publicidade**

Parte dos consumidores remete-se para uma posição de subordinação às informações e sugestões transmitidas pela publicidade. Essa subordinação poupa-lhes o custo da busca em informação mais perfeita.

**AB.6) as expectativas**

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

Se levarmos em conta que a poupança é o consumo futuro, aquele que julgar que o seu rendimento decairá no futuro começa já a restringir o consumo com a convicção que a poupança permitirá amortecer o impacto desse declínio.

Assim assistimos ao facto de que quem julgar que os preços subirão antecipará o consumo e aquele que julgar que os preços descerão adiará o consumo.

**BENS de GIFFEN** – bens relativamente aos quais o preço diminui quando a quantidade procurada aumenta.

**BENS de VEBLEN** – bens que são objecto de mairo procura quando o preço é mais elevado, como é o caso da escassez da batata, no séc. XIX, pois é um bem não substituível e com grande peso na alimentação.

Estes bens são aqueles que são considerados os que contrariam a lei da procura.

Preço

Quantidades procuradas

**AC) O preço e a quantidade de equilibrio**

Quando um preço estabiliza, ele transmite às partes a informação de que aquele é o limite máximo para produzir e para consumir. E que uma das partes não consegue prosseguir para lá daquele ponto sem detrimento da posição da outra.

Quanto mais elevado é o preço que corresponde a esse ponto mais nítida se torna a percepção da escassez. E quanto mais baixo for esse preço estaria encontrado o limiar da abundância.

**O gráfico em que se cruzam as curvas da oferta e da procura é designado por CRUZ MARSHALLIANA.**

**E o ponto de intersecção é o ponto de equilíbrio (preço equilibrio e quantidade equilibrio).**

O ponto de equilibrio é o ponto de satisfação do comprador e do vendedor. È o ponto de encontro dos custos marginais e dos beneficios marginais.

**AD) deslocação das curvas da oferta e da procura**

**Procura oferta**

**azul – curva inicial azul – curva**

**expansão da curva expansão da curva l**

**contracção da curva contracção da curva**

**AE) a formação do equilibrio**

As curvas da oferta e da procura representam dois tipos simétricos de correlação com os preços, e quando elas se interceptarem estamos na situação em que a um só preço corresponde a mesma quantidade oferecida e procurada. Significa que a oferta e a procura estão dispostas a respponder com as mesmas quantidades à solicitação daquele preço.

Encontramos o binómio – **PREÇO de EQUILIBRIO.**

Este ponto de equiliobrio significa que não é possível transccionar-se mais, pois os compradores adquiriram tudo o que podiam e os vendedores maximizaram as vendas até ao limite.

O ponto de equilibrio é ainda um ponto de estabilidade porque ele é o único em que podemos afirmar que ambas as partes nas trocas estão a fazer precisamemnte aquilo que querem, ou seja a transaccionar as quantidades pretendidas.

No ponto de equilibrio atingiu-se o máximo de satisfação combinada dos interesses de vendedores e de compradores, que naquele momento do mercado, era alcançavél.

**AF) – DESEQUILIBRIO E REEQUILIBRIO**

**EFEITO de KING** – este efeito traduz-se no facto de 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 se conseguirem manter no mercado.

Isto deve-se fundamentalmente à inelasticidade de procura de certos produtos.

**AG) EFEITO DE HOTELLING**

Formulado por Harold 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 esperando para esses recursos em períodos subsequentes, sendo pois o preço presente inteiramente dominado por esse propósito especulativo.

Com efeito o **efeito de hotelling**, e baseado na corrente Malthusiana, este efeito dá uma visão catastrófica relativamente aos recursos naturais não renováveis, pois já incluem no seu preço um factor que corresponde à sua escassez futura.

Derivando das previsões de Thomas Malthus, Harold Hotelling constata que o constante aumento do preço relativo dos recursos naturais não renováveis levaria ao abandono do seu uso e à sua substituição por outros recursos sucedâneos, antes do seu esgotamento.

Este efeito 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.

Sendo então este a deficiência do princípio (não integrar as consequências do progresso tecnológico.

**AH) Elasticidade da Procura**

**FACTORES DE INFLUENCIAM:**

1. Essencialidade dos bens (menos elasticidade terá);
2. Substituição (quanto mais produtos sucedâneos houver maior será a elasticidade);
3. Rendimento (quanto mais se notar as diferenças do preço do bem mais notamos no rendimento, se o preço do bem tiver um pequeno peso no nosso rendimento teremos menor elasticidade;
4. Decurso do tempo (este é um dos factores que mais influencia, e que faz existir maior elasticidade, pois com o tempo vai havendo mais opções de escolha)

**CÁLCULO DA ELASTICIDADE**

**∆%Q = EP**

**∆%P**

Elasticidade da Procura = variação percentual das quantidade procuradas a dividir pela variação percentual dos preços.

**SIGNIFICADOS DOS RESULTADOS**

**Elasticidade mais que proporcional ou procura elástica – superior a 1**

**Elasticidade proporcional ou elasticidade unitária ou procura com elasticidade unitária – igual a 1**

**Elasticidade menos do que proporcional ou procura inelástica** **– inferior a 1**

**Elasticidade rígida ou procura rígida** – **igual a 0 (pois os preços não** **reagem)**

**AI) ELASTICIDADE RENDIMENTO**

Nesta elasticidade relaciona-se rendimento de unidades procuradas.

Efectuando-se a distinção entre bens superiores, normais e inferiores.

Procuramos bens inferiores quando o nosso rendimento baixa e regressamos aos bens superiores quando o rendimento sobre.

E os bens normais são aqueles de categoria residual, que não reagem ou têm uma menor reacção à variação existente.

Sendo o cálculo: **∆%Quant. procuradas / ∆%Rendimento**

**Bens superiores ou bens de luxo – superior a 1**

**Bens normais – igual a 1, 0 ou entre 0 e 1**

**Bens inferiores – inferior a 0**

**AJ) ELASTICIDADE CRUZADA**

Sendo o cálculo: **∆%Quant. procuradas bem B / ∆% Preço bem A**

**Bens independentes**

A B

Preço Quantidade

Sobe 0

Desce 0

Logo temos um valor igual a 0 = nula

**Bens Complementares**

A B

Preço Quantidade

Sobe(+) Desce (‑) = ‑

Desce (‑) Sobe (+) = ‑

Logo temos um valor negativo = < 0

**Bens Sucedâneoa**

A B

Preço Quantidade

Sobe(+) Desce (+) = +

Desce (‑) Sobe (‑) = +

Logo temos um valor positivo = > 0

**Bens complementares – elasticidade cruzada negativa ( < a 0 )**

**Bens sucedâneos – elasticidade cruzada positiva ( > a 0 )**

**Bens independentes – elasticidade cruzada nula ( = o )**

**AL) ELASTICIDADE DA OFERTA**

**FACTORES DE INFLUENCIAM:**

1. Recursos não renováveis;
2. Limite de capacidade produtiva;
3. Decurso do tempo (este é um dos factores que mais influencia, pois com o tempo vai havendo mais opções de escolha e por consequência a Oferta tem dificuldade em conseguir acompanhar/reagir todas as mudanças)

**CÁLCULO DA ELASTICIDADE**

**∆%Q Oferecidas = EO**

**∆%P**

Elasticidade da Oferta = variação percentual das quantidade procuradas a dividir pela variação percentual dos preços.

**SIGNIFICADOS DOS RESULTADOS**

**Elasticidade mais que proporcional ou procura elástica – superior a 1**

**Elasticidade proporcional ou elasticidade unitária ou procura com elasticidade unitária – igual a 1**

**Elasticidade menos do que proporcional ou procura inelástica** **– inferior a 1**

**Elasticidade rígida ou procura rígida** – **igual a 0 (pois os preços não** **reagem)**

**tipos de investimento**

**Opções de Investimento**

A taxa de lucro ou o emprego do capital varia conforme a segurança dos tipos de investimentos.

Sendo o investimeto a aquisição de um bem na perspectiva de obter rendimento da exploração deste ou na sua alienação.

O investimento pode ser real - bem ou financeiro - depósitos bancários, acções e obrigações.

Para escolher o tipo de investimento a efectuar devemos ter em atenção 3 factores:

1) risco;

2) remuneração; (quanto maior for o risco maior a remuneração)

3) liquidez ( facilidade de transformar o bem em dinheiro)

**Utilidade**

Utilidade é um conceito que advém do facto de atribuiremos aos bens e serviços a aptidão de satisfazer as nossas necessidades.

Desta utilidade surge o conceito de utilidade marginal, que se caracteriza como sendo o facto de quanto mais doses usamos um bem ou serviço mais perto estamos do ponto de saciedade.

Quanto mais perto estivermos do ponto de saciedade menos será a utilidade marginal daquele bem.

E quanto mais longe do ponto de saciedade maior será a utilidade marginal e por consequência maior será o preço do bem ou serviço que desejamos usar para nos saciar.

**Leis de Gossen**

**1.º Lei de Gossen ou lei da utilidade marginal decrescente**

A utilidade de cada nova dose de um bem é menor do que a utilidade das doses usadas inicialmente na satisfação daquela necessidade.

**2.º Lei de Gossen ou Princípio da Equimarginalidade**

A satisfação das necessidades individuais requer que a utilidade marginal dos bens empregues na satisfação esteja nevelada. Ou seja, o valor gasto ou as unidades adquiridas para a satisfação não têm de ser iguais, o que tem de ser igual é o grau de satisfaçã.

**Excedente do consumidor e excedente do Produtor (Disposição de Pagar)**

As nossas preferências são reveladas quando vamos ao mercado.

Pois ao entrarmos e sairmos de uma loja, ao comprar os produtos estamos a demonstrar quais os produtos que procuramos ou desejamos que esteja no mercado.

E quanto mais útil o bem for para nós mais nós tempos disposição de pagar por ele, logo aqui fica implícita a utilidade que damos aos bens.

Deste modo chegamos a dois conceitos:

**Excedente do consumidor -** diferença entre a disposição de pagar e o que efectivamente foi paga. E este existe quando há um único bem a pagar pelas várias unidades adquiridas.

**Excedente do produtor -** os conceitos de excedente de produtor e lucro são equivalentes. Assim este é a diferença entre o preço mínimo pelo qual a venda ocorria e o preço pelo qual ela ocorreu.

**Eficiência e Bem-estar**

Bem estar geral - é a soma do excedente do consumidor com o excedente do produtor.

Ou seja visto as trocas serem um jogo de soma positiva ambas as partes beneficiam e daí resultar bem-estar.

Excedente total - é a diferença entre o valor para os compradores e o custo para os vendedores.

Assim temos um mercado eficiente se este promova a afectação de recusros que maximize o excente total.

**Eficiência de pareto o óptimo de pareto**

Esta eficiência requer a verificação, conjunta, de 3 requisitos:

i) Eficiências nas trocas - pois tem de haver a afectação dos recursos àqueles que têm disposição de pagar pelos bens.

ii) Eficiência na produção - isto é a economia encontra na fronteira de possibilidade de produção, ou seja, na sua máxima eficiência produtiva, não podendo produzir mais de um bem sem precendir da produção de outro.

iii) Eficiência na criação de produtos que correspondão às preferências os consumidores.

Esta eficência apenas nos transmite o grau de bem-estar/eficiência atingido pelo agente económico, não nos transmitindo a justiça do resultado. E portanto percebe-se que estamos perante um jogo de soma zero, e por consequência para o bem-estar de um agente temos de retirar bem-estar ao outro agente - ganhos de uns e perdas de outros.

**CURVA DE LAFFER**

O Estado intervém no mercado aplicando carga tributária de modo a que possa arrecadar mais receita fiscal.

Mas esta intervenção vai recair no excedente do consumidor e do produtor. Pois quanto maior for a carga tributária menor será o meu bem-estar e incentivo à eficiência.

A curva de Laffer é desenhada em U invertida relacionando a carga tributária(impostos) com a receita fiscal (receita recolhida dos impostos).

A carga tributária aumenta, mas a partir de um certo ponto esta começa a decrescer tal como acontece com a receita fiscal. E isto acontece porque se encontra o ponto de saturação.

A carga tributária continua a aumentar, mas a receita desce, porque os agentes económicos não vêm incentivos nem beneficios para pagar estes valores e fogem aos impostos.

Exemplo disto é a não emissão de factura.

**Custos do produtor**

O objectivo do produtor é obter uma receita, receita essa que supere os custos totais de forma a beneficiar da diferença entre o valor gasto e o valor obtido = lucro.

Assim temos:

Receita Total - A quantia que a empresa recebe pela venda dos bens, sendo este o somatória de todas as vendas efectuadas, ou seja, a multiplicação das unidades vendidas pelo preço.

Custo Total - somatório de todas as despesas que o produtor teve para produção dos bens (custos de produção) e da sua chegada aos mercados.

Custo total = custo fixo total + custo variável total

Custos Fixos - custos que não variam independentemente das quantidades produzidas (aluguer da empresa)

Custos variáveis - custos que se alteram em função das quantidades produzidas (gastos com insumos - elementos que entram na produção de bens ou serviços)

custos explicitos (são os valores que o produtor teve na disposição de pagar para adquirir os factores de produção)

Custos implícitos (aqueles que não envolvem o desembolsar de valores por parte da empresa mas que constituem um custo de oportunidade, por exemplo o facto de o produtor decidir começar a produzir canetas ao invés de lápis, ou dispensar a garagem aos seus funcionários ao invés de arrendar. Assim deixou de obter rendas, lucros e juros.

Custo Total médio - é o custo de procução de cada unidade

CTM = Custo total / n.º unidade produzidas

Custo Marginal - é o custo de uma unidade adicional de produção

Este custo permite saber se vale a pena produzir mais uma unidade.

**CUSTOS NO CURTO E NO LONGO PRAZO**

Custos Overhead (custos de funcionamento) - custos relativos aos custos administrativos e de utilização das infra-estruturas São exemplos os custos de água, electricidade, gás, segurança, manutenção de edifícios, salários

Custos no curto prazo de tempo são fixos. Imaginemos o aluguer do estabelecimento, este pode ser fixo por um curto espaço de tempo. Pois

Custos no longo prazo de tempo são fixos variáveis já que com o tempo percebemos que aquele estabelecimento é pequeno e tenho de alargar a minha empresa.

**Lucros:**

Lucro contabilístico = receita total - custo total (custos explicitos)

O lucro contabilístico deverá ser sempre maior que o lucro económico.

Lucro económico = receita total - ( custo explicito + custo implicito)

Lucro económico ou lucro normal é o ponto mínimo de lucro que corresponde ao redimento médio que a actividade mepresarial é capaz de gerar em qualquer sector.

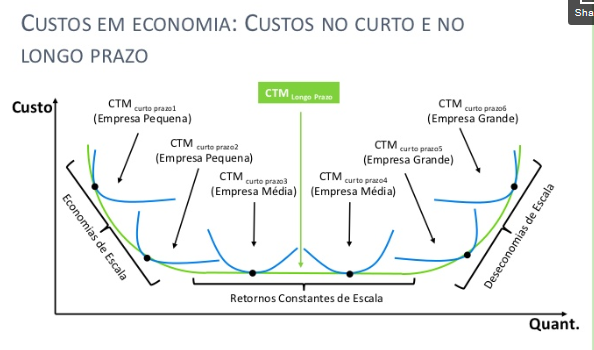
Se optivessemos zero neste lucro não haveria razão para o proutor deixar o mercado, pois ele já ponderar o custo de oportunidade desta actividade em detrimento de outras que possivelmnete seria mais elevado.

**Economias:**

**Economias de Escala** - ocorrem quando o custo médio diminui e a produção aumenta.

**Deseconomias de escala** - ocorrem quando o custo médio aumenta e a produção diminiu

**Economia de Gama** - quando a empresa produz a gama de produtos ao invés de um produto individual. pois é mais produtivo produzr aquele bem e seus derivados, visto que já tem os factores de produção, do que separadamente.



**Taxa de desconto / taxa de juro**

Os individuos têm preferência pelo presente, ou seja, por consumir no presente. Visto que o Estado já retira do vencimento os descontos para a Segurança Social que nos permite ter um rendimento na velhice.

E como não sabemos o que acontecerá no futuro a taxa de desconto é o incentivo a consumir no presente. E quando mais tempo demorarmos a consumir o bem ou serviço menos utilidade ele terá para nós.

**Taxa de desconto** é o valor descontado dos bens futuros em relação aos bens presentes, ou seja, é o incentivo à preferência pelo consumo no presente.

No entanto existem situações que a preferência pelo futuro acontece. E se acontecer deve ser compensado por isso através da **taxa de juro**.

Juro é o montante que faz vencer a preferência pelo presente, sendo que a taxa de juro tem de ser superior à taxa de desconto.

Juro Nominal é o somatório do juro rela com a inflação

**Risco/incerteza<->selecção adversa/Risco moral**

Apesar de o produtor poder efectuar estudos de mercados continuará a estar sujeito à **INCERTEZA**. Isto acontece porque não é possível, no presente, ter informação correcta acerca do futuro.

E uma das carecterísticas mais condicionantes do comportamento económico é a **aversão ao risco**, ou seja, a indisponibilidade para assumir resultados negativos. E por isso os indivíduos perferem abdicar de ganhos arriscados para garantir uma remuneração mensal, como é o caso de trabalharem por conta de outrem os os trabalhores individuais agruparem-se em sociedades.

**O Risco** é uma certeza mensurável susceptível de de raciocínio de probabilidades.

No entanto é importante que haja quem esteja disposto a assumir riscos e incertezas, senão ninguém produziria nem existiria actividade económica.

Assim existem formas de atenura o risco, Essas formas são o investimento em vários sectores de actividade, ou transferir, por contrato, os riscos para uma Seguradora (a seguradora irá cobrar um prémio que lhe permite cobrir o dano desse risco mais probabilidade de acontecer).

Aqui vamos começar assistir a problemas característicos das seguradoras.

Elas debatem-se com problema da **Selecção Adversa**, ou seja, as seguradoras têm problemas que resulta das assimetrias informativas, visto que os segurados dispõem de mais informação sobre os riscos deles que as próprias seguradores e omitem os mesmos.

Então baseado neste problema as Seguradoras não podem efectuar relações contratuais ajustadas ao nível de risco de cada segurado, o que faz com que tenham de cobrar prémios de seguro uniformes.

Isto faz afastars os segurados de baixo risco, visto que não têm beneces ou incentivos para celebrar contratos de seguros, e atraia os segurados de alto risco.

Mas existe forma de resolver este problema. Através de seguros obrigatórios. Tal como há entidades que apesar de o seguro não ser obrigatório irão impor essa obrigatoriedade na aquisição de bens, para se precaverem, como é o caso do seguro da casa.

De seguido temos o **Risco Moral, que é sempre um problema pós-contratual.**

Pois as pessoas depois de terem feito um contrato, sentido-se seguradas vão reduzir as suas precauções e retrair as suas competências, fazendo as coisas de modo mais lento ou negligente, esquecendo-se de prevenir os prejuízos, visto que se encontram cobertos pelo seguro.

Mas visto que este risco moral pode levar as seguradoras à insolvências elas vão recorrer ao resseguro, ou seja vão transferir parcialmente o risco da sua esfera para outras entidades.

**Externalidade de redes e o seu congestionamento**

Exemplo: Tarifário de tlm, Redes Sociais (Hi5 e Facebook) e Sistemas Operativos.

**Externalidade de Rede** advém do facto de os individuos usarem um bem ou serviço porque os outros também usam, de modo a se manterem no mesmo mercado, no mesmo meio, não serem descriminados, poderem continuar a funcionar com certas funcionalidades.

E quanto mais adesão tiver aquele bem ou serviço mais os individuos estão a acrescentar utilidade ao meu bem

No entanto temos de ter em atenção que esta utilidade pode ter uma extensão tão grande que ao invés de benéfico leve a uma barreira de entrada.

Assim temos um congestionamento do bem ou serviço e por consequência é uma externalidade negativa.

**monopólio natural**

Monopólio natural advém do facto de o mercado tornar-se mais eficiente com a presença de um único produtor do que com vários e surgem em economias de escala.

Isto porque existem custos fixos e só se houver um único produtor para aquele bem é que é possível a oferta desses a custos menores. Se houvesse váriso produtores os custos fixos deles seriam os mesmos, mas teriam de dividir os consumidores logo teriam de aumentar os preços.

**Cartel**

**Cartel** é um [acordo](http://pt.wikipedia.org/wiki/Alian%C3%A7a_(acordo)) entre concorrentes para fixação de preços, divisão de clientes e de [mercados](http://pt.wikipedia.org/wiki/Mercado) ou, por meio da ação coordenada entre os participantes, eliminar a concorrência e aumentar os [preços](http://pt.wikipedia.org/wiki/Pre%C3%A7o) dos produtos, obtendo maiores [lucros](http://pt.wikipedia.org/wiki/Lucro), em prejuízo do bem-estar do [consumidor](http://pt.wikipedia.org/wiki/Consumidor).

**Cartéis** normalmente operam como um [monopólio](http://pt.wikipedia.org/wiki/Monop%C3%B3lio) isto é, como se fosse uma única empresa, no entanto ocorrem em [mercados oligopolísticos](http://pt.wikipedia.org/wiki/Oligop%C3%B3lio), nos quais existe um pequeno número de firmas, e envolve produtos homogêneos.

**Os Cartéis** são considerados a mais grave lesão à [concorrência](http://pt.wikipedia.org/wiki/Concorr%C3%AAncia_(gest%C3%A3o)) e prejudicam consumidores ao aumentar preços e restringindo a [oferta](http://pt.wikipedia.org/wiki/Oferta)

Ao limitar a concorrência também prejudicam a [inovação](http://pt.wikipedia.org/wiki/Inova%C3%A7%C3%A3o), impedindo que novos produtos e processo produtivos surjam no mercado. Cartéis resultam em perdas de bem-estar do consumidor e, em longo prazo, perda de competitividade da economia como um todo.