

TEXTO DE APOIO

ENGENHARIA ECONÓMICA

**MESTRADO INTEGRADO EM
ENGENHARIA INFORMÁTICA**

Filipa Dionísio Vieira©



1. OS FUNDAMENTOS DA ECONOMIA	3
1.1. DEFINIÇÃO DE ECONOMIA	3
1.2. MICROECONOMIA E MACROECONOMIA	4
1.3. OS TRÊS PROBLEMAS DA ORGANIZAÇÃO ECONÓMICA.....	6
1.3.1. <i>Economias de Mercado, Dirigidas e Mistas</i>	7
1.4. POSSIBILIDADES TECNOLÓGICAS DA SOCIEDADE	8
1.5.1 <i>Fatores de Produção e produções</i>	8
1.5.2 <i>Fronteira de Possibilidades de Produção (FPP)</i>	9
1.5.3 <i>Crescimento</i>	12
2. O MODELO DA PROCURA E DA OFERTA	14
2.1 ANÁLISE DA PROCURA E DA OFERTA	14
2.2 A FUNÇÃO PROCURA	15
2.2.1 <i>Determinantes da procura</i>	17
2.2.2 <i>Deslocações na procura</i>	18
2.3 A FUNÇÃO OFERTA	19
2.3.1 <i>Determinantes da oferta</i>	20
2.3.2 <i>Deslocações da oferta</i>	22
2.4 EQUILÍBRIO DE MERCADO	23
2.5 INTERPRETAÇÃO DAS VARIAÇÕES NO PREÇO E NA QUANTIDADE.....	26
2.6 UTILIZAÇÃO DO MODELO	29
2.6.1 <i>Preços máximos</i>	29
2.6.2 <i>Preços mínimos</i>	32
3. A PROCURA INDIVIDUAL E DE MERCADO.....	34
3.1 A PROCURA INDIVIDUAL DE UM PRODUTO	34
3.2 DA PROCURA INDIVIDUAL À PROCURA DE MERCADO	38
3.3 A PROCURA QUE UMA EMPRESA ENFRENTA	39
3.4 ELASTICIDADE PREÇO DA PROCURA.....	42
3.4.1 <i>Elasticidade preço da procura e Receita Total</i>	46
3.4.2 <i>Fatores que afetam a elasticidade preço da procura</i>	47
3.5 ELASTICIDADE RENDIMENTO DA PROCURA	48
3.6 ELASTICIDADE CRUZADA DA PROCURA.....	50
3.7 A UTILIZAÇÃO DAS ELASTICIDADES NA TOMADA DE DECISÃO NAS EMPRESAS.....	52
4. TEORIA DA PRODUÇÃO.....	55
4.1 FUNÇÃO PRODUÇÃO	55
4.2 FATORES DE PRODUÇÃO FIXOS E VARIÁVEIS	57
4.3 PRODUÇÃO NO CURTO PRAZO	58
4.3.1 <i>Produtos total, marginal e médio</i>	60
4.3.2 <i>A relação entre as curvas de produtos total, marginal e médio</i>	63
4.3.3 <i>Utilização ótima do fator produtivo variável</i>	65
4.4 PRODUÇÃO NO LONGO PRAZO	65
4.5 RENDIMENTOS À ESCALA	67
BIBLIOGRAFIA	70



1. OS FUNDAMENTOS DA ECONOMIA

1.1. Definição de economia

O que é a economia? Ao longo dos últimos cinquenta anos, o estudo da economia expandiu-se de modo a incluir vários temas. São várias as principais definições destes assuntos em desenvolvimento, mas as mais importantes são as de que a **economia**:

- Explora o comportamento dos mercados financeiros, incluindo taxas de juro e cotações de ações;
- Analisa as razões porque algumas pessoas ou países têm rendimentos elevados enquanto outros são pobres, e sugere formas para o aumento dos rendimentos dos pobres sem prejudicar a economia;
- Estuda os ciclos económicos, os altos e baixos do desemprego e da inflação, assim como as políticas para os moderar;
- Estuda o comércio e as finanças internacionais e os impactos da globalização;
- Observa o crescimento nos países em desenvolvimento e propõe medidas para melhorar o uso eficiente de recursos;
- Questiona como as políticas governamentais podem ser usadas para atingir objetivos importantes, tais como um rápido crescimento económico, o uso eficiente de recursos, o pleno emprego, a estabilidade dos preços e uma repartição justa do rendimento.

Contudo, em todas estas definições é possível identificar um tema comum, nomeadamente:

“A economia é o estudo da forma como sociedades utilizam recursos escassos para produzir bens com valor e como os distribuem entre pessoas diferentes”
(Samuelson and Nordhaus, 2005).

Na base da definição de economia estão duas ideias-chave: (1) os bens são escassos e (2) a sociedade deve usar os seus recursos de forma eficiente. Os recursos económicos de trabalho, capital e terra são escassos ou a sua oferta é limitada em todas as



sociedades. Como tal, as sociedades precisam usá-los tão eficientemente quanto possível para produzir os bens e serviços que mais desejam. A escassez é o problema fundamental de cada sociedade. Uma vez que os recursos são escassos, as quantidades de bens e serviços que podem ser produzidos também o são. Os bens são escassos porque os indivíduos desejam muito mais do que a economia pode produzir. Os bens económicos são escassos, não são livres, e a sociedade tem de escolher os bens limitados que podem ser produzidos com os recursos que tem disponíveis, isto é, tem de ser eficiente. Uma economia está a produzir eficientemente quando não pode aumentar o bem-estar económico de um indivíduo sem prejudicar o de um outro indivíduo qualquer.

A essência da economia é compreender a realidade da escassez e, de seguida, dar indicações de como a sociedade deve organizar-se de modo a corresponder ao uso mais eficiente dos recursos disponíveis.

1.2. Microeconomia e Macroeconomia

Adam Smith é habitualmente considerado o fundador da **microeconomia**, ramo da economia que trata do comportamento de entidades individuais, como os mercados, as empresas e as famílias. Na sua obra “A riqueza das nações” de 1776, analisou como cada preço era estabelecido, estudou a determinação dos preços da terra, do trabalho e do capital e investigou os pontos fortes e fracos do funcionamento do mercado. Mais importante, ainda, identificou as propriedades notáveis de eficiência dos mercados e observou que o benefício económico deriva das atividades egoístas dos indivíduos. Apesar do estudo da microeconomia ter avançado muito desde essa data, Adam Smith continua a ser citado quer por políticos, quer por economistas.

Convencionou-se assim, usar o termo **microeconomia** para descrever o estudo das escolhas individuais ou dos comportamentos de grupo em mercados individuais. Concretamente, a **microeconomia** pode definir-se como o estudo da escolha individual em condições de escassez e das suas consequências no comportamento dos preços e das quantidades dos mercados individuais.

O outro ramo da economia é a **macroeconomia** que tem a ver com o desempenho global da economia. A macroeconomia nem sequer existia na sua formulação



moderna antes de 1936 (altura em que a Inglaterra e os EUA ainda se debatiam com a grande depressão dos anos 30) quando John Maynard Keynes publicou a sua obra revolucionária “Teoria Geral do Emprego, Juro e do Dinheiro”. Keynes desenvolveu uma análise das causas dos ciclos económicos com períodos alternados de desemprego e elevada inflação. Atualmente este ramo da economia, que estuda o comportamento da economia como um todo, examina uma grande variedade de assuntos tais como a determinação do investimento e do consumo globais, como os bancos centrais fazem a gestão da moeda e das taxas de juro, o que causa as crises financeiras internacionais e qual a razão de alguns países se desenvolverem rapidamente enquanto outros estagnam.

A **macroeconomia** pode assim definir-se como o estudo do desempenho das economias nacionais e das políticas que os governos adotam para tentar melhorar esse desempenho. A **macroeconomia** trata as questões e problemas económicos atuais mais importantes. Para compreendê-los temos que reduzir os complicados pormenores da economia a pontos essenciais manuseáveis. Estes pontos essenciais encontram-se nas interações entre bens, trabalho e mercado de ativos da economia e nas interações entre economias nacionais com trocas entre si.

Salientem-se, ainda, dois aspetos particulares da análise económica e que têm a ver com o facto de o objeto da economia ser a realidade complexa e variável das relações humanas, que constitui uma intrincada rede, influenciada por múltiplos fatores incontroláveis.

- Hipótese *ceteris paribus* (tudo o resto constante). Dada aquela rede de inter-relações, é necessário isolar uma parte do problema, para que possam ser retiradas conclusões, sobre o efeito de determinado fenómeno. Ou seja, pretende-se facilitar a análise;
- Problema da incerteza. A realidade, além de complexa, é extremamente volúvel e variável e consequentemente, as leis e os teoremas económicos nunca conseguem captar a enorme variedade das realizações concretas dos fenómenos. Por esta razão, as leis e os teoremas económicos são leis estatísticas. Elas não são leis universais e imutáveis, não se aplicam a todos os casos, mas apenas “em média”, à generalidade das situações normais.



Fontes de erro na economia.

- Exigir que toda a realidade humana caiba numa fórmula geral;
- Como o grau de subjetividade incluído nos julgamentos é maior do que nas ciências exatas, é necessário ter sempre presente esse facto;
- “Falácia da composição”: o que se passa numa parte não é necessariamente válido para o todo;
- “Falácia do post hoc”: corresponde à atribuição de um nexo de causalidade entre dois factos apenas contemporâneos. Por vezes, a simultaneidade dos acontecimentos é mera coincidência. Outras vezes é apenas uma má interpretação.

1.3. Os três problemas da organização económica

Qualquer sociedade humana defronta-se com três problemas económicos fundamentais e interdependentes:

- Quais os bens a produzir?
- Como são os bens produzidos?
- Para quem são produzidos?

De facto, estas três questões da organização económica: **o quê, como e para quem**, são tão cruciais atualmente quanto o foram no início da civilização humana

Mas, analisemos mais pormenorizadamente as três questões fundamentais:

- **Quais os bens a produzir e em que quantidades?** Uma sociedade tem de determinar quanto deve produzir de cada um dos inúmeros bens e serviços possíveis e quando deverão ser produzidos. Hoje deveremos produzir bens de consumo (pizzas) ou bens de capital (fornos para pizzas) que permitirão ampliar a produção e o consumo no futuro?



- **Como são os bens produzidos?** Qualquer sociedade tem de determinar quem irá produzir, com que recursos e de que forma tecnológica. A eletricidade será obtida a partir do petróleo, do carvão ou da energia solar?
- **Para quem são os bens produzidos?** Quem usufruirá do resultado da atividade económica? A distribuição do rendimento e da riqueza é justa e equitativa?

1.3.1. Economias de Mercado, Dirigidas e Mistas

Agora, coloca-se a questão de saber de que forma uma sociedade é capaz de responder às questões de o quê, como e para quem. As diferentes sociedades estão organizadas em sistemas económicos alternativos e a economia estuda os vários mecanismos que uma sociedade pode usar para aplicar os seus recursos escassos.

De um modo geral, distingue-se duas formas fundamentais de organizar uma economia. Num extremo, o governo toma a maioria das decisões económicas, no outro extremo, as decisões são tomadas nos mercados, onde as empresas e os indivíduos ajustam voluntariamente a troca de bens e serviços, normalmente através de pagamentos em dinheiro.

Na maior parte do mundo, a maioria das questões económicas são resolvidas pelo mecanismo de mercado. Devido a isso, esse sistema de mercado é designado por **economia de mercado**. Uma economia de mercado é definida como aquela em que os indivíduos e as empresas privadas tomam as decisões mais importantes sobre a produção e o consumo. Um sistema de preços, de mercados, de lucros e prejuízos, de incentivos e prémios determina o quê, como e para quem. As empresas produzem os bens que geram maiores lucros (o quê), com técnicas de produção que são as menos dispendiosas (como). O consumo é determinado pelas decisões individuais sobre como aplicar os salários e os lucros gerados pelo trabalho e pela posse de património (o para quem). Quando o governo toma todas as decisões importantes acerca da produção e distribuição está-se perante uma **economia dirigida**. Numa economia dirigida (União Soviética, durante maior parte do século XX), o Estado possui a maior parte dos meios de produção (terra e capital); também possui e dirige a atividade das empresas na maior parte dos ramos de atividade; é o empregador da maioria dos



trabalhadores e quem comanda a sua atividade; e decide como a produção da sociedade deve ser dividida pelos diversos bens e serviços. Portanto, numa **economia dirigida** o governo dá resposta às principais questões económicas através dos recursos e do seu poder de impor as decisões.

Contudo, nenhuma sociedade atual se enquadra completamente numa destas categorias extremas, economia de mercado ou economia dirigida. Em vez disso, todas as sociedades são **economias mistas**, com elementos de mercado e de direção central. A maioria das decisões ocorre nos mercados, mas o Estado desempenha um papel importante na supervisão do funcionamento do mercado; o governo publica leis que regulam a atividade económica, promove o funcionamento dos serviços de educação, de policiamento e de controlo da poluição.

1.4. Possibilidades Tecnológicas da Sociedade

Qualquer economia tem recursos limitados: trabalho, conhecimento tecnológico, fábricas e ferramentas, terra, energia. Ao decidir o quê e como devem as coisas ser produzidas, a economia está na realidade a decidir a forma de aplicar os seus recursos em milhares de diferentes bens e serviços possíveis. Confrontada com o facto de os bens serem escassos relativamente ao desejado, uma economia tem de decidir como funcionar com os recursos limitados que tem. Tem de escolher entre diferentes conjuntos de potenciais bens (o quê), seleccionar entre as diferentes técnicas de produção (o como) e decidir no final quem deve consumir os bens (o para quem).

1.5.1 Fatores de Produção e produções

A resposta a estas três questões traduz-se na necessidade de uma sociedade fazer escolhas entre os fatores de produção e as produções de uma economia.

Sendo assim, precisemos alguns conceitos:

- **Fatores de produção** (inputs): são bens ou serviços utilizados pelas empresas no seu processo de produção;
- **Produção** (outputs): são os vários bens ou serviços úteis que tanto são consumidos como utilizados numa produção posterior.



Os **fatores de produção** podem ser classificados em três grandes categorias:

- Os recursos naturais: terra utilizada na agricultura ou na implantação de edifícios, fábricas e estradas; recursos energéticos e recursos não energéticos (ex: minérios de ferro e cobre, areia);
- Trabalho: consiste no tempo de trabalho humano despendido na produção. É o fator de produção mais comum e o mais crucial para uma economia industrial avançada;
- Capital: é formado pelos bens duráveis de uma economia, produzidos com vista a produzirem outros bens (ex: máquinas, estradas, computadores). A acumulação de bens de capital especializados é essencial para o desenvolvimento económico.

Sendo assim, em termos de fatores de produção e de produções, uma sociedade para responder às três questões de organização económica, terá que decidir:

1. Quais as produções e em que quantidade;
2. Como produzi-las, ou seja, com que técnicas devem os fatores de produção ser combinados para gerar as desejadas produções;
3. Para quem devem as produções ser criadas e distribuídas.

1.5.2 Fronteira de Possibilidades de Produção (FPP)

Há que ter em atenção que os países não podem ter quantidades ilimitadas de todos os bens, pois estes estão limitados pelos recursos e pela tecnologia que possuem.

Considere uma economia que tenha apenas uma certa quantidade de trabalho, de conhecimento tecnológico, de fábricas e equipamentos e de terra, energia hidráulica e recursos naturais. Isto corresponde ao que se designa por dotação de fatores (de uma dada economia/país num determinado momento do tempo). A sociedade terá que decidir o que produzir e como, ou seja, terá que decidir como afetar os recursos entre os milhares de bens diferentes. Por simplificação e facilidade de análise, suponhamos que uma dada economia só produz dois bens (A e B). Se decidir aplicar os recursos apenas ao bem A obtém uma produção máxima do bem A e nada produz do bem B.

Se, pelo contrário, decidir afetar a totalidade dos recursos ao bem B obtém uma dada quantidade máxima produzida do bem B e nada do bem A. Estas são as duas possibilidades de produção extremas, mas entre elas existem muitas outras, resultantes da combinação entre os dois bens, como por exemplo os pontos B, C, D e E. Isto é, podemos afetar os recursos aos dois bens.

Vejamos um exemplo numérico:

POSSIBILIDADES	POSSIBILIDADES DE PRODUÇÃO ALTERNATIVAS	
	BEM A	BEM B
A	0	15
B	1	14
C	2	12
D	3	9
E	4	5
F	5	0

Tabela 1.1 – Recursos escassos limitados obrigam a balancear a produção dos bens A e B

Podemos fazer a representação gráfica:

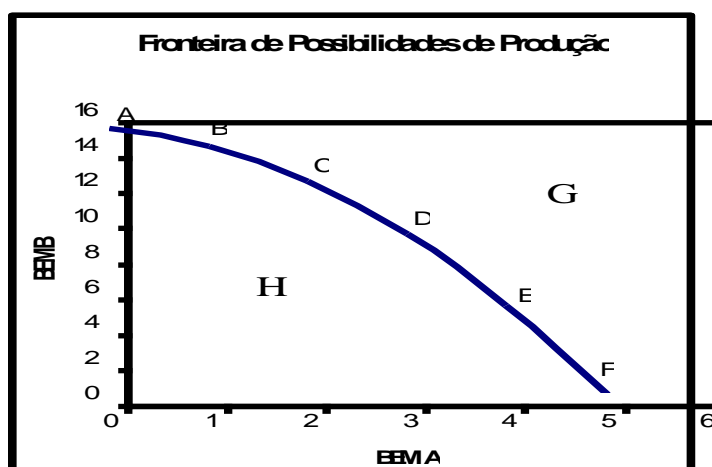


Gráfico 1.1 – Exemplo de uma fronteira de possibilidades de produção

Olhando o gráfico constata-se que se obteve uma linha curva, ao longo da qual a sociedade pode substituir o bem A pelo bem B, a qual se designa por **Fronteira de Possibilidades de Produção (FPP)**. Esta representa o total de produção máximo que pode ser obtido por uma economia, dados o conhecimento tecnológico e a quantidade de fatores de produção disponíveis.



Como os recursos (quantidade de fatores de produção disponíveis) e a tecnologia são limitados obrigam a que a produção dos bens A e B seja limitada. À medida que nos deslocamos de A para B... até F, estamos a transferir fatores de produção (trabalho, máquinas e terra) da indústria que produz o bem B para a indústria que produz o bem A, e assim, é possível aumentar a produção do bem A.

Associado ao conceito de FPP está o conceito de eficiência. Quando a economia se situa num ponto sobre a FPP diz-se que está a produzir eficientemente. Assim, neste contexto eficiência significa ausência de desperdício, os recursos da economia são utilizados tão bem quanto possível para satisfazer as necessidades e desejos dos indivíduos. Dito de outro modo, a economia está a produzir eficientemente quando não pode produzir mais de um bem sem deixar de produzir menos do outro bem, quando se situa sobre a FPP. No caso do gráfico acima, o ponto G é impossível de se verificar, está para além da FPP, é um ponto impraticável. Enquanto que o ponto H representa um ponto de produção ineficiente. Quando há recursos não utilizados, a economia não está na sua FPP, mas algures no seu interior. O ponto H representa um ponto no interior da FPP. Alguns recursos estão a ser desaproveitados, mas se os aplicarmos poderemos obter uma maior produção de todos os bens. A economia pode deslocar-se de H para D, produzindo mais bem A e bem B e consequentemente melhorar a eficiência da economia.

Desta análise ressalta, ainda, um outro conceito. Tomar uma decisão num mundo de escassez obriga-nos a prescindir de alguma coisa, custa-nos de facto a oportunidade de fazer outra coisa. Daqui se falar de custo de oportunidade: é dado pela alternativa de que se abdicou; é o valor do bem ou serviço de que se prescinde; é o custo da alternativa perdida. Por outras palavras, o custo de oportunidade de qualquer bem ou serviço é a quantidade de outros bens ou serviços que se tem de deixar de consumir para obter aquele bem ou serviço. Este conceito pode ser explicitado recorrendo ao gráfico anterior. Por exemplo, quando se passa do ponto B para o ponto C significa que para obter uma unidade adicional do bem A teve que prescindir-se de duas unidades do bem B. Estas duas unidades correspondem ao custo de oportunidade.

Se a análise for feita para todos os pontos (de A para B, de B para C até se atingir o ponto F) constata-se que o custo de oportunidade é crescente. Olhando para a

configuração da FPP constata-se que ela é côncava em relação à origem, precisamente para ilustrar o facto de os custos de oportunidade serem crescentes. E estes são crescentes porque os métodos de produção (a forma como são combinados os recursos para levar a cabo a produção), nas diferentes indústrias, são diferentes.

1.5.3 Crescimento

A FPP é definida para uma dotação de fatores fixa e para a tecnologia existente, numa dada economia. Admita-se que, de repente, mais bens de capital estão disponíveis na economia que estamos a considerar. O que acontece à FPP? Esta desloca-se para fora e para a direita (como se pode ver no gráfico 1.2) o que significa que é possível produzir mais bens e serviços nesta economia.

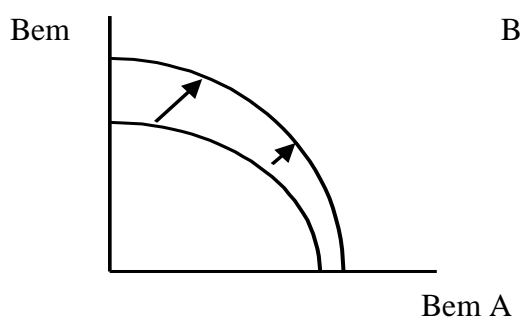


Gráfico 1.2 – Exemplo de um aumento dos bens de capital na economia

Conclui-se, portanto, que o crescimento económico corresponde a um deslocamento da FPP para fora, e que é devido ao crescimento dos fatores de produção, ou ao progresso do conhecimento tecnológico, permitindo a um país produzir mais de todos os bens e serviços.

O crescimento ocorrido nas últimas décadas explica-se, fundamentalmente:

- Pelo aumento dos bens de capital;
- Pelo aumento das qualificações e nível educativo da força de trabalho;
- Por avanços no conhecimento tecnológico.

Face a esta constatação, verifica-se que qualquer sociedade ou economia enfrenta uma escolha importante: consumir hoje ou mais no futuro. De forma a crescer rapidamente uma economia deverá restringir o consumo atual e fazer investimento, que só no futuro é que recompensará o sacrifício feito.

A questão pode ser vista graficamente, recorrendo a um exemplo. No gráfico 1.3 comparamos duas economias hipotéticas (Extravaganã e Poupanã). No ano 2005, as duas têm a mesma FPP (FPP₂₀₀₅). Os cidadãos de Extravaganã gostam de viver o hoje, produzindo principalmente bens de consumo e poucos bens de capital (ponto A). Como reflexo o stock de bens de capital de Extravaganã no ano 2025 não será muito maior que o stock atual, daí que a FPP se tenha deslocado pouco para fora. Em contraste, os cidadãos de Poupanã reduzem a produção de bens de consumo a fim de construir mais bens de capital (ponto B). Até ao ano 2025 a sua capacidade produtiva terá aumentado significativamente, o que se reflete num deslocamento acentuadamente para fora da sua FPP. Conclui-se, assim, que a escolha entre mais consumo hoje e níveis mais altos de produção no futuro é importante para qualquer país e que os países que investem mais têm no futuro investimento e consumo maiores.

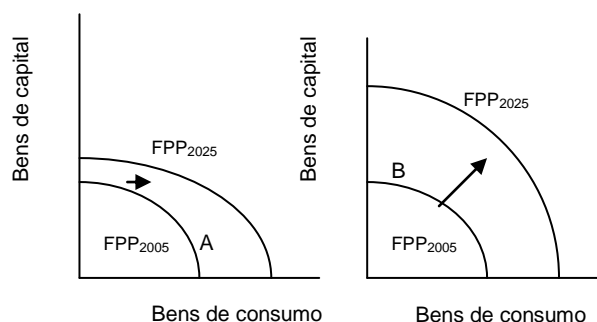


Gráfico 1.3 – Exemplo da Extravaganã e Poupanã



2. O MODELO DA PROCURA E DA OFERTA

Neste capítulo descreve-se um modelo muito simples mas muito importante em Economia – O Modelo da Procura e da Oferta. Começa-se por analisar como se obtêm as curvas da procura e da oferta e como se determina o equilíbrio de mercado. Seguidamente, apresenta-se uma síntese dos principais determinantes da procura e da oferta. Finalmente, serão analisados alguns exemplos de utilizações simples do modelo da procura e da oferta, que ilustram o potencial da sua utilização.

2.1 Análise da procura e da oferta

Começando por alguns conceitos e definições simples, explorar-se-á a forma como as interações de compradores e vendedores nos mercados determinam os preços e as quantidades dos diferentes bens e serviços comercializados nesses mesmos mercados.

Começa-se por definir um mercado. O mercado para qualquer bem consiste no conjunto de todos os compradores e vendedores desse bem. Deste modo, e exemplificando, o mercado de cereais de pequeno-almoço (cereais), num determinado dia e num determinado local inclui o conjunto de pessoas potencialmente aptos a comprar ou a vender cereais nesse dia e nesse local. Em tal mercado, como vendedores são considerados os indivíduos e as empresas que estão dispostas a vender - ou que podem, sob as circunstâncias certas, vender - cereais. Analogamente, os compradores neste mercado incluem todos os indivíduos que compram - ou podem comprar - cereais.

Na maioria dos locais do país os cereais podem ser encontrado por menos de 4€. Onde provém o preço de mercado dos cereais? Olhando para além destes e reparando no vasto conjunto de outros bens que são comprados e vendidos todos os dias podemos inquirir-nos «Por que razão alguns bens são baratos e outros são caros?» Aristóteles não fazia qualquer ideia, nem Platão, nem Copérnico, nem Newton. Refletindo sobre o facto, o surpreendente é que ao longo de quase todo o período da história humana, nem as mentes mais inteligentes e criativas da Terra foram capazes de ter uma mínima ideia para responder a esta questão, aparentemente tão simples. Até o próprio Adam Smith, o filósofo moralista escocês cujo livro *A*



Riqueza das Nações lançou a disciplina de Economia em 1776, se mostrou confuso acerca deste assunto. Smith e outros economistas pioneiros (incluindo Karl Marx) pensavam que o preço de mercado de um bem era determinado pelo seu custo de produção. Mas, embora os custos afetem certamente o preço, não conseguem explicar o motivo pelo qual os quadros de Pablo Picasso se vendem muito mais caro que os de Jackson Pollock. Stanley Jevons e outros economistas do século XIX tentaram explicar o preço centrando-se no valor que as pessoas retiram do consumo de diferentes bens e serviços. Parece certamente plausível que as pessoas paguem muito por um bem que valorizem muito. Contudo, a disposição para pagar também não pode ser a única explicação. Por exemplo, alguém que ficasse privado de água no deserto morreria em poucas horas, e, no entanto, o metro cúbico de água vende-se por poucos centimos. Em contrapartida, os seres humanos podem viver perfeitamente bem sem ouro, e, no entanto, o ouro é vendido a mais de €250 por onça. Custo de produção? Valor para o utilizador? *Qual* deles será? A resposta, que para os economistas atuais parece óbvia, é que ambos são importantes. Ao escrever em fins do século XIX, o economista britânico Alfred Marshall foi dos primeiros a mostrar claramente a forma como os custos e o valor interagem para determinar o preço de mercado de um bem e qual a quantidade desse bem a ser comprada e vendida.

2.2 A função procura

Tanto o senso comum como a teoria económica demonstram que a quantidade procurada de um determinado bem depende do seu preço, isto é, quanto maior for o preço de um bem, menos pessoas pretendem comprar e pelo contrário, quanto menor for o preço desse mesmo bem, mais unidades serão adquiridas. Na verdade, existe uma relação entre o preço de um bem e a quantidade procurada desse bem, mantendo-se o resto constante. Esta relação entre o preço e a quantidade procurada é designada por **função da procura** ou **curva da procura**.

A tabela seguinte apresenta uma hipotética função procura de cereais. Para cada preço podemos determinar a quantidade de cereais que os consumidores adquirem. Por exemplo, a 4€ por caixa os consumidores comprarão 8 milhões de caixas por ano.

Preço (€/caixa de cereais)	Quantidade procurada (milhões de caixas de cereais/ano)
4	8
3	12
2	16

Tabela 2.1 – Função procura dos cereais

A representação gráfica da procura é a curva da procura. A **curva da procura** é um gráfico (cujo eixo horizontal representa a quantidade procurada de cereais e o eixo vertical representa o preço dos cereais) que indica qual a quantidade total de cereais que os compradores desejam adquirir aos vários preços. Uma propriedade fundamental da curva da procura de um determinado bem é que esta tem inclinação negativa em relação ao preço desse bem. Por exemplo, a curva da procura de cereais indica que quanto mais alto for o seu preço, menos pessoas haverá, no conjunto, interessadas em comprá-los. Deste modo, a curva da procura de cereais pode assemelhar-se à curva que mostramos na figura 2.1. Esta importante propriedade é designada pela **Lei da inclinação negativa da procura**.

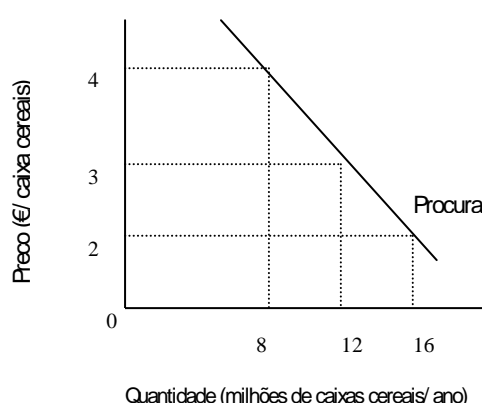


Figura 2.1 – A curva da procura de cereais

A quantidade procurada tende a diminuir com o aumento dos preços por duas razões: (1) o **efeito de substituição**, isto é, quando o preço de um bem aumenta, é substituído por outros produtos similares e (2) o **efeito rendimento**, pois quando o preço sobe, ficamos de certa forma mais pobres do que anteriormente, o mesmo rendimento permite adquirir menos quantidade, o que fará com que abrandemos o consumo desse bem.

Esta curva indica-nos que quando o preço dos cereais é baixo, digamos €2 por unidade, os compradores desejarão comprar 16 milhões de caixas por ano, enquanto



comprarão só 12 milhões ao preço de €3 e apenas 8 milhões se o preço for 4€. A curva da procura de cereais, tal como a de qualquer outro bem, tem uma forma descendente por duas razões: primeiro, à medida que os cereais se tornam mais caros algumas pessoas mudam para outros tipos de alimento que os substituem; em segundo lugar as pessoas não podem simplesmente comprar tantos cereais a preços altos como fazem quando os preços são baixos.

2.2.1 Determinantes da procura

São vários os fatores que influenciam a quantidade procurada de um determinado bem, nomeadamente:

Rendimento. O rendimento médio dos consumidores é um determinante-chave da procura. É óbvio que o rendimento influencia a quantidade que as pessoas vão adquirir da maior parte dos bens e serviços, a um dado preço. A quantidade procurada a um determinado preço aumenta em função do rendimento para a maioria dos bens. Os bens que possuem esta característica são designados bens normais. Os chamados bens inferiores constituem a exceção a este padrão geral. Quando se trata destes bens, a quantidade procurada a um dado preço diminui em função do rendimento. A ideia básica é que os consumidores vão deixando de adquirir estes bens, em favor de substitutos de maior qualidade, à medida que o seu poder económico aumenta.

Preço dos substitutos e dos complementares (bens relacionados). O bacon e os ovos desempenham papéis complementares no regime alimentar de algumas pessoas. Para estes indivíduos, uma subida acentuada do preço do bacon pode levar não só a uma redução na quantidade procurada de bacon mas, também, a uma redução na procura de ovos. No caso de substitutos próximos (bens que tendem a desempenhar a mesma função), como sejam o café e o chá, o aumento de preço de um deles tenderá a causar o aumento da procura do outro.

População. Regra geral, quanto maior for a dimensão de um mercado, tanto maior será a quantidade adquirida de um bem ou serviço a um dado preço. Assim, nas cidades onde se regista um aumento populacional, a procura de habitação aumenta de ano para ano, tendendo a baixar nas cidades onde se verifica um declínio populacional.



Gostos ou preferências. Conjunto de elementos subjetivos. Os gostos representam uma variedade de influências culturais e históricas. Podem refletir necessidades psíquicas e fisiológicas genuínas, podem incluir desejos induzidos artificialmente e podem ainda, incluir uma forte dose de tradição ou de religião. Nem todas as pessoas partilham os mesmos gostos. Nem os gostos se mantêm inalterados ao longo do tempo. Por exemplo, nas sociedades ocidentais, a cultura incentiva o gosto de nos sentarmos em mobiliário estofado, enquanto em muitas sociedades orientais as pessoas são condicionadas a sentar-se de pernas cruzadas no chão. A procura de sofás tenderá, portanto, a ser maior no ocidente do que no oriente. Outro exemplo, a procura de saias com a bainha acima ou abaixo do joelho varia, acentuadamente, de uma década para outra.

Influências especiais. Estas afetam a procura de bens específicos, como por exemplo o clima afeta a procura de guarda-chuvas. A procura de guarda-chuvas é elevada em regiões com muita chuva, mas pelo contrário, reduzida em regiões mais secas. As expectativas acerca das condições económicas futuras também podem influenciar a procura.

2.2.2 Deslocações na procura

Porque se desloca a curva da procura? A curva da procura desloca-se porque se alteram as outras influências que não a do preço do bem. Quando há alterações noutros fatores que não o do preço do próprio bem que afetam a quantidade procurada, como por exemplo, o rendimento, os gostos, o preço dos bens relacionados, entre outros, designa-se essas alterações por deslocações na procura, isto é, **variação da procura**. Por exemplo, a figura 2.2 (b) descreve um aumento na procura, significando que, com qualquer um dos preços, a quantidade procurada é maior do que antes.

Contudo, é importante não fazer confusão entre deslocação da curva da procura com movimentos ao longo da curva da procura, isto é, não confundir **variação da procura** (deslocação da curva da procura) com uma **variação da quantidade procurada** (movimento ao longo da curva). A **variação da quantidade procurada** quer dizer a alteração na quantidade que as pessoas desejam comprar que ocorre em resposta a

uma alteração do preço. Por exemplo, a figura 2.2(a) descreve um aumento na quantidade procurada que ocorre em resposta a uma redução do preço do atum. Quando o preço cai de €5 para 4€ por lata, a quantidade procurada aumenta de 2000 para 4000 latas por dia.

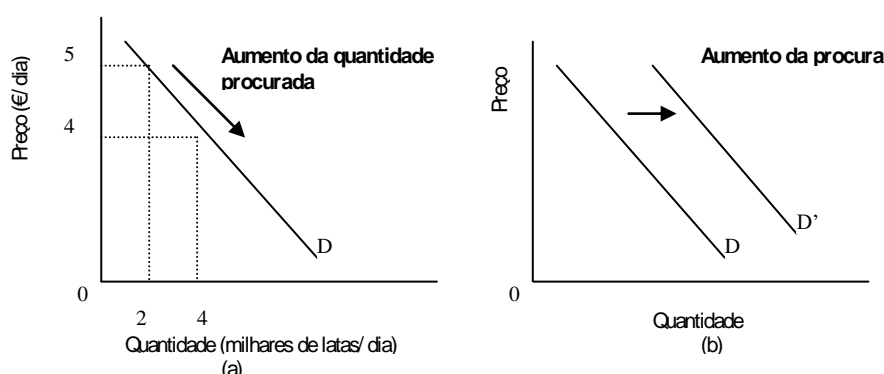


Figura 2.2 – Um aumento na quantidade procurada versus um aumento na procura

2.3 A função oferta

A tabela 2.2 apresenta uma hipotética função oferta de cereais. Para cada preço podemos determinar a quantidade de cereais que os produtores estão dispostos a produzir e vender. Por exemplo, a 4€ por caixa os produtores irão produzir e vender 16 milhões de caixas por ano.

Preço (€/caixa de cereais)	Quantidade procurada (milhões de caixas de cereais/ano)
2	8
3	12
4	16

Tabela 2.2 – Função oferta dos cereais

No mercado de cereais, a **curva da oferta** dos cereais é um esquema simples, um gráfico, que indica, para cada possível preço, quantas unidades estariam os vendedores, no seu conjunto, dispostos a vender àquele preço.

Qual é a aparência da curva da oferta de cereais? A resposta a esta pergunta baseia-se na suposição lógica de que os produtores deverão estar dispostos a vendê-los desde que o preço que recebem por eles seja suficiente para cobrir os custos de oportunidade

de os fornecerem. Por isso, se o que os produtores podem ganhar com aquela atividade não for suficiente para os compensar por aquilo que teriam ganho se tivessem despendido o seu tempo e investido o seu dinheiro de qualquer outra forma, não venderiam cereais. De outra forma, vendem.

Para ilustrar, observe-se a figura 2.3, que mostra uma curva da oferta hipotética para o mercado de cereais.

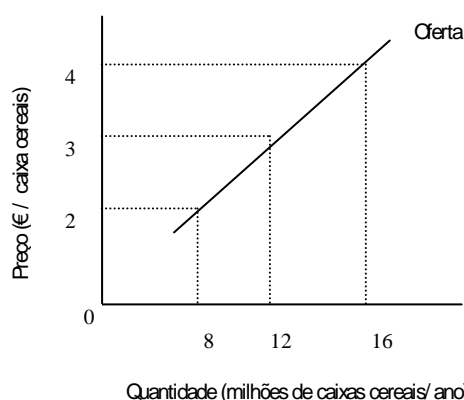


Figura 2.3 – A curva da oferta de cereais

Por que razão a curva da oferta de cereais tem inclinação positiva? Quando o preço dos cereais é baixo - digamos €2 por caixa - apenas aquelas pessoas cujo custo de oportunidade da venda é menor ou igual a esse valor oferecerão cereais para venda. Para a curva da oferta da figura 2.3, a quantidade oferecida ao preço de €2 será de 8 milhões de caixas de cereais por ano. Nesse exemplo, aquela é a quantidade total de cereais oferecidos para venda por pessoas cujo custo de oportunidade é de €2 por caixa, ou menos. No entanto, se o preço unitário subisse acima dos €2, haveria mais vendedores no mercado a tentar vender cereais. Ao preço de €3, por exemplo, a figura anterior mostra que a quantidade oferecida é de 12 milhões por ano, enquanto ao preço de 4€ a quantidade oferecida é de 16 milhões. Quanto mais alto for o preço, mais produtores acham que vale a pena vender cereais.

2.3.1 Determinantes da oferta

A oferta de um bem ou serviço é influenciada pelos seguintes fatores:

Tecnologia. O progresso tecnológico consiste nas alterações que diminuem a



quantidade de fatores necessários para produzir a mesma quantidade de produtos, isto é, produzir mais ao mesmo custo. Portanto, as quantidades que os produtores estão dispostos a oferecer a um determinado preço dependem, em primeiro lugar e antes de mais, dos respetivos custos de produção, mas, por sua vez, estão diretamente relacionados com a tecnologia. Por exemplo, a descoberta de uma armadilha mais eficaz para pescar lagostas poderá reduzir o custo de captura das mesmas, causando um deslocamento para a direita da curva da oferta ou um aumento da oferta.

Preço dos fatores de produção. Os pagamentos que os produtores têm que efetuar pelos seus fatores de produção – mão de obra, capital, etc – constituem outro determinante importante dos custos. Se o preço dos barcos para a pesca de lagostas subir ou se os ordenados pagos aos operários aumentarem, a curva da oferta das lagostas sofre uma deslocação para a esquerda, ou seja, há uma diminuição da oferta. Resumindo, quando os custos de produção de um bem são baixos em relação ao preço de mercado é lucrativo para os produtores oferecerem uma grande quantidade, mas se os custos de produção são elevados em relação ao preço, as empresas produzem pouco, direcionam-se para outros produtos ou podem simplesmente abandonar a atividade.

Preço dos bens relacionados. A oferta também é influenciada pelo preço dos bens que são produtos alternativos do processo de produção. Se o preço de um bem substituto sobe, a oferta do outro substituto diminui. Por exemplo, o fabricante de automóveis, que produz vários modelos, irá dedicar mais tempo à produção do modelo que está a ser mais procurado e com o preço mais elevado.

Número de fornecedores. Quanto mais empresas oferecerem um dado produto, tanto maior será a quantidade oferecida desse produto a um determinado preço. Por exemplo, a curva da oferta de computadores pessoais sofreu uma deslocação acentuada para a direita (aumentou a oferta), à medida que um número crescente de empresas começou a produzi-los.

Expectativas. Os produtores também tomam em consideração as alterações previstas nos preços ao tomarem decisões correntes sobre a produção. Por exemplo, se os produtores de carne esperarem um aumento acentuado no preço da carne, devido a qualquer epidemia suscetível de afetar o gado mais jovem, é provável que retenham a

oferta corrente de gado adulto, a fim de tirar partido de preços futuros mais levados.

Influências especiais. Por exemplo o clima. Para alguns produtos, em especial os agrícolas, a natureza desempenha um papel importante na localização da curva da oferta. Por exemplo, em anos de seca a curva da oferta de muitos produtos alimentares sofre uma deslocação acentuada para a esquerda (a oferta diminui).

2.3.2 Deslocações da oferta

Quando alterações noutros fatores, que não o do preço do próprio bem, afetam a quantidade oferecida, por exemplo diminuição dos custos de produção, designam-se essas alterações por deslocações na oferta, isto é, **variação da oferta**. A oferta aumenta (ou diminui) quando a quantidade oferecida aumenta (ou diminui) para cada preço de mercado. Por exemplo, a figura 2.4 (b) descreve um aumento na oferta, significando que, com qualquer um dos preços, a quantidade oferecida é maior do que antes.

Contudo, é importante não fazer confusão entre deslocação da curva da oferta com movimentos ao longo da curva da oferta, isto é, não confundir **variação da oferta** (deslocação da curva da oferta) com uma **variação da quantidade oferecida** (movimento ao longo da curva). A **variação da quantidade oferecida** quer dizer a alteração na quantidade que as pessoas desejam oferecer que ocorre em resposta a uma alteração do preço. Por exemplo, a figura 2.4(a) descreve um aumento na quantidade oferecida que ocorre em resposta a um aumento do preço do atum.

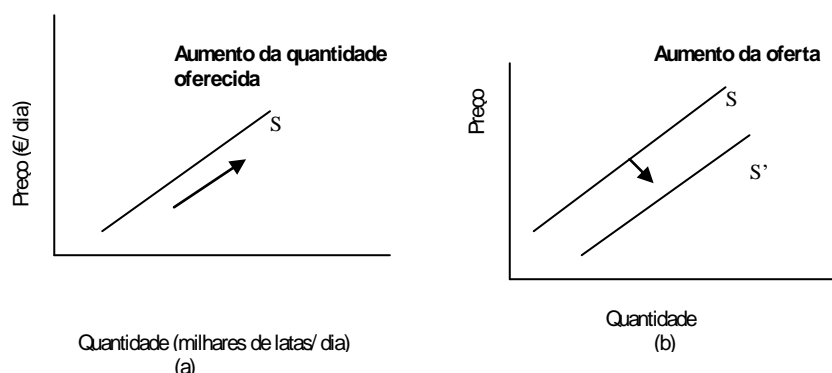


Figura 2.4 – Um aumento da quantidade oferecida versus um aumento da oferta

2.4 Equilíbrio de mercado

O conceito de equilíbrio é empregado, quer nas ciências físicas, quer nas sociais, e tem uma importância primordial na análise económica. Em geral, um sistema está em equilíbrio quando todas as forças que operam dentro do sistema são contrabalançadas umas pelas outras, resultando numa situação estável, equilibrada ou inalterada. Na Física, por exemplo, diz-se que uma bola pendurada por uma mola está em equilíbrio quando a mola se distendeu suficientemente até ao ponto em que a força que exerce para cima sobre a bola seja exatamente contrabalançada pela força que a gravidade exerce para baixo. Em Economia, diz-se que o **equilíbrio de mercado** ocorre no preço a que a quantidade procurada é igual à quantidade oferecida, isto é, nesse equilíbrio não há tendência para o preço subir ou descer. Um mercado está em equilíbrio quando os participantes nesse mercado não têm qualquer razão para alterar o seu comportamento, pelo que não existe qualquer tendência para que a produção ou os preços desse mercado se alterem.

Se se quiser determinar a posição final de uma bola pendurada por uma mola, é necessário encontrar o ponto em que as forças da gravidade e de tensão da mola se contrabalançam e o sistema se encontra em equilíbrio. De forma análoga, se quiser determinar-se o preço a que um determinado bem será vendido (a que se dá o nome de **preço de equilíbrio**) e a quantidade que será vendida (a **quantidade de equilíbrio**), é necessário encontrar o **equilíbrio no mercado** desse bem. As ferramentas básicas para encontrar o equilíbrio num mercado para um determinado bem são as curvas da oferta e da procura para esse bem. O preço de equilíbrio e a quantidade de equilíbrio de um bem são o preço e a quantidade aos quais as curvas da oferta e da procura para esse bem se cruzam. Para as hipotéticas curvas da oferta e da procura de cereais, o preço de equilíbrio será, portanto, de €3, e a quantidade de equilíbrio dos cereais vendidos será 12 milhões de caixas de cereais por ano, tal como se pode ver na figura 2.5.

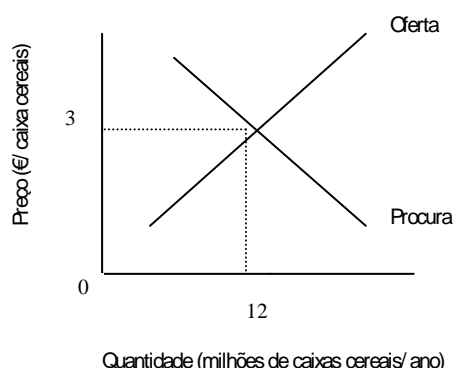


Figura 2.5 – O preço e a quantidade de equilíbrio de caixa de cereais

Note-se que, na figura 2.5, ao preço de equilíbrio de €3 por caixa de cereais, quer os vendedores quer os compradores estão «satisfeitos» no sentido de que: os compradores estão a comprar a quantidade exata que desejam adquirir a esse preço (12 milhões de caixas por ano), e os vendedores estão a vender a quantidade exata que desejam vender (12 milhões de caixas por ano, igualmente). E uma vez que, neste sentido, estão satisfeitos, nem os compradores nem os vendedores têm quaisquer motivos para alterar os seus comportamentos.

Note-se o sentido limitado do termo *satisfeitos* na definição de *equilíbrio de mercado*. Não significa que os vendedores não ficassem satisfeitos por receber um preço mais alto do que o preço de equilíbrio. De igual modo, dizer que os compradores estão satisfeitos com o preço de equilíbrio não significa que estes não ficassem contentes por pagar menos do que o preço de equilíbrio. Mais propriamente, significa apenas que os compradores estão aptos a comprar exatamente a quantidade do bem que pretendem ao preço de equilíbrio.

É igualmente de realçar que se o preço dos cereais fosse qualquer outro, diferente de €3, nem os compradores nem os vendedores estariam satisfeitos. Admita-se, por exemplo, que o preço dos cereais era de 4€, tal como mostra a figura 2.6. A esse preço, os compradores só comprariam 8 milhões de caixas de cereais por ano, mas os vendedores desejariam vender 16 milhões de caixas de cereais por ano. E uma vez que ninguém pode forçar alguém a comprar cereais contra a sua vontade, isto significa que os compradores comprariam só os 8 milhões de caixas que pretendiam. Podemos então verificar que, quando o preço excede o preço de equilíbrio, são os vendedores que acabam por ficar descontentes. Ao preço de 4€ demonstrado neste exemplo, os

vendedores ficam com um excesso de oferta de 8 milhões de caixas de cereais por ano.

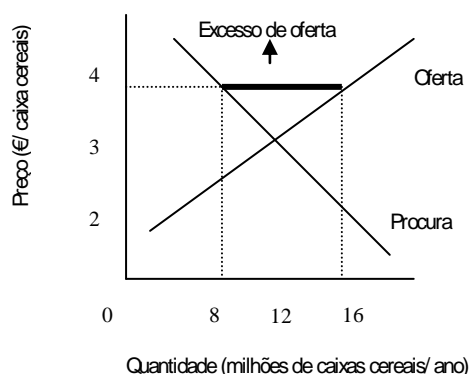


Figura 2.6 – Excesso de oferta

Contrariamente, suponhamos que o preço dos cereais no mercado estava abaixo do preço de equilíbrio, digamos a €2 por unidade. Tal como mostra a figura 2.7, os compradores quererão comprar 16 milhões de caixas de cereais por ano a esse preço, enquanto os vendedores quererão vender só 8 milhões de caixas de cereais. E, uma vez que os vendedores não podem ser forçados a vender cereais contra a sua vontade, desta vez serão os compradores que ficarão descontentes. Neste exemplo, ao preço de €2 teremos uma situação de excesso de procura de 8 milhões de caixas de cereais por ano.

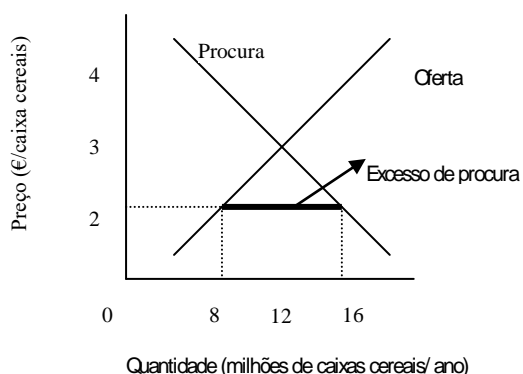


Figura 2.7 – Excesso de procura

Uma característica extraordinária dos mercados privados de bens e serviços é a sua tendência automática de gravitar em torno dos respetivos preços e quantidades de equilíbrio. Os mecanismos através dos quais isto acontece estão implícitos nas defi-



nições de excesso de oferta e de excesso de procura. Suponha-se, por exemplo, que o preço dos cereais no hipotético mercado que se está a considerar era de 4€, levando a um excesso de oferta tal como mostrava a figura 2.6. Devido ao facto de os vendedores se encontrarem insatisfeitos no sentido de quererem vender mais cereais do que os compradores desejam comprar, os vendedores têm a oportunidade de tomar as medidas que lhes aprouver para aumentar as suas vendas. A estratégia mais simples ao seu alcance é a de reduzir ligeiramente os seus preços. No entanto, se um vendedor reduzir o seu preço de 4€ para, digamos, €3,95 por caixa de cereais, atrairá a maioria dos compradores que têm vindo a pagar 4€ por cereais a outros vendedores. Esses vendedores, para recuperar o negócio, terão então a oportunidade de igualar a redução do preço. Note-se, no entanto, que, se todos os vendedores baixarem os seus preços para €3,95, continuará a existir um considerável excesso de oferta no mercado dos cereais. Desta forma, os vendedores continuarão a baixar os seus preços. Esta pressão no sentido da redução dos preços só desaparecerá quando os preços chegarem aos €3.

Contrariamente, admita-se que o preço começa por ser menor do que o preço de equilíbrio, digamos uns €2 por caixa de cereais. Desta vez são os compradores que estão descontentes. Uma pessoa que não pode obter todos os cereais que deseja pelo preço de €2 tem a oportunidade de oferecer um preço mais alto, esperando obter cereais que, de outra forma, seriam vendidos a outros compradores. E os vendedores, pela parte que lhes toca, ficarão extremamente felizes por poderem ir aumentando os preços enquanto existirem filas de compradores insatisfeitos.

A conclusão final é de que o preço tem tendência a gravitar em torno do seu nível de equilíbrio sob condições quer de excesso de oferta quer de excesso de procura. E quando o preço alcança o seu nível de equilíbrio, tanto os compradores como os vendedores ficam satisfeitos no sentido técnico de estarem aptos a comprar ou a vender precisamente as quantidades que escolherem.

2.5 Interpretação das variações no preço e na quantidade

Para as curvas da oferta e da procura que têm as inclinações convencionais (inclinação positiva para as curvas da oferta; inclinação negativa para as da procura), os exemplos seguintes ilustram as quatro regras básicas que regem a forma como os deslocamentos

na oferta e na procura afetam os preços e as quantidades de equilíbrio. Estas regras estão resumidas na figura 2.8.

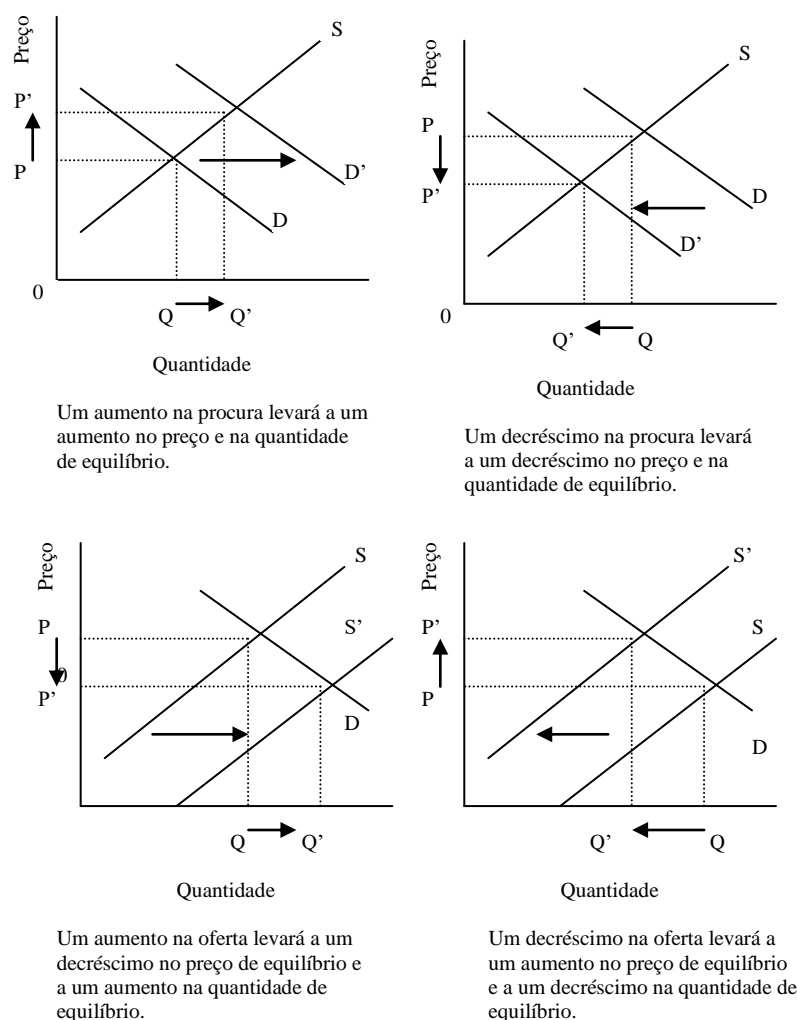


Figura 2.8 – Quatro regras que regem os efeitos dos deslocamentos da oferta e da procura

As regras qualitativas resumidas na figura 2.8 aplicam-se aos deslocamentos da oferta ou da procura de qualquer magnitude, desde que as curvas tenham as suas inclinações convencionais. Mas, tal como mostra o exemplo seguinte, quando as curvas da oferta e da procura se deslocam simultaneamente, a direção na qual o preço ou a quantidade de equilíbrio mudam dependerá da magnitude relativa dos deslocamentos.

De que forma os deslocamentos duplos, da oferta e da procura, afetam as quantidades e os preços de equilíbrio?

O que acontecerá ao preço e à quantidade de equilíbrio do mercado de tiras de milho

frito se ocorrerem os seguintes eventos: (1) a investigação feita apurou que o óleo em que o milho é frito é prejudicial à saúde, e (2) o preço dos tratores usados na colheita de milho diminui?

A descoberta relativa aos efeitos dos óleos na saúde deslocará a procura das tiras de milho para a esquerda, uma vez que muitas das pessoas que as consumiam na crença de que era algo saudável mudarão agora para outro tipo de comida. O declínio no preço dos tratores deslocará a oferta das tiras de milho para a direita, pois mais agricultores julgarão agora ser mais lucrativo entrar no mercado do milho. Na figura 2.9(a) e (b), as curvas iniciais da oferta e da procura são representadas por S e D , enquanto as novas curvas são representadas por S' e D' . Note-se que, em ambas as casos, os deslocamentos levaram a uma diminuição do preço de equilíbrio das tiras de milho.

Note-se igualmente que o efeito dos deslocamentos na quantidade de equilíbrio não pode ser determinado sem se conhecerem as suas magnitudes relativas. Tomados em conta separadamente, o deslocamento da procura resulta num declínio na quantidade de equilíbrio, enquanto o deslocamento da oferta resulta num aumento na quantidade de equilíbrio. O efeito líquido dos dois deslocamentos depende, assim, de saber qual dos efeitos individuais é maior. Na figura 2.9(a), o deslocamento da procura é dominante; logo, a quantidade de equilíbrio diminui. Na figura 2.9(b), o deslocamento da oferta é dominante; logo, a quantidade de equilíbrio aumenta.

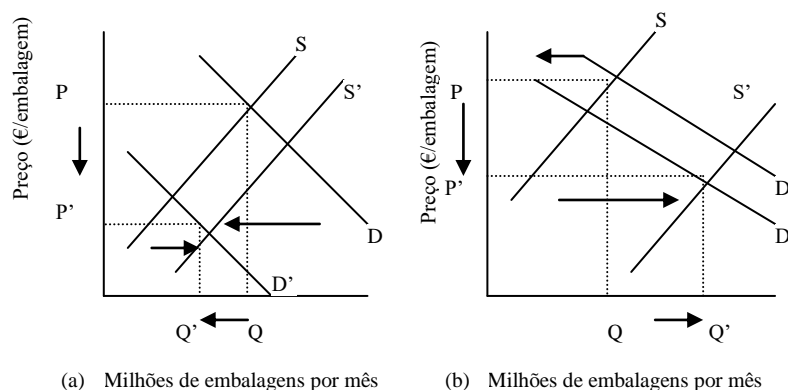


Figura 2.9 – Os efeitos de deslocamentos simultâneos na oferta e na procura

2.6 Utilização do modelo

Como se viu, o modelo da procura e da oferta é um modelo de determinação do preço e das quantidades transacionadas no mercado. A sua utilidade prática, contudo, não é saber qual é o preço que vigora num dado mercado ou quais as quantidades transacionadas nesse mercado. Para esse efeito, a observação direta dos preços praticados ou a consulta das estatísticas produzidas pelos organismos adequados é mais apropriada.

Se a utilidade do modelo não é a determinação dos preços e quantidades que se observam num dado momento, qual é ela então? A utilidade de um modelo como o da oferta e procura reside no facto de este poder ser usado para analisar o que aconteceria no mercado se as condições se alterassem. De seguida apresentam-se alguns exemplos da utilidade deste modelo.

2.6.1 Preços máximos

Considere-se o modelo descrito pela figura 2.10. Neste mercado o preço de equilíbrio é P^* , preço esse ao qual são transacionadas Q^* unidades do produto desse mercado. Admita-se, porém, que o Estado acha que esse preço é excessivamente elevado e decide estabelecer um preço máximo igual a P' . Quais serão as consequências de tal decisão?

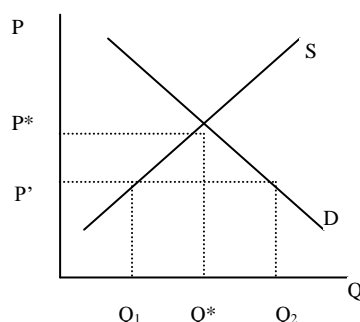


Figura 2.10 – Preços máximos

Aparentemente, a fixação de um preço máximo são boas notícias para os compradores. Com o preço mais baixo os compradores estarão dispostos a comprar maiores quantidades do que se o preço fosse livremente estabelecido no mercado e



mais compradores poderão ser satisfeitos. Contudo, há um pequeno problema. A este preço, os vendedores só quererão vender Q_1 , uma quantidade inferior à quantidade que os compradores desejam comprar, Q_2 .

Quando as Q_1 unidades do bem chegarem ao mercado para serem vendidas ao preço P' , elas não chegarão para satisfazer todos aqueles que desejam adquirir o bem. O resultado vai ser que o produto vai esgotar antes de todas as pessoas que o desejam comprar o tenham adquirido. De cada vez que os pontos de venda forem abastecidos, os produtos desaparecerão rapidamente. Antes do momento de cada abastecimento haverá filas de clientes à porta das lojas e, em vez de pagarem com preços mais elevados, os compradores acabam por pagar com o tempo que perdem nas filas. Obviamente que o problema só se põe se a restrição do preço máximo for ativa, isto é, se o preço máximo for inferior ao preço de mercado.

Exemplos do estabelecimento de preços máximos:

O Estado português sempre teve uma grande apetência por fixar preços máximos, apetência que foi grandemente acentuada no período após 1974. Nessa altura, uma grande quantidade de produtos teve o seu preço fixado pelo Estado. Um desses preços era a taxa de juro.

No início da década de 80 a inflação foi extremamente elevada, tendo chegado a atingir níveis à volta dos 35%. Quer isto dizer que para comprar um bem que no início de um ano custasse 100\$00 seriam necessários em média 135\$00 no início do ano seguinte. Pela mesma ocasião a taxa de juro estava fixada em valores perto dos 30%. Por cada 100\$00 que alguém tomasse emprestado no início de um ano teria que devolver ao banco 130\$00 no início do ano seguinte. É fácil perceber que nestas circunstâncias os bancos não quisessem emprestar dinheiro. Em vez de emprestar dinheiro, seria melhor comprar um bem que pudesse ser revendido um ano mais tarde, realizando desta forma um valor superior.

Os mercados encontram muitas vezes formas de ultrapassar as limitações que o Estado lhes impõe. A solução que os bancos encontraram nessa ocasião para, respeitando a letra da lei, ultrapassar esta situação insustentável foi passar a fazer a chamada "cobrança dos juros à cabeça". O cliente tinha que pagar os juros não no fim, mas no início do prazo do empréstimo. Ou seja, em vez de receber 100\$00 e pagar



130\$00 um ano mais tarde, recebia apenas 70\$00 (100\$00 menos 30\$00 de juros), tendo que devolver 100\$00 no fim do prazo. Ou seja, por cada 70\$00 efetivamente recebido pagava 30\$00 juros o que equivale a uma taxa de juro superior a 42%.

Também muitos produtos alimentares tiveram o seu preço fixado legalmente, havendo penalidades para quem não respeitasse esses limites. Em muitos casos os comerciantes vendiam efetivamente a preços superiores, mas só vendiam a clientes conhecidos que tinham a certeza de não serem fiscais de preços. Outros havia que respeitavam os preços fixados, mas que obrigavam os clientes a comprar outros produtos em que eles não estavam interessados. Por cada quilo de bife, o cliente tinha que comprar também um quilo de carne de cozer, a carne cujo preço estava fixado a níveis superiores àquele que seria o preço de equilíbrio desse mercado.

Outro exemplo de fixação de preços, este anterior a 1974, é o congelamento das rendas de casa. Inicialmente adotado com o objetivo de proteger os inquilinos, os preços congelados tiveram como efeito fazer desaparecer o mercado de arrendamento de habitação e levaram à degradação de muitos prédios de habitação. Uma vez estabelecidas, as rendas das habitações não podiam ser alteradas. Com a inflação que grassou durante as décadas de 70 e 80, as rendas de casa caíram para níveis irrisórios. Adicionalmente, foram criados limites ao montante em que as rendas podiam ser aumentadas relativamente ao contrato anterior, quando se estabelecia um novo contrato.

Dada a natureza continuada da relação de arrendamento, não era fácil ao mercado encontrar formas de ultrapassar estas restrições legais. No entanto, algumas práticas surgiram, que tentavam minorar o efeito destas restrições. Uma destas foi a prática de exigir indemnizações compensatórias no momento da realização do contrato. Como os contratos não podiam ser denunciados nem as rendas livremente fixadas, nos poucos casos em que os senhorios faziam novos contratos, passou a ser prática exigir, para além da renda mensal, o pagamento uma quantia inicial: o chamado pagamento pela chave.

Apesar destas práticas, o resultado do congelamento de rendas foi que grande parte dos proprietários deixaram de pôr no mercado casas que iam ficando livres, tendo passado a ser praticamente impossível encontrar uma casa para arrendar.

Adicionalmente, os proprietários deixaram de ter interesse em efetuar a conservação dos seus prédios (e em muitos casos de ter posses para o fazer). As casas degradaram-se substancialmente, tendo havido prédios que chegaram a cair por falta de obras de manutenção.

2.6.2 Preços mínimos

Os preços mínimos não são um fenómeno muito diferente dos preços máximos. Se o Estado decidir fixar um preço mínimo P' superior ao preço de equilíbrio P^* uma situação semelhante à descrita para o caso da fixação de preços máximos sucederá. Na figura 2.11, ao preço P' , os vendedores quererão vender Q_2 , mas a este preço só haverá compradores para Q_1 unidades do bem. Se o problema fosse deixado ao mercado, a concorrência entre vendedores levaria à redução de preço. Se tal redução for ilegal, surgirão situações de excesso de produção ou de vendedores que querem vender o seu produto e não encontram comprador.

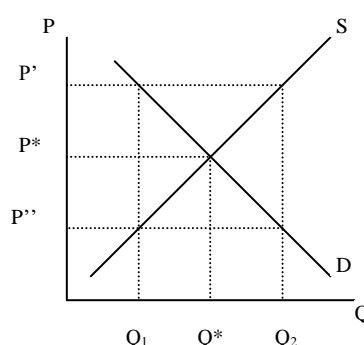


Figura 2.11 – Preços mínimos

Exemplos do estabelecimento de preços mínimos:

Salário mínimo:

Uma situação em que os vendedores não encontram comprador para o produto devido à fixação de preços mínimos ocorre no mercado de trabalho com a imposição de salários mínimos. O salário é o preço do mercado de trabalho e a quantidade é o número de trabalhadores ou de horas de trabalho contratadas. A procura no mercado de trabalho é constituída pelas empresas e a curva da procura relaciona o número de trabalhadores ou de horas de trabalho que as empresas querem contratar para cada



nível de salário. O lado da oferta é constituído pelas famílias. A curva da oferta relaciona o número de horas que os indivíduos estão dispostos a trabalhar para cada nível de salário.

A existência de um salário mínimo P' superior ao salário que equilibra o mercado P^* faz com que existam pessoas que, estando dispostas a trabalhar pelo salário mínimo, não encontram emprego a esse salário. Deixando o salário ser determinado no mercado, este tipo de desemprego não existiria, em parte porque mais empresas estariam dispostas a contratar pessoas ao salário P^* do que o estão ao salário P' ($Q^* > Q_1$) e em parte porque menos pessoas estariam interessadas em trabalhar a esse salário ($Q^* < Q_2$). Em Portugal o desemprego devido ao salário mínimo não é possivelmente maior porque existem muitos mecanismos que permitem às empresas pagar salários inferiores ao mínimo, nomeadamente quando se trata de jovens e aprendizes.

Preços mínimos garantidos:

Outra situação de preços mínimos ocorre tipicamente com a fixação de preços mínimos garantidos na agricultura. Aqui a questão é que, para garantir um determinado rendimento aos agricultores, o Estado se compromete a comprar as produções agrícolas a um determinado preço, nos casos em que o preço de mercado for inferior a este preço.

A situação não é no fundo muito diferente da descrita atrás. Ao preço P' os agricultores produzem Q_2 , enquanto o mercado só absorve Q_1 a esse preço. Este tipo de política obriga a que o Estado destrua parte da produção que compra $Q_2 - Q_1$ ou que subsidie o consumo vendendo a um preço P'' muito inferior ao preço garantido de compra P' (figura 2.11).

Em consequência de uma política de preços mínimos à produção agrícola, a União Europeia debateu-se, no início da década de oitenta, com problemas que vieram a ser conhecidos pelos nomes de "o lago do vinho", o "lago do leite" e a "montanha da manteiga". A União Europeia comprava as produções de vinho, leite e manteiga a preços muito superiores aos preços de mercado e viu-se posteriormente a braços com o problema de deter grandes reservas destes produtos a que não sabia o que fazer.



3. A PROCURA INDIVIDUAL E DE MERCADO

Depois de se ter analisado, de uma forma genérica, o modelo da procura e da oferta, neste capítulo estuda-se mais aprofundadamente a procura dos consumidores. A procura é um dos aspetos mais importantes da economia da empresa dado que uma empresa não sobreviverá se não existir uma procura suficiente para os seus produtos. Por outras palavras, uma empresa pode ter as técnicas de produção mais eficientes e uma equipa de gestão eficaz, mas sem existir uma procura para o seu produto que seja suficiente para cobrir pelo menos todos os custos de produção e venda no longo prazo, a empresa não poderá, simplesmente, sobreviver. Na verdade, muitas empresas abandonam a atividade/negócio pouco tempo depois de serem criadas porque as suas expectativas de uma procura suficiente para os seus produtos não se verificaram, mesmo com uma grande campanha publicitária. Também é frequente assistir-se ao fecho de empresas previamente bem estabelecidas e lucrativas como resultado de os consumidores passarem a dirigir as suas aquisições para outras empresas ou produtos. A procura é, então, essencial para a criação, sobrevivência e rendibilidade de uma empresa.

3.1 A procura individual de um produto

Na economia da empresa o interesse principal reside na procura de um produto que dada empresa defronta. Esta depende da dimensão do mercado total ou da procura da indústria desse produto, que por sua vez corresponde ao somatório das procuras desse produto pelos consumidores individuais presentes nesse mercado. Assim, começa-se por examinar a teoria da procura do consumidor em ordem a compreender a procura de mercado, da qual depende a procura que determinada empresa enfrenta. A análise é geral e refere-se praticamente a qualquer produto (bem ou serviço).

A procura de um produto resulta da vontade e da capacidade de um consumidor em adquirir esse produto. A teoria da procura do consumidor postula que a quantidade procurada de um produto depende do preço desse produto, do rendimento do consumidor, do preço dos produtos relacionados (isto é, substitutos ou

complementares) e dos gostos/preferências dos consumidores. Em termos formais, pode exprimir-se isto como:

$$Q_{Dx} = f(P_x, P^*, Y, G)$$

onde Q_{Dx} corresponde à quantidade procurada do produto x por um indivíduo por período de tempo (por exemplo, ano, mês, semana ou dia), P_x é o preço unitário do produto x , P^* é o preço dos produtos relacionados, Y é o rendimento do consumidor e G refere-se aos gostos ou preferências do consumidor.

Mesmo um gestor menos sofisticado teve já ocasião de observar que quando a empresa aumenta o preço de um produto, as vendas, em geral, diminuem. Da mesma forma, sabe que a empresa iria vender provavelmente mais unidades do bem se diminuísse o seu preço. Assim, é de esperar uma relação inversa entre a quantidade procurada de um produto e o seu preço. Ou seja, quando o preço sobe a quantidade procurada diminui e quando o preço diminui a quantidade procurada aumenta.

Por outro lado, quando o rendimento de um consumidor aumenta, este adquire, geralmente, maiores quantidades da maior parte dos bens (por exemplo, sapatos, bifes, viagens, educação, automóveis, casa). Estes são conhecidos por bens normais. Existem alguns bens e serviços, contudo, que os consumidores adquirem menos à medida que o rendimento aumenta. Por exemplo, quando o rendimento de um consumidor aumenta, este tende a adquirir menos *hamburgers* e cachorros uma vez que pode agora adquirir bifes ou outro tipo de comida de maior qualidade. Este tipo de bens é conhecido por bens inferiores para os consumidores. Uma vez que a maior parte dos bens e serviços são normais, no estudo que se segue lidar-se-á sobretudo com este tipo de bens.

A quantidade procurada de um produto por um indivíduo depende, também, do preço de outros produtos relacionados com este. Um indivíduo irá comprar mais de um bem se o preço de um bem substituto aumentar ou se o preço de um bem complementar diminuir. Por exemplo, um consumidor comprará mais café se o preço do chá (um substituto para o café) aumentar ou se o preço do açúcar (um complemento do café) diminuir (dado que o preço de uma chávena de café com açúcar passa a ser menor).

Ainda mais importante, a quantidade de um produto que um indivíduo adquire depende dos seus gostos ou preferências. Por exemplo, o consumidor típico de hoje tende a adquirir mais carne magra do que no passado dada a maior preocupação atual com o colesterol no sangue e o excesso de peso corporal.

Com o propósito de análise, é muitas vezes útil examinar apenas a relação entre a quantidade procurada de um produto por unidade de tempo e o preço desse produto (isto é, independentemente dos outros fatores que afetam a procura – *ceteris paribus*). Isto pode ser conseguido assumindo, por um momento, que o rendimento do consumidor, o preço dos produtos relacionados, e as preferências se mantêm inalteradas. A relação inversa entre preço e a quantidade procurada de um produto por unidade de tempo é, então, a escala de procura de um produto por um indivíduo e a representação gráfica desta (com o preço no eixo vertical e a quantidade no eixo horizontal¹) dá a correspondente curva da procura individual.

Por exemplo, a tabela 3.1 representa um exemplo hipotético muito simples de uma escala de procura individual e a figura 3.1 mostra a correspondente curva de procura individual (D_x).

Preço do produto X por unidade (P_x)	€ 2	€ 1	€ 0.50
Quantidade procurada de X por período de tempo (Q_{Dx})	1	3	4

Tabela 3.1 – Escala de procura de um indivíduo para o produto X

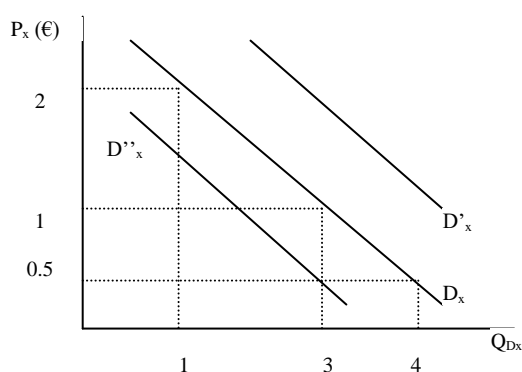


Figura 3.1 – A curva de procura individual para o produto X

¹ Note-se que, por convenção, a quantidade por unidade de tempo (a variável dependente) em vez do preço (a variável independente) é representada no eixo horizontal.



A tabela 3.1 e a figura 3.1 mostram que a um preço de € 2 por unidade um indivíduo adquire 1 unidade do bem x por unidade de tempo. A um preço de € 1, o indivíduo compra 3 unidades de x , e a $P_x = € 0.5$, $Q_{Dx} = 4$. Note-se que a curva da procura do indivíduo, D_x na figura 3.1, é negativamente inclinada, indicando que uma pessoa adquire mais de um bem por unidade de tempo a preços mais baixos (mantendo constante o rendimento, o preço dos bens relacionados e os gostos). A relação inversa entre o preço do bem e a quantidade procurada por unidade de tempo designa-se por **lei da procura**.

A razão para esta relação inversa não é difícil de encontrar. Quando o preço do bem X diminui, a quantidade procurada deste bem por um indivíduo aumenta dado que este passa a consumir mais do bem X e menos dos outros bens (os quais se tornaram relativamente mais caros). Este comportamento corresponde ao chamado efeito de substituição. Adicionalmente, quando o preço de um produto diminui, um consumidor pode comprar mais unidades desse produto com um dado rendimento monetário (por outras palavras, o seu rendimento real aumentou). Isto é o designado efeito rendimento. Assim, uma diminuição em P_x leva a um aumento em Q_{Dx} (daí que D_x seja negativamente inclinada) por causa do efeito substituição e do efeito rendimento.

Se qualquer um dos outros determinantes da procura mantidos constantes ao desenhar-se a curva da procura se alterar, toda a curva da procura se altera. A curva da procura individual desloca-se para cima e para a direita (de modo que o indivíduo procura mais desse produto para cada nível de preço desse produto) se o rendimento do consumidor aumentar, se o preço de um produto substituto aumentar ou se o preço de um produto complementar diminuir, e se a preferência do indivíduo por esse produto aumentar. Estas alterações conduziriam a uma curva da procura como, por exemplo, D'_x , na figura 3.1. Se as alterações fossem no sentido oposto, D_x deslocava-se para D''_x , por exemplo.

Para claramente se distinguir entre um movimento ao longo de uma dada curva da procura (como resultado de uma alteração no preço desse produto) de uma alteração na procura (como resultado de uma alteração no rendimento, preço dos bens relacionados ou gostos), referir-se-á a primeira como uma variação da quantidade

procurada e a segunda como variação da procura, como foi explicado no capítulo anterior.

3.2 Da procura individual à procura de mercado

A curva da procura de mercado de um produto é, simplesmente, a soma horizontal das curvas de procura de todos os consumidores nesse mercado. Por exemplo, na figura 3.2, a curva da procura de mercado do produto x é obtida através da soma horizontal da curva da procura do indivíduo 1 (D_1) e do indivíduo 2 (D_2), no pressuposto de que estes são os dois únicos consumidores neste mercado. Assim, ao preço $P_x = 1$, a quantidade procurada neste mercado de 5 unidades do bem x é a soma das 3 unidades de x procuradas pelo indivíduo 1 e das duas unidades de x procuradas pelo indivíduo 2.

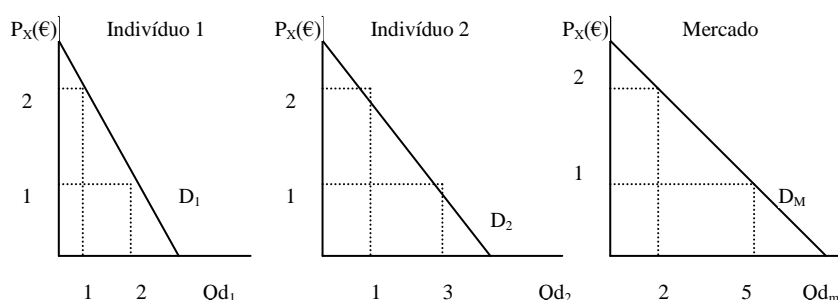


Figura 3.2 – Das curvas de procura individuais à curva de procura de mercado

A curva de procura de mercado de um produto mostra as várias quantidades desse produto procuradas no mercado por unidade de tempo (Q_{Dx}) a vários preços alternativos desse produto, mantendo tudo o resto constante. A curva de procura do mercado de um produto é negativamente inclinada, indicando que o preço e a quantidade estão inversamente relacionados. Os fatores mantidos constantes quando se constrói a curva da procura de mercado de um produto são: o número de consumidores existentes nesse mercado (N); o rendimento dos consumidores (Y); o preço dos produtos relacionados (P^*) e os gostos (G). Uma alteração em qualquer um destes fatores irá causar um deslocamento da curva da procura de mercado desse produto na mesma direção (e como resultado) da alteração nas curvas de procura



individuais. Assim, pode-se exprimir a função da procura de mercado geral do produto X como:

$$Q_{DX} = f(P_x, N, Y, P^*, G).$$

3.3 A procura que uma empresa enfrenta

Dado que a análise da empresa é central à economia da empresa, o interesse primeiro prende-se com a procura de um produto que uma empresa enfrenta. A procura de um produto que uma determinada empresa enfrenta depende da dimensão da procura de mercado ou da indústria desse bem, da forma na qual a indústria está organizada e do número de empresas nessa indústria.

Se a empresa for a única produtora de um bem para o qual não existe um bom substituto, a empresa corresponde à própria indústria e enfrenta a procura de mercado ou da indústria desse bem. Ou seja, a empresa é monopolista. Os monopólios são raros no mundo real e, quando isto acontece, é geralmente o resultado de uma concessão do governo, a qual é acompanhada por regulamentação governamental. Exemplos disto são as empresas locais de telefones, a eletricidade, os transportes públicos, entre outras.

No extremo oposto da organização do mercado está a concorrência perfeita. Aqui existe um grande número de empresas que produzem um bem homogéneo (idêntico) e cada empresa é demasiado pequena para afetar o preço desse bem pelas suas próprias ações. Neste caso, cada empresa é uma *price-taker* (tomadora do preço) e enfrenta uma curva da procura desse bem horizontal (isto é, a empresa pode vender qualquer quantidade do bem sem afetar o seu preço). Esta forma de organização de mercado é, também, muito rara.

A grande maioria das empresas que operam nos países industrializados atua entre estes dois extremos, em formas de organização de mercado conhecidas por oligopólio e concorrência monopolística.

No oligopólio, existem apenas algumas empresas na indústria, produzindo ou um bem homogéneo/padronizado (por exemplo: cimento, aço e químicos) ou um produto



heterogéneo ou diferenciado (por exemplo: automóveis, cigarros e bebidas não alcoólicas). A característica mais marcante do oligopólio é a interdependência existente entre as empresas dessa indústria. Dado que existe um pequeno número de empresas nessa indústria, o comportamento de cada empresa no que concerne às políticas de preços, à publicidade e outras ações afetam grandemente as outras empresas dessa indústria e suscitam imitações e retaliações. Esta forma de organização de mercado é muito comum no setor produtivo da economia, onde a eficiência requer que as operações de produção ocorram em grande escala.

A outra forma muito comum de organização de mercado é a concorrência monopolística. Aqui, existem muitas empresas a venderem um produto heterogéneo ou diferenciado. Como o nome indicia, a concorrência monopolística tem elementos das duas formas de organização extremas: concorrência perfeita e monopólio. O elemento concorrencial resulta do facto de existirem muitas empresas no mercado. O elemento do monopólio advém do facto de o produto de cada empresa ser algo diferente do produto das outras empresas. Assim, a empresa tem algum grau de controlo sobre o preço que cobra (isto é, a empresa enfrenta uma curva da procura negativamente inclinada). No entanto, dado que os produtos das muitas outras empresas nessa indústria são muito semelhantes, o grau de controlo que uma empresa tem sobre o preço do produto que vende é muito limitado. Por outras palavras, cada empresa defronta uma curva da procura que, embora negativamente inclinada, é muito achatada, de modo que cada aumento no preço levaria a uma grande diminuição nas vendas. Esta forma de organização de mercado é muito comum no setor dos serviços de uma economia – testemunhe-se o elevado número de estações de serviço e barbearias numa dada área, cada uma vendendo um produto ou serviço semelhante mas não idêntico.

Feitas estas considerações, pode agora identificar-se os fatores mais importantes que determinam a procura de um produto com que se defronta uma empresa. Em todas as formas de organização do mercado, exceto a concorrência perfeita, a empresa enfrenta uma curva da procura do bem que vende negativamente inclinada e esta curva da procura varia com alterações no número de consumidores no mercado, com o rendimento dos consumidores, com o preço dos bens relacionados, com os gostos dos



consumidores assim como com alterações em outros fatores mais específicos que possam afetar a procura da empresa no seu mercado ou indústria.

Estes outros fatores podem ser as expectativas quanto aos preços, o nível de publicidade ou outros esforços promocionais feitos pela empresa, a política de preços e publicidade efetuadas pelas outras empresas dessa indústria (especialmente no oligopólio), a disponibilidade de crédito, entre outros. A curva da procura de um produto que uma empresa enfrenta alterar-se-á para a direita (de modo que as vendas da empresa aumentam a um dado preço) se os consumidores esperarem que os preços aumentem no futuro, se a empresa montou uma campanha publicitária bem sucedida, ou se a empresa introduz ou aumenta incentivos de crédito para estimular as aquisições dos seus produtos. Por outro lado, a curva da procura que a empresa enfrenta deslocar-se-á para a esquerda se os consumidores anteciparem uma diminuição dos preços no futuro, ou se os concorrentes reduzirem os seus preços, implementarem uma boa campanha publicitária ou introduzirem facilidades de crédito.

A procura de um produto de uma empresa depende, também, do tipo de produto que a empresa vende. Se uma empresa vende bens duráveis (tais como automóveis, máquinas de lavar roupa, frigoríficos, mobílias, entre outros) que fornecem serviços não apenas no ano em que foram adquiridos mas, também, nos anos subsequentes ou que podem ser armazenados, enfrentará, geralmente, uma procura mais volátil ou instável do que uma empresa que venda bens não duráveis. A razão para isto é que os consumidores podem usar os seus automóveis, máquinas de lavar roupa, frigoríficos, mobílias mais algum tempo aumentando as suas despesas com manutenções e reparações e podem adiar a aquisição de uma nova unidade até que a economia melhore e os seus rendimentos aumentem ou que incentivos de crédito se tornem disponíveis. Os consumidores podem, também, reduzir as suas existências de bens armazenáveis. Quando a economia melhorar ou os incentivos de crédito forem introduzidos, a procura de bens duráveis pode então aumentar (isto é, deslocar-se para a direita) substancialmente.

Pode especificar-se a forma linear da função procura que uma empresa enfrenta como:

$$Q_x = a_0 + a_1P_x + a_2N + a_3Y + a_4P^* + a_5G + \dots$$



As variáveis têm o mesmo significado que anteriormente. Os a 's representam os coeficientes a serem estimados pela regressão linear, que é a técnica mais usada para estimar a procura. Aqui apenas examinamos o significado e a utilização dos coeficientes estimados (os a 's). As reticências na equação referem-se aos outros determinantes da procura que são específicos a uma empresa numa dada indústria e que só podem ser identificados por um conhecimento profundo dessa empresa ou indústria em particular.

A procura com que uma empresa se defronta irá determinar depois o tipo e a quantidade de recursos ou fatores de produção que a empresa irá adquirir ou contratar em ordem a satisfazer a procura dos bens e serviços que vende. Dado que a procura pelos recursos que a empresa utiliza depende da procura dos bens e serviços que vende, a procura da empresa por recursos é uma procura derivada. Quanto maior for a procura pelos bens e serviços que a empresa produz e vende, maior será a procura da empresa pelos recursos ou fatores de produção, que são necessários para produzir os bens e serviços.

Em jeito de conclusão, é importante salientar que quando se fala de procura é necessário identificar, claramente, que conceito/tipo de procura se está a utilizar. Na verdade, existem várias procuras. Existe a procura de um produto por um indivíduo, a procura de mercado de um produto, a procura de um produto que uma empresa defronta e a procura derivada da empresa pelos recursos que necessita para produzir os bens finais.

3.4 Elasticidade preço da procura

A resposta da quantidade procurada de um produto a uma variação do seu preço é muito importante para uma empresa. Por vezes, a diminuição do preço do produto faz aumentar as vendas o suficiente para que a receita total aumente. Noutras, a redução do preço do produto faz diminuir as receitas totais da empresa. Ao afetar as vendas, a política de preços de uma empresa afeta, também, os seus custos de produção e, por isso, a sua rentabilidade.

A **elasticidade preço da procura** mede o grau de resposta da quantidade procurada de um produto a uma alteração do seu preço, isto é, pode ser medida pelo inverso do declive da curva da procura (por $\Delta Q/\Delta P$). A desvantagem é que $\Delta Q/\Delta P$ é expresso em termos da unidade de medida que se está a utilizar. Assim, apenas pelo facto de se alterar os preços de euros para cêntimos iria alterar o valor de $\Delta Q/\Delta P$ em cem vezes. Para além disso, comparações entre alterações na quantidade e alterações no preço para vários produtos não teria significado. De forma a evitar estes problemas, usa-se o conceito de elasticidade preço da procura.

A elasticidade preço da procura de um produto é uma medida do grau de resposta da quantidade procurada daquele produto a alterações no seu preço. Formalmente, a elasticidade preço da procura (E_D) corresponde ao quociente entre a variação percentual na quantidade procurada de um produto e a variação percentual no seu preço, mantendo constante todas as outras variáveis na função procura. Isto é,

$$E_D = (\Delta Q/Q) / (\Delta P/P) = (\Delta Q/\Delta P) \times (P/Q)$$

onde ΔQ e ΔP se referem à variação na quantidade procurada e à variação no preço, respetivamente. Note-se que: (a) o inverso do declive da curva da procura ($\Delta Q/\Delta P$) é uma componente, mas só uma componente, da fórmula da elasticidade; e (b) o valor de ($\Delta Q/\Delta P$) é negativo porque o preço e a quantidade se movimentam em direções opostas.

Por exemplo, para a curva da procura de mercado D_x na figura 3.3, $\Delta Q/\Delta P = -100/€1$ em todos os pontos de D_x (dado que D_x é linear), de modo que a elasticidade preço no ponto B é igual a:

$$E_D = (\Delta Q/\Delta P) \times (P/Q) = (-100/€1) \times (€5/100) = -5$$

Isto significa que a quantidade procurada diminui em 5% por cada aumento de 1% no preço, mantendo constantes todas as outras variáveis na função procura. No ponto C na D_x , $E_D = -2$; no ponto F, $E_D = -1$; no ponto G, $E_D = -0.5$; e no ponto H, $E_D = -0.2^2$. Note-se que no ponto J, $E_D = 0$, enquanto no ponto A, $E_D = -\infty$. Assim, constata-se que E_D pode variar entre 0 e $-\infty$.

² Muitas vezes é reportado o valor absoluto de E_D (isto é, $|E_D|$). Isto não cria qualquer dificuldade desde que não se esqueça que o preço e a quantidade procurada se movem em direções opostas ao longo da curva da procura.

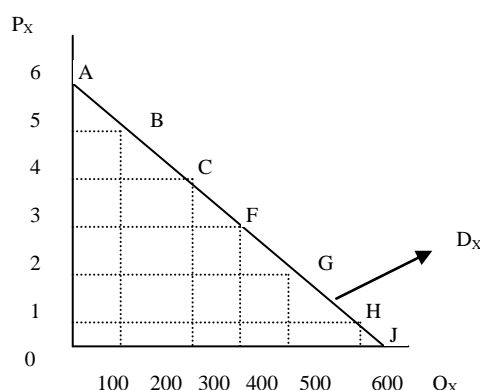
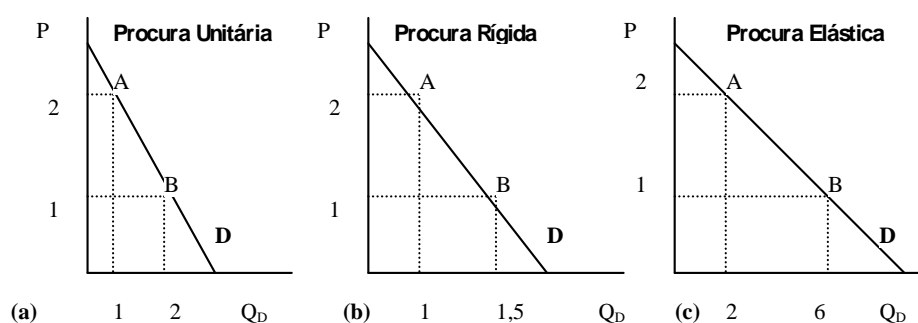


Figura 3.3 – Elasticidade preço da procura

Como os cálculos acima mostram, a elasticidade preço da procura é, geralmente, diferente, em pontos diferentes da curva da procura³. Para uma curva da procura linear, como D_x na figura 3.3, verifica-se as seguintes situações: (1) E_D tem um valor absoluto maior do que 1 acima do ponto médio geométrico, isto é, quando uma variação de 1% no preço corresponde uma variação superior a 1% na quantidade procurada, diz-se que a **procura é elástica**; (2) E_D é igual a 1 no ponto médio geométrico, isto é, a percentagem da variação da quantidade é exatamente a mesma da percentagem da variação do preço, aumento de 1% no preço leva a uma diminuição da procura em 1%, a **procura é unitária** e (3) E_D é inferior a 1 abaixo do ponto médio, isto é, uma variação de 1% no preço corresponde a uma variação inferior a 1% na quantidade procurada (a **procura é rígida ou inelástica**).

Também é possível determinar elasticidades preço da procura graficamente. A figura 3.4 ilustra os três casos de elasticidades. Em cada caso o preço é reduzido para metade e os consumidores variam a sua quantidade de A para B.



³ Dado que o declive e o seu inverso são constantes para uma curva da procura linear, mas P e Q variam em diferentes pontos na curva da procura, E_D varia em diferentes pontos da curva da procura.

Figura 3.4 – As categorias da elasticidade preço da procura

Na figura 3.4 (a), a duplicação da quantidade procurada é exatamente igual à redução para metade do preço, estamos perante uma situação de procura unitária. Na figura 3.4 (b), a redução para metade do preço levou a um aumento de apenas 50% na quantidade procurada, pelo que este é o caso de uma procura rígida. Na figura 3.4. (c), a redução para metade do preço fez triplicar a quantidade procurada, o que mostra uma procura elástica em relação ao preço.

A figura 3.5 apresenta os casos extremos em que as procuras são infinitas ou nulas, ou totalmente elásticas ou totalmente rígidas. Procuras totalmente rígidas, ou com elasticidade preço da procura igual a zero, são aquelas em que a quantidade procurada não tem qualquer resposta a variações de preço – a uma tal procura corresponde uma curva da procura vertical (D). Pelo contrário, quando a procura é infinitamente elástica, uma ligeira variação no preço levará a uma variação infinitamente grande da quantidade procurada, tal como na curva da procura horizontal (D') da figura seguinte.

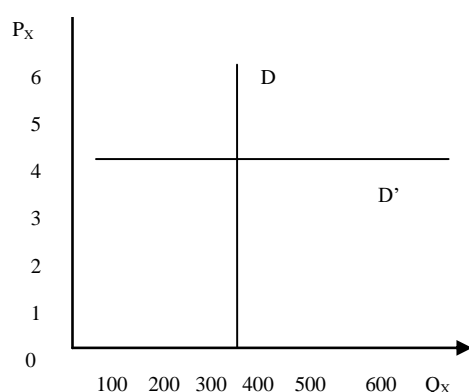


Figura 3.5 – Procuras totalmente elástica e totalmente rígida

Apesar de se ter estado a analisar a elasticidade preço da curva da procura de mercado de um produto, o conceito aplica-se igualmente às curvas de procura individuais e da empresa. Em geral, a elasticidade preço da curva de procura que uma empresa enfrenta é maior (em valor absoluto) do que a elasticidade preço da correspondente curva da procura de mercado dado que a empresa confronta-se com a concorrência de

produtos similares de empresas rivais, enquanto existem poucos, se algum, substitutos para o produto de uma indústria em particular.

3.4.1 Elasticidade preço da procura e Receita Total

Existe uma importante relação entre a elasticidade preço da procura e a receita total. A receita total (RT) é igual ao preço (P) vezes a quantidade (Q). Isto é,

$$RT = P \times Q$$

Com uma diminuição do preço, a receita total aumenta se a procura for elástica ($|E_D| > 1$); a RT mantém-se inalterada se a procura for elástica unitária ($|E_D| = 1$); e a RT diminui se a procura for inelástica ($|E_D| < 1$).

A razão para isto é que se a procura for elástica, uma diminuição do preço gera um aumento proporcionalmente maior na quantidade procurada, de modo que a receita total aumenta. Quando a procura é unitária, uma diminuição do preço leva a um aumento igualmente proporcional na quantidade procurada, de modo que a receita se mantém inalterada. Finalmente, se a procura é inelástica (ou rígida) uma diminuição no preço gera um aumento proporcionalmente menor na quantidade procurada, de modo que a receita total da empresa diminui.

Dado que uma curva de procura linear é elástica acima do ponto médio, unitária no ponto médio e rígida abaixo do ponto médio, uma redução no preço leva a um aumento da RT desde a interseção vertical até ao ponto médio da curva da procura (onde a RT é máxima) e a uma diminuição a partir daí.

Por exemplo, admita-se uma empresa que é monopolista e, portanto, enfrenta a curva da procura de mercado do produto X mostrado na figura 3.3. A escala da procura de mercado que a empresa enfrenta é, então, a dada nas duas primeiras colunas da tabela 3.2. A elasticidade preço da procura para vários preços é dada na coluna 3. A receita total da empresa é dada na coluna 4 e é obtida multiplicando o preço pela quantidade.

(1) P	(2) Q	(3) E_P	(4) $RT = P \times Q$
€ 6	0	$-\infty$	0
€ 5	100	- 5	500
€ 4	200	- 2	800

€ 3	300	- 1	900
€ 2	400	- ½	800
€ 1	500	- 1/5	500
€ 0	600	0	0

Tabela 3.2 – Elasticidade preço, receita total e receita marginal

3.4.2 Fatores que afetam a elasticidade preço da procura

Quais os fatores que determinam a dimensão da elasticidade preço da procura de um produto? Para responder a esta questão, será útil relembrar as discussões anteriores a propósito dos efeitos de substituição e rendimento, que sugerem um papel fulcral para os seguintes fatores.

Possibilidades de substituição. A dimensão da elasticidade preço da procura tenderá a ser mais elevada para produtos para os quais substitutos (ou sucedâneos) próximos estejam facilmente disponíveis. Por exemplo, a procura de açúcar é mais elástica do que a procura de sal, dado que existem mais e melhores substitutos para o açúcar (por exemplo: mel, sacarina) do que para o sal. Assim, o mesmo aumento percentual no preço do açúcar e do sal gerará uma redução percentual maior por período de tempo na quantidade procurada de açúcar do que de sal.

Em geral, quanto mais restrita for a definição de um produto, maior é a sua elasticidade preço da procura porque existirá um maior número de substitutos. Por exemplo, a elasticidade preço da procura da Coca-Cola é muito maior do que a elasticidade preço da procura dos refrigerantes em geral e ainda maior do que a elasticidade preço da procura de todas as bebidas não alcoólicas.

Tempo. A elasticidade preço da procura é também maior quanto maior for o período de tempo que os consumidores têm para responder a variações nos preços dos produtos. A razão é que, geralmente, demora tempo até os consumidores se inteirarem acerca dos substitutos disponíveis e adaptarem as suas aquisições às variações nos preços. Por exemplo, durante o período imediatamente a seguir ao forte aumento dos preços dos combustíveis em 1974, a elasticidade preço da procura de gasolina era muito baixa. Ao longo de um período de vários anos, contudo, a redução na quantidade procurada de gasolina foi muito maior (isto é, a elasticidade preço de longo prazo da procura de combustíveis era muito maior) do que no curto prazo à medida que os consumidores substituíram os seus carros que consumiam muito por

carros mais eficientes no consumo de gasolina, reduziram as suas viagens diárias através de combinações com outras pessoas, e começaram a utilizar mais transportes públicos, entre outras medidas. Assim, para uma dada variação do preço, a resposta da quantidade procurada é provavelmente muito maior no longo prazo do que no curto prazo e, desse modo, a elasticidade preço da procura é provavelmente muito maior no longo prazo do que no curto prazo.

Peso no orçamento. Quanto maior for o peso relativo do produto na despesa total, mais importante será o efeito rendimento de uma alteração no preço. Bens como o sal, pensos rápidos, papel, porta-chaves e muitos outros, representam quotas tão pequenas das despesas totais que, para a maior parte das pessoas, o efeito rendimento de uma variação no seu preço é provavelmente desprezível. Pelo contrário, o efeito rendimento de uma variação no preço de bens como a habitação e ensino superior será sem dúvida significativo. Em geral, quanto menor for a quota na despesa total de um bem, menos elástica será a procura respetiva.

3.5 Elasticidade rendimento da procura

O nível do rendimento dos consumidores é, também, um determinante importante da procura. Pode medir-se o grau de resposta da procura de um produto a uma alteração no rendimento de um consumidor através da **elasticidade rendimento da procura** (E_Y). Esta corresponde ao quociente entre a variação percentual na procura de um produto e a variação percentual no rendimento, mantendo constantes todas as outras variáveis na função procura, incluindo o preço. Isto é,

$$E_Y = (\Delta Q/Q) / (\Delta Y/Y) = (\Delta Q/\Delta Y) \times (Y/Q)$$

onde ΔQ e ΔY se referem à variação na quantidade e à variação no rendimento, respetivamente.

Para a generalidade dos produtos, um aumento do rendimento leva a um aumento na procura do produto (isto é, $\Delta Q/\Delta Y$ é positivo), de modo que E_Y é, também, positiva. Como salientado anteriormente, estes são designados **bens normais**. Dentro desta categoria, podem distinguir-se, ainda, duas subcategorias. Uma corresponde ao caso em que a elasticidade rendimento da procura de determinado bem está compreendida entre 0 e 1. Neste caso o bem designa-se **de necessidade**. A outra subcategoria



corresponde ao caso em que a elasticidade rendimento da procura de determinado bem é superior a 1. Neste caso o bem designa-se **de luxo**.

Existem, no entanto, produtos para os quais os consumidores adquirem menos à medida que o seu rendimento aumenta. Para estes, $\Delta Q/\Delta Y$ e E_Y são negativos. Estes são designados **bens inferiores**. A procura destes bens diminui à medida que o rendimento dos consumidores aumenta uma vez que estes podem, agora, adquirir produtos mais caros.

Refira-se que a elasticidade rendimento da procura não é uma medida de aplicação tão objetiva e precisa como a elasticidade preço da procura. Por um lado, podem ser usados diferentes conceitos de rendimento para medir a elasticidade rendimento (por exemplo: produto interno bruto, rendimento nacional, rendimento pessoal, rendimento disponível, etc.). Por outro lado, um bem pode ser considerado normal para alguns indivíduos num determinado escalão de rendimento e inferior para outros indivíduos noutra escalão de rendimento. Apesar de tudo, o conceito de elasticidade rendimento é muito útil para uma empresa na estimação e previsão da procura global do produto que vende num mercado particular e para um intervalo específico de rendimentos dos consumidores.

Um uso importante da elasticidade rendimento da procura é na previsão da alteração na procura de um produto que uma empresa vende sob diferentes condições económicas. A procura de um produto com uma elasticidade rendimento baixa não será muito afetada (isto é, não irá flutuar acentuadamente) como resultado de uma expansão económica ou de uma recessão. Pelo contrário, a procura de um bem de luxo, como por exemplo umas férias nas Caraíbas, irá aumentar muito quando se verifica um período de expansão económica e irá baixar acentuadamente quando a economia entrar em recessão.

Embora relativamente protegida de variações nas condições económicas, uma empresa que vende bens de necessidade pode querer melhorar (*upgrade*) os seus produtos para poderem partilhar/beneficiar do aumento do rendimento na economia ao longo do tempo. O conhecimento da elasticidade rendimento da procura é, também, importante para uma empresa na identificação mais precisa do mercado para o seu produto (que tipo de consumidores comprarão com maior probabilidade o

produto) e na determinação dos meios mais adequados para as suas campanhas publicitárias de forma a atingir o segmento alvo de mercado.

3.6 Elasticidade cruzada da procura

A procura de um produto depende, também, do preço dos produtos relacionados (isto é, substitutos ou complementares). Por exemplo, se o preço do chá aumenta, a procura de café aumenta (isto é, a curva da procura de café desloca-se para a direita e mais café é procurado a cada nível de preço inicial) à medida que os consumidores substituem chá por café. Por outro lado, se o preço do açúcar (um complemento do café) aumenta, a procura de café diminui (desloca-se para a esquerda de modo que menos café é procurado para cada preço) porque o preço de uma chávena de café com açúcar é agora mais elevado.

Pode medir-se o grau de resposta da procura de um bem A em relação a uma alteração no preço do bem B com a elasticidade cruzada da procura (E_{AB}). Esta corresponde ao quociente entre a variação percentual na procura do bem A e a variação percentual no preço do bem B , mantendo constantes todas as outras variáveis na função procura, incluindo o rendimento e o preço do bem A . Isto é,

$$E_{AB} = (\Delta Q_A / Q_A) / (\Delta P_B / P_B) = (\Delta Q_A / \Delta P_B) \times (P_B / Q_A)$$

onde ΔQ_A e ΔP_B se referem à variação na quantidade do bem A e à variação no preço do bem B , respetivamente.

Se o valor de E_{AB} for positivo, os bens A e B são **substitutos** dado que um aumento em P_B leva a um aumento de Q_A , à medida que B é substituído por A . Exemplos de bens substitutos são o café e o chá, café e cacau, manteiga e margarina, *hamburguers* e *hot-dogs*, Super-Bock e Sagres, eletricidade e gás, entre outros.

Por outro lado, se E_{AB} for negativo, os bens A e B dizem-se **complementares** uma vez que um aumento em P_B gera uma redução em Q_B e Q_A . Exemplos de bens complementares são o café e o açúcar, café e natas, *hot-dogs* e mostarda, carros e gasolina, entre outros.



O valor absoluto de E_{AB} mede o grau de substituíbilidade ou complementaridade entre os bens A e B . Por exemplo, se a elasticidade cruzada da procura entre o café e o chá for maior do que a entre o café e o cacau, isto significa que o chá é um melhor substituto para o café do que o cacau.

Finalmente, se E_{AB} está próximo de zero, A e B são bens independentes. Isto pode ser o caso, por exemplo, de livros e cerveja, carros e doces, e lápis e batatas.

A elasticidade cruzada da procura é um conceito muito importante na tomada de decisão empresarial. As empresas usam muitas vezes este conceito para medir o efeito de uma alteração no preço de um produto que vendem sobre a procura de outros produtos relacionados que a empresa também vende. Por exemplo, o grupo *Volkswagen* pode usar a elasticidade cruzada da procura para medir o efeito de uma alteração do preço dos carros *Volkswagen* sobre a procura de carros *Seat*. Dado que os *Volkswagen* e os *Seat* são substitutos, uma redução do preço dos primeiros gera uma diminuição da procura dos segundos.

Uma elasticidade cruzada da procura positiva elevada é muitas vezes usada para definir uma indústria dado que indica que os vários produtos são muito semelhantes. Por exemplo, a elasticidade cruzada da procura entre os *Volkswagen* e os *Seat* é positiva e muito elevada e, por isso, pertencem à mesma indústria (automóvel).

Este conceito é muitas vezes usado pelos tribunais para chegar a uma decisão nos casos de leis antimonopólio. Por exemplo, no conhecido “caso celofane”, a empresa *DuPont* foi acusada de monopolizar o mercado do celofane. Em sua defesa, a *DuPont* argumentou que o celofane é apenas um de muitos materiais flexíveis de embalagem que inclui o celofane, papel encerado, e folha de alumínio, entre outros. Baseada na elevada elasticidade cruzada da procura entre o celofane e estes outros materiais, a *DuPont* argumentou com sucesso que o mercado relevante não era o do celofane, mas o dos produtos de embalagem flexíveis. Dado que a *DuPont* tinha menos de vinte por cento deste mercado, os tribunais concluíram em 1953 que a *DuPont* não tinha monopolizado o mercado.



3.7 A utilização das elasticidades na tomada de decisão nas empresas

A análise dos fatores ou variáveis que afetam a procura e estimativas fiáveis dos seus efeitos quantitativos nas vendas são essenciais para uma empresa tomar as melhores decisões operacionais e no planeamento do seu crescimento futuro. Algumas das forças que afetam a procura estão sob o controlo da empresa enquanto outras não. Uma empresa pode geralmente fixar o preço do produto que vende e decidir sobre o nível das suas despesas em publicidade, qualidade do produto, serviço ao consumidor, mas não tem controlo sobre o nível e o crescimento do rendimento dos consumidores, sobre as expectativas de preços dos consumidores, sobre as decisões de preços dos concorrentes, e sobre as despesas dos concorrentes em publicidade, qualidade do produto e serviço ao cliente.

Uma empresa pode estimar a elasticidade da procura em relação a todos os fatores ou variáveis que afetam a procura do produto que a empresa vende. A empresa necessita destas estimativas da elasticidade em ordem a determinar as políticas operacionais ótimas e a forma mais eficaz de responder às políticas dos seus concorrentes. Por exemplo, se a procura do produto é rígida ou inelástica em relação ao preço, a empresa não iria querer diminuir o seu preço dado que isso iria reduzir a sua receita total, por isso, iria obter menores lucros. Igualmente, se a elasticidade das vendas da empresa em relação à publicidade for positiva e mais elevada do que para as suas despesas em qualidade do produto e serviço ao cliente, então a empresa poderá querer concentrar os seus esforços de venda na publicidade em vez de na qualidade do produto e do serviço ao cliente.

A elasticidade das vendas da empresa em relação às variáveis fora do seu controlo é, também, crucial para a empresa de forma a responder eficazmente às políticas dos seus concorrentes e para um melhor planeamento das suas estratégias de crescimento. Por exemplo, se a empresa estimou que a elasticidade cruzada da procura do seu produto em relação ao preço do produto de um seu concorrente é muito elevada, a empresa será rápida a responder a uma redução de preço do seu concorrente; de outra forma, a empresa perderia grande parte das suas vendas. No entanto, a empresa poderia pensar duas vezes antes de baixar o seu preço num caso desses com medo de iniciar uma guerra de preços. Para além disso, se a elasticidade rendimento da procura



do produto da empresa for muito baixa, a gestão desta sabe que a empresa não irá beneficiar muito de rendimentos em crescimento e pode decidir melhorar a qualidade do seu produto ou mover-se para novas linhas de produto com uma elasticidade rendimento mais elevada.

Em conclusão, uma empresa deve primeiro identificar todas as variáveis importantes que afetam a procura dos bens que vende. Depois, a empresa deve obter estimativas fiáveis do efeito marginal de uma alteração em cada uma dessas variáveis sobre a procura. A empresa vai usar esta informação para estimar a elasticidade da procura do produto que vende em relação a cada uma das variáveis na sua função procura. Aquelas são essenciais para decisões de gestão ótimas no curto prazo e no planeamento do crescimento a longo prazo.

Veja-se o seguinte exemplo hipotético. A empresa Cafezeira, Lda comercializa a marca de café *X* e estimou, através da análise de regressão, a seguinte função da procura da sua marca de café:

$$Q_X = 1.5 - 3.0P_X + 0.8Y + 2.0P_Z - 0.6P_S + 1.2A.$$

onde,

Q_X = vendas do café da marca *X* em Portugal em milhões de quilos por ano;

P_X = preço do café da marca *X* em euros por quilo;

Y = rendimento pessoal disponível em biliões de euros por ano;

P_Z = preço de uma marca concorrente de café em euros por quilo.

P_S = preço do açúcar em euros por quilo;

A = despesas em publicidade para a marca *X*, em centenas de milhar de euros por ano.

Admita-se, também, que este ano, $P_X = € 2$; $Y = € 2.5$, $P_Z = € 1.8$, $P_S = € 0.50$ e $A = €$

1. Substituindo estes valores na equação acima, obtém-se:

$$Q_X = 1.5 - 3(2) + 0.8(2.5) + 2(1.80) - 0.6(0.50) + 1.2(1) = 2$$

Assim, este ano a firma iria vender 2 milhões de quilos de café da marca *X*.

A empresa pode usar a informação acima para obter a elasticidade da procura do café da marca X em relação ao seu preço, ao rendimento, ao preço da marca de café concorrente Z , ao preço do açúcar e à publicidade. Assim,

$$E_D = -3(2/2) = |-3| = 3;$$

$$E_Y = 0.8(2.5/2) = 1;$$

$$E_{XZ} = 2(1.8/2) = 1.8;$$

$$E_{XS} = -0.6(0.50/2) = -0.15;$$

$$E_A = 1.2(1/2) = 0.6.$$

A empresa pode, em seguida, usar estas elasticidades para prever a procura para a sua marca de café no próximo ano. Por exemplo, admita-se que no próximo ano a empresa tenciona aumentar o preço da sua marca de café em 5% e as suas despesas de publicidade em 12%. Admita-se, também, que a empresa espera que o rendimento pessoal disponível aumente 4%, P_Z aumente 7%, e P_S diminua 8%. Usando o nível das vendas (Q_S) de 2 milhões de quilos deste ano, as elasticidades calculadas acima, as políticas que a empresa tenciona implementar no próximo ano, e as expectativas da empresa acerca das alterações nas outras variáveis dadas acima, a empresa pode determinar as suas vendas no próximo ano como segue:

$$\begin{aligned} Q'_X &= Q_X + Q_X(\Delta P_X/P_X)E_P + Q_X(\Delta Y/Y)E_Y + Q_X(\Delta P_Z/P_Z)E_{XZ} + Q_X(\Delta P_S/P_S)E_{XS} \\ &\quad + Q_X(\Delta A/A)E_A \\ &= 2 + 2(5\%)(-3) + 2(4\%)(1) + 2(7\%)(1.8) + 2(-8\%)(-0.15) + 2(12\%)(0.6) \\ &= 2 + 2(0.05)(-3) + 2(0.04)(1) + 2(0.07)(1.8) + 2(-0.08)(-0.15) + 2(0.12)(0.6) \\ &= 2.2 \text{ ou } 2.200.000 \text{ quilos} \end{aligned}$$

A empresa Cafezeira, Lda. poderia usar, também, esta informação para determinar que poderia vender 2 milhões de quilos da sua marca de café no próximo ano (o mesmo que este ano) aumentando o seu preço em 8.33% em vez de 5% (se tudo o resto se mantivesse igual). O aumento extra de 3.33% em P_X resultaria em $2(0.033)(-3) = -0.198$, ou 198.000 quilos a menos vendidos de café do que os 2.2 milhões de quilos previstos para o próximo ano com um aumento de P_X de apenas 5%.



4. TEORIA DA PRODUÇÃO

No capítulo anterior relacionado com a teoria da procura, admitia-se a existência de um determinado conjunto de bens e serviços. Nos próximos dois capítulos a atenção centrar-se-á nas decisões económicas subjacentes ao lado da oferta.

Neste capítulo, o objetivo é descrever as possibilidades de produção disponíveis no mercado, dada a tecnologia e a dotação de recursos naturais. Pretende saber-se como varia o produto com a utilização de fatores produtivos tanto no curto prazo como no longo prazo. As respostas a estas questões estabelecerão o enquadramento necessário para descrever, no próximo capítulo, a forma como as empresas escolhem entre métodos tecnológicos alternativos para produzirem um determinado nível de produto.

4.1 Função Produção

Existem várias formas de definir produção. Uma delas identifica a produção como qualquer atividade que produza utilidade no presente ou no futuro. A produção pode, da mesma forma, ser descrita como o processo que transforma fatores produtivos em produtos⁴. (As duas definições são equivalentes, pois produto é algo que cria utilidade presente ou futura.) Por exemplo, a IBM contrata trabalhadores, utiliza máquinas e equipamentos e adquire matérias-primas de forma a serem produzidos computadores nas suas fábricas.

A produção de uma empresa pode ser um produto final (e.g. computador pessoal) ou um produto intermédio (e.g. semicondutores que são utilizados na produção dos computadores e em outros produtos). Por outro lado, a produção de uma empresa pode ser um serviço em vez de um bem. Exemplos de serviços são a educação, medicina, banca, comunicações, transportes, entre outros.

Os fatores de produção são os recursos (ou *inputs*) usados na produção de bens e serviços. Tradicionalmente, os economistas incluem nos fatores de produção a terra (ou recursos naturais), o trabalho (por exemplo, motoristas de autocarros, operários de linhas de montagem, contabilistas, advogados, médicos, cientistas, e outros) e o

⁴ A expressão produto deve ser entendida como estando a referir-se a um bem ou serviço que está a ser produzido.

capital (por exemplo, instalações fabris, máquinas-ferramentas, equipamento, veículos, armazéns, lojas, e outros).

A **função produção** é a relação através da qual os fatores produtivos são combinados para produzir produtos. Esta função pode ser representada esquematicamente através do diagrama da figura 4.1.

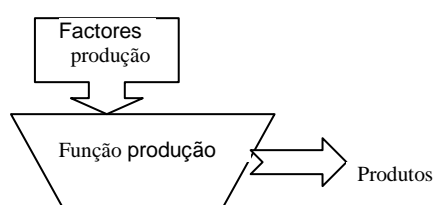


Figura 4.1 – A função produção.

Os fatores de produção entram na caixa, e da mesma sai o produto. A caixa incorpora implicitamente o estágio presente da tecnologia, a qual tem sido melhorada de uma forma contínua através dos tempos. Por conseguinte, uma determinada combinação de fatores produtivos terá como resultado um maior nível de produto hoje do que há vinte anos atrás.

Contudo, existe outra forma de descrever a função produção que consiste em representá-la sob a forma de uma equação matemática. Admita-se que o processo de produção utiliza dois fatores produtivos, o capital (K) e o trabalho (L), para produzir Q unidade de produto. A relação entre K, L, e Q pode ser representada da forma seguinte:

$$Q = f(K, L)$$

onde f é a função matemática que descreve o processo representado na Figura 4.1. Esta função é uma simples regra que nos diz quantas unidades de Q se obtêm quando se utilizam determinadas quantidades de K e L. A título de exemplo, suponha que a função de produção se refere a refeições e é dada pela equação $f(K,L) = 2KL$, onde K

é medido em equipamento-horas por semana⁵, L é medido em pessoa-horas por semana, e o produto é medido em refeições por semana. Por exemplo, 2 equipamento-horas/semana combinado com 3 pessoa-horas/semana dará como resultado $2 \times 2 \times 3 = 12$ refeições/semana, neste caso particular. A relação entre K, L, e o produto semanal de refeições para a função de produção $Q = 2KL$ encontra-se descrita na Tabela 4.1.

	Trabalho (pessoa-horas/semana)					
Capital (equipamento- horas/semana)		1	2	3	4	5
	1	2	4	6	8	10
	2	4	8	12	16	20
	3	6	12	18	24	30
	4	8	16	24	32	40
	5	10	20	30	40	50

Tabela 4.1 – A função de produção $Q = 2KL$

4.2 Fatores de produção fixos e variáveis

A função produção diz-nos como o produto varia quando alguns ou todos os fatores de produção forem alterados. Na prática, existem muitos processos de produção nos quais as quantidades de pelo menos alguns dos fatores de produção não podem ser alteradas rapidamente. A transmissão de um programa de música clássica em FM é um desses processos. Para o executar, é necessário equipamento eletrónico complexo, bem como uma vasta discografia e uma potente torre de emissão. Os discos de vinil e os discos compactos podem ser adquiridos nalgumas horas. Contudo, a aquisição do equipamento adequado para o lançamento da nova estação pode demorar semanas. Da mesma forma, pode demorar meses ou mesmo anos a adquirir o local adequado e construir uma nova torre de transmissão.

O **longo prazo** para um determinado processo de produção é definido pelo menor período de tempo necessário para alterar os montantes de todos os fatores de produção. Um fator de produção cuja quantidade pode ser alterada livremente é denominado fator de produção variável. Um fator de produção cuja quantidade não pode ser alterada - exceto talvez com custos proibitivos - num determinado período de tempo é denominado fator de produção fixo em relação a esse período de tempo. Por

⁵ Neste caso, 1 frigideira-hora/semana é uma frigideira utilizada por 1 hora no decorrer de uma semana. Assim, uma frigideira que seja utilizada durante 8 horas/dia todos os dias de uma semana de trabalho de 5 dias, dará 40 frigideiras-hora/semana do fator produtivo capital.

definição, no longo prazo, todos os fatores produtivos são fatores produtivos variáveis. Contrariamente, o **curto prazo** é definido como o período durante o qual um ou mais fatores de produção não podem ser alterados. No exemplo do programa de música clássica, os discos de vinil e os discos compactos são fatores produtivos variáveis no curto prazo, mas a torre de emissão é um fator produtivo fixo. Contudo, se passar o tempo suficiente, este fator produtivo pode transformar-se num fator produtivo variável.

4.3 Produção no Curto Prazo

Considere outra vez o processo de produção descrito pela equação $Q = f(K, L) = 2KL$, a função produção com dois fatores produtivos descrita na Tabela 4.1. Considere também que se está preocupado com a produção no curto prazo - neste caso, um período de tempo durante o qual o fator de produção trabalho é variável, mas em que o fator de produção capital é fixo com o valor $K = K_0 = 1$. Com o capital constante, o produto é uma função de um único fator produtivo variável; isto é, o trabalho: $f(K, L) = 2K_0L = 2L$. Isto significa que a função produção pode ser representada num plano, como na figura 4.2. Para esta $f(K, L)$ em particular, a função de produção no curto prazo é uma linha reta através da origem cujo declive é 2 vezes o valor fixo de K : assim, $\Delta Q / \Delta L = 2K_0$.

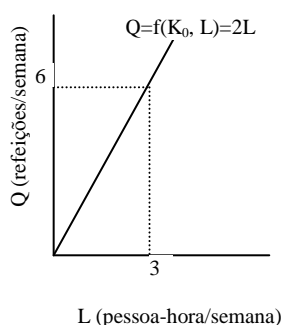


Figura 4.2 – A função produção no curto prazo

No entanto, os gráficos das funções produção no curto prazo nem sempre são linhas retas. A função produção no curto prazo apresentada na figura 4.3 possui várias características que se encontram frequentemente nas funções produção observadas na realidade. Em primeiro lugar, passa pela origem, o que significa que não se produzem



quantidades positivas se não utilizarmos quantidades positivas do fator de produção variável. Segundo, a adição de mais uma unidade de fator de produção variável às unidades iniciais aumenta o produto a uma taxa crescente: o aumento de 1 para 2 unidades rende 10 unidades adicionais de produto, enquanto se aumentarmos o trabalho de 2 para 3 unidades o produto aumenta em 13 unidades. Finalmente, a função apresentada na figura 4.3 possui a característica de que, a partir de um determinado ponto ($L = 4$ no diagrama), se se aumentar o número de unidades do fator de produção variável, serão obtidos aumentos cada vez menores de produto. Por conseguinte, o aumento de 5 para 6 unidades de trabalho resulta em 14 unidades adicionais de produto, enquanto um aumento de 6 para 7 unidades de trabalho apenas resulta em 9 unidades adicionais de produto. Para algumas funções produção, a quantidade de produto pode eventualmente diminuir com o aumento de unidades do fator de produção variável, a partir de um determinado ponto, como acontece neste caso para $L > 8$. Com um montante limitado de capital para operar, o número de trabalhadores pode eventualmente levar a um congestionamento, isto é, dar origem a que eles se comecem a «atropelar».

Esta última característica relativa à função produção no curto prazo é designada por **lei dos rendimentos decrescentes**. Apesar de não ser também uma característica universal das funções produção no curto prazo, é bastante comum. A lei dos rendimentos decrescentes é um fenómeno no curto prazo. Formalmente, pode ser definida como:

Se forem adicionados montantes iguais de fator produtivo variável e todos os outros fatores produtivos forem mantidos constantes, os aumentos de produto resultantes poderão, eventualmente, diminuir.

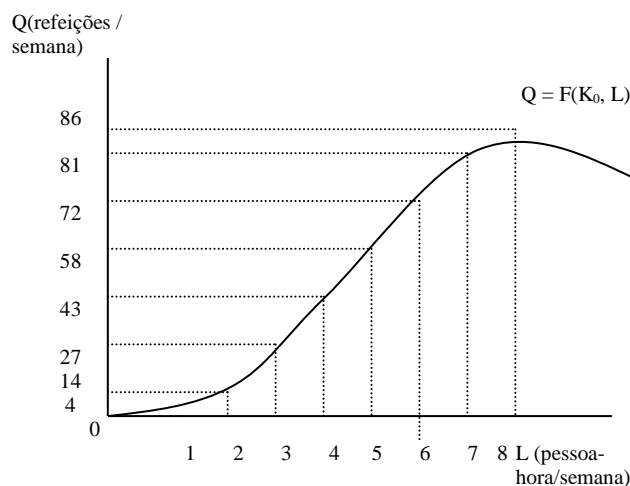


Figura 4.3 – Outra função de produção no curto prazo

4.3.1 Produtos total, marginal e médio

A função produção no curto prazo, como a da figura 4.3, é frequentemente designada por curva de **produto total**. Estas relacionam o montante total de produto com a quantidade de fator de produção variável. Também de interesse em muitas aplicações é o **produto marginal** de um fator de produção variável. Este tipo de produto é definido como a alteração no produto total que ocorre como resposta a uma alteração unitária no fator de produção variável (com todos os outros fatores de produção constantes).

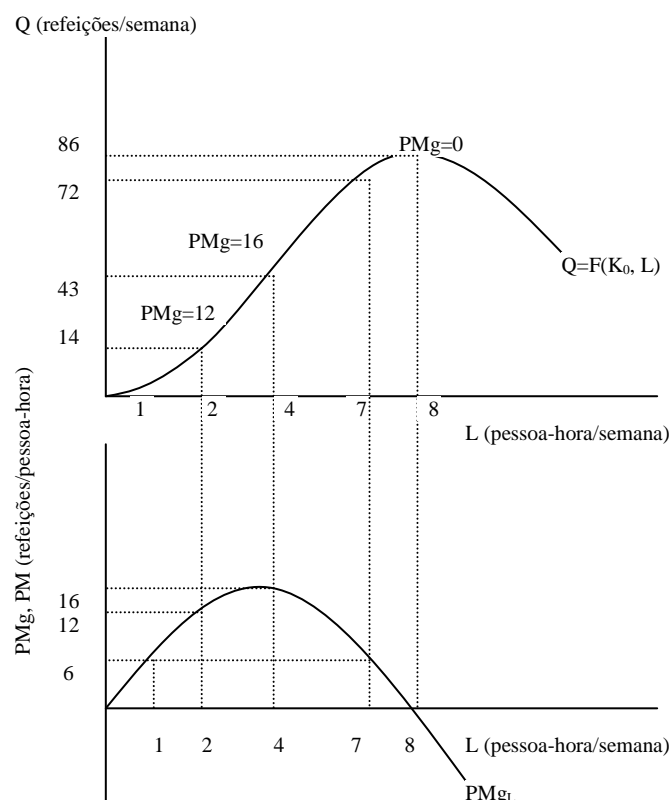


Figura 4.4 – O produto marginal de um fator produtivo variável

Um gestor ao tentar decidir se deve despedir ou contratar outro trabalhador tem um interesse óbvio em saber qual é a produtividade marginal do trabalho.

Formalmente, se ΔL indica uma pequena alteração no fator de produção variável e ΔQ indica a alteração resultante no produto, a produtividade marginal de L, designada por $PMgL$ é definida como:

$$PMgL = \Delta Q / \Delta L$$

Geometricamente, a produtividade marginal em qualquer ponto é simplesmente o declive da curva do produto total nesse ponto, tal como apresentado no diagrama superior da figura 4.4. Por exemplo, a produtividade marginal do trabalho, quando $L=2$, é $PMgL=2 = 12$. Da mesma forma, $PMgL=4 = 16$ e $PMgL=7 = 6$ para a curva de produto total apresentada na figura 4.4. Finalmente, note que $PMgL$ é negativa para valores de L superiores a 8.

A curva da produtividade marginal é ilustrada no diagrama inferior da figura 4.4. Repare que, inicialmente, aumenta até atingir o máximo para $L = 4$ e que a partir de então começa a diminuir, até que, finalmente, se torna negativa para valores de L

superiores a 8. No diagrama, note que o ponto máximo na curva de produtividade marginal corresponde ao ponto de inflexão da curva de produto total, isto é, ao ponto em que a curvatura passa de convexa (crescente a uma taxa crescente) a côncava (crescente a uma taxa decrescente). Note também que a curva de produtividade marginal atinge zero para o valor de L para o qual a curva de produto total atinge o seu máximo.

A importância do conceito de produtividade marginal reside no facto de as decisões relativas à gestão de uma empresa surgirem mais naturalmente sobre a forma de decisões relativas a variações. Deveremos contratar mais um engenheiro ou mais um contabilista? Deveremos reduzir o número de trabalhadores na manutenção? Deveremos instalar outra máquina fotocopiadora? Deveremos alugar outro camião para entregas?

Para responder a estas perguntas de uma forma inteligente, deve comparar-se o benefício da variação em questão com o respetivo custo. O conceito de produtividade marginal desempenha um papel essencial no cálculo dos benefícios quando se altera o nível de um dos fatores produtivos. Analisando a figura 4.4, podem identificar-se um conjunto de níveis para o fator produtivo variável que um gestor racional nunca empregaria. Em particular, enquanto o trabalho tiver um salário positivo, esse gestor nunca quererá empregar mais uma unidade de um fator de produção variável na região onde a sua produtividade marginal é negativa ($L > 8$ na figura 4.4). Da mesma forma, aquele nunca empregaria mais uma unidade de um fator de produção variável para além do ponto onde a curva de produto total atinge o seu valor máximo.

A produtividade média de um fator de produção variável é definida como o produto total dividido pela quantidade desse fator produtivo. Designando a produtividade média de um fator produtivo variável por PM_L , tem-se que:

$$PM_L = Q / L$$

Geometricamente, a produtividade média é o declive da linha que une a origem ao ponto correspondente na curva de produto total. No diagrama superior da figura 4.5 estão desenhadas três linhas deste tipo, R_1 , R_2 e R_3 , na curva de produto total. O produto médio no ponto $L = 2$ é o declive de R_1 , que é $14/2 = 7$. Note que R_2 interceta a curva de produto total em dois pontos - primeiro, logo acima de $L = 4$ e, depois,

logo acima de $L = 8$. Consequentemente, as produtividades médias para estes dois valores de L serão as mesmas - em particular, o declive de R_2 , que é $43/4 = 86/8 = 10,75$. A linha R_3 interceta a curva de produto total num único ponto, logo acima de $L = 6$. A produtividade média de $L = 6$ é então o declive de R_3 , $72/6 = 12$.

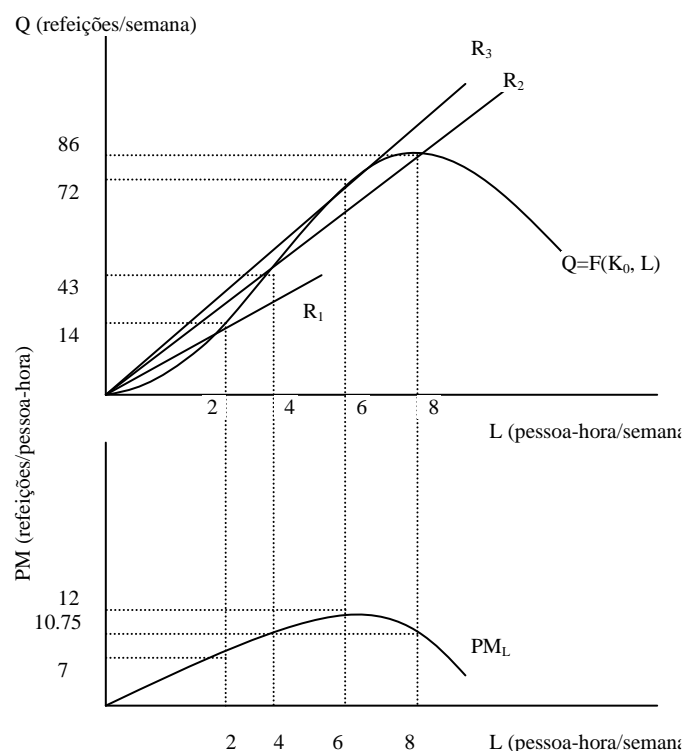


Figura 4.5 – A curva da produtividade média

4.3.2 A relação entre as curvas de produtos total, marginal e médio

Devido à forma como são definidos os produtos total, marginal e médio, existem relações bem definidas entre eles. O diagrama superior da figura 4.6 apresenta uma curva de produto total e três dos raios cujos declives definem o produto médio do fator produtivo variável. O raio com maior declive, R_3 , é tangente à curva de produto total em $L = 6$. O seu declive, $72/6 = 12$, é a produtividade média do trabalho em $L = 6$. A produtividade marginal do trabalho em $L = 6$ é definida pelo declive da curva de produto total em $L = 6$, que é exatamente o declive de R_3 , dado que R_3 é tangente à curva de produto total. Assim, $PM_{L=6} = PM_{g_{L=6}}$, tal como está ilustrado no diagrama inferior, pelo facto de a curva PM_L intercetar a curva PM_{g_L} para $L = 6$.

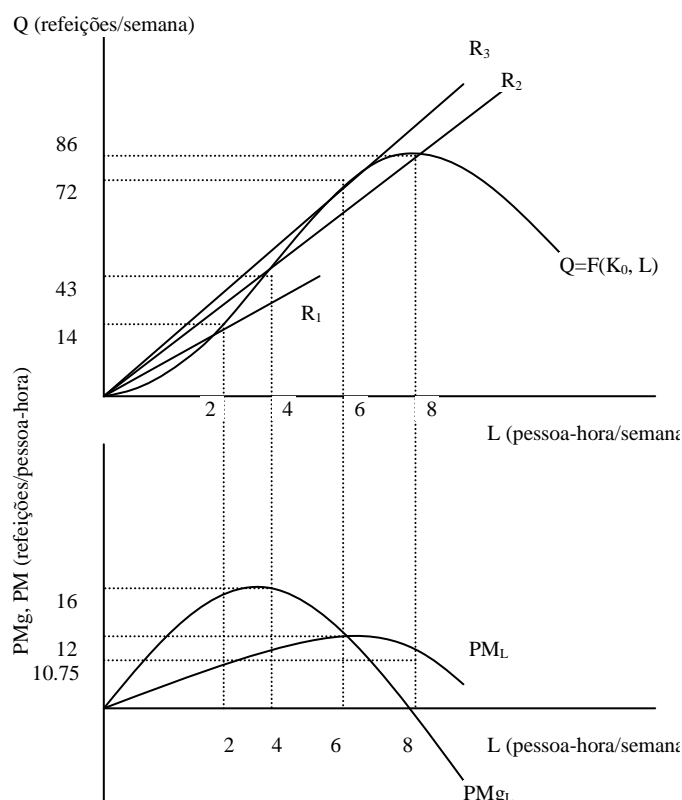


Figura 4.6 – Curvas do produto total, marginal e médio

Para valores de L menores que 6, note-se que, no diagrama superior da figura 4.6, o declive da curva de produto total é maior que o declive do raio para o ponto correspondente. Assim, para $L < 6$, $PM_{gL} > PM_L$, tal como é mostrado no diagrama inferior. Note-se também que, no diagrama superior, para os valores de L maiores que 6, o declive da curva de produto total é menor que o declive do raio no ponto correspondente. Isto significa que, para $L > 6$, tem-se $PM_L > PM_{gL}$ como se mostra no diagrama inferior da figura 4.6.

Finalmente, note-se que na figura 4.6, para valores muito baixos de L , o declive do raio da curva de produto total torna-se indistinguível do declive da própria curva de produto total. Isto diz-nos que, para $L=0$, a produtividade média e a produtividade marginal são iguais. Tal pode ser verificado no diagrama inferior da figura 4.6, uma vez que ambas as curvas partem do mesmo ponto.

A relação entre as curvas da produtividade marginal e da produtividade média pode ser resumida da forma seguinte: Quando a curva da produtividade marginal se situa acima da curva da produtividade média, a curva da produtividade média deve estar a crescer; e quando a curva da produtividade marginal se situa abaixo da curva da



produtividade média, a curva da produtividade média deve estar a decrescer. As duas curvas intercetam-se no valor máximo da curva da produtividade média. Refletindo, por um momento, nas definições das duas curvas, estas traduzem de forma clara a intuição subjacente. Se a contribuição para o produto de uma unidade adicional de fator de produção variável ultrapassar a contribuição média dos fatores de produção variáveis utilizados até então, a contribuição média deve aumentar.

4.3.3 Utilização ótima do fator produtivo variável

Qual deveria ser o montante do fator variável (trabalho) que uma empresa deve contratar de modo a maximizar os seus lucros? A resposta a esta questão é a seguinte: uma empresa deve empregar uma unidade adicional do fator trabalho desde que a receita adicional gerada pela venda do produto produzido exceda o custo adicional de contratar essa unidade de trabalho. Por exemplo, se a utilização de uma unidade adicional do fator trabalho gera uma receita acrescida de 30€ e custa 20€, compensa à empresa contratar essa unidade adicional do fator trabalho, uma vez que isso faz aumentar os seus lucros.

O acréscimo na receita gerado pela utilização de uma unidade adicional do fator trabalho designa-se por valor da produtividade marginal do trabalho (VPMgL) e é calculada como o produto entre o produto marginal do trabalho (PMgL) e o preço a que é vendida essa quantidade adicional produzida. Por sua vez, o custo adicional de contratar mais uma unidade do fator produtivo trabalho corresponde à taxa salarial (w). Assim, a empresa deve continuar a contratar trabalhadores enquanto $VPMgL > w$ e até que $VPMgL = w$.

4.4 Produção no longo prazo

Os exemplos analisados até agora envolveram a produção no curto prazo, onde pelo menos um fator produtivo não podia ser alterado. No longo prazo, todos os fatores produtivos são, por definição, variáveis. No curto prazo, com K fixo na função de produção $Q = F(K, L)$, foi possível ilustrar graficamente a função de produção usando

um diagrama simples a duas dimensões. Contudo, com K e L variáveis, é necessário usar um diagrama a três dimensões em vez de duas. E quando existem mais de dois fatores produtivos variáveis, necessita-se ainda de mais dimensões.

Para evitar este problema, pode fixar-se a quantidade a produzir (Q) e resolver em ordem a uma das outras variáveis.

A título de ilustração, considere mais uma vez a função de produção que se analisou no início deste capítulo:

$$Q = f(K, L) = 2KL$$

e suponha-se que se quer descrever todas as combinações possíveis de K e L que dão origem a uma determinada quantidade de produto, digamos $Q = 16$. Para o fazer, resolve-se a equação $Q = 2KL = 16$ exprimindo K em termos de L , donde:

$$K = 8/L$$

Os pares (L, K) que satisfazem a equação são representados pela curva identificada por $Q = 16$ na figura 4.7. Os pares (L, K) que geram 32 e 64 unidades de produto são representados na figura 4.7 pelas curvas designadas por $Q=32$ e $Q=64$, respetivamente. Estas curvas são chamadas isoquantas e são definidas formalmente por todas as combinações de fatores produtivos que originam uma determinada quantidade de produto.

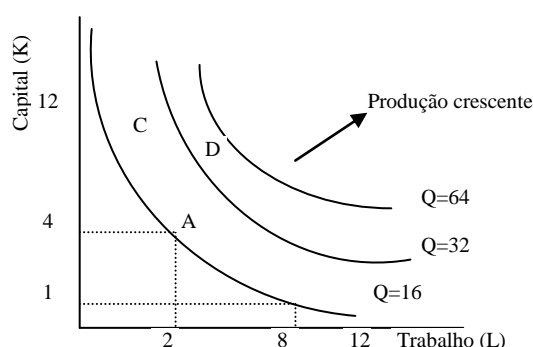


Figura 4.7 – Parte de um mapa de isoquantas para a função de produção $Q=2KL$

As isoquantas apresentam algumas características interessantes. Em primeiro lugar, um mapa de isoquantas permite fazer de uma forma concisa a representação de um



processo de produção. Em segundo lugar, num mapa de isoquantas, movimentos para fora e para a direita correspondem a quantidades crescentes de produto. Qualquer cabaz de fatores produtivos numa isoquanta dá como resultado mais produto do que qualquer cabaz de fatores produtivos que se situe abaixo dessa isoquanta, e menos produto do que qualquer cabaz de fatores produtivos que se situe acima dela. Assim, o cabaz *C* na Figura 4.7 dá como resultado mais produto do que o cabaz *A*, mas menos produto que o cabaz *D*. Finalmente, o número atribuído a uma isoquanta corresponde à quantidade real de produto que se obtém de um cabaz de fatores produtivos ao longo dessa isoquanta. Com os mapas de isoquantas, as denominações são unicamente determinadas pela função de produção.

4.5 Rendimentos à escala

Uma questão de importância fulcral na organização dos sectores produtivos é a da relação entre a eficiência na produção e a escala, isto é, se a produção é mais eficiente a uma escala maior do que a uma escala menor (onde «maior» e «menor» são definidas relativamente à escala do mercado relevante). Esta questão é importante, pois da respetiva resposta resultará se um sector acabará por ser constituído por pequenas empresas ou só por poucas e grandes empresas.

A propriedade técnica da função produção utilizada para descrever a relação entre escala e eficiência é denominada **rendimentos à escala**. Este conceito ilustra o que acontece ao produto quando se aumentam todos os fatores de produção exatamente na mesma proporção. Devido ao facto de a presença de rendimentos à escala dizer respeito a situações nas quais todos os fatores de produção são variáveis, o conceito de rendimentos à escala é um conceito de longo prazo.

A função produção para a qual alterações proporcionais em todos os fatores produtivos conduzem a uma alteração mais do que proporcional no produto é caracterizada por **rendimentos crescentes à escala**. Por exemplo, se se duplicarem todos os fatores produtivos numa função de produção com rendimentos crescentes à escala, obtém-se mais do dobro do produto do que anteriormente. Tais funções de produção criam geralmente condições para que um pequeno número de empresas forneça a maioria do mercado. Rendimentos crescentes à escala resultam



frequentemente do facto de existirem mais possibilidades de especialização em organizações de maior dimensão. Por outras palavras, os rendimentos crescentes à escala surgem porque, à medida que a escala de operações aumenta, é possível haver uma maior divisão e especialização do trabalho e podem ser utilizados equipamentos mais especializados e produtivos.

Uma função produção na qual uma alteração proporcional em todos os fatores produtivos causa uma alteração na mesma proporção no produto diz-se que apresenta **rendimentos constantes à escala**. Nestes casos, ao duplicarem-se todos os fatores de produção duplica-se o produto. Nos sectores onde a produção se processa com rendimentos constantes à escala, a maior dimensão da empresa não constitui nem uma vantagem nem uma desvantagem.

Finalmente, uma função produção na qual uma alteração proporcional em todos os fatores produtivos causa uma alteração menos do que proporcional no produto diz-se que apresenta **rendimentos decrescentes à escala**. Nestes casos, maiores dimensões constituem uma desvantagem. Por esta razão, não se deve esperar ver empresas grandes numa indústria onde a produção se processa com rendimentos decrescentes à escala. Uma razão para a existência de rendimentos decrescentes à escala prende-se com o facto de que à medida que a escala de operações aumenta, torna-se cada vez mais difícil gerir a empresa de forma eficiente e coordenar as várias operações e divisões da empresa.

A função produção não tem de apresentar o mesmo grau de rendimentos à escala para as diferentes quantidades de produto. Pelo contrário, um tipo relativamente frequente caracteriza-se por apresentar rendimentos crescentes à escala para baixas quantidades do produto, seguido de rendimentos constantes à escala para quantidades médias e, finalmente, por rendimentos decrescentes à escala para grandes quantidades.





BIBLIOGRAFIA

- Barbot, C.; Castro, A. (1997), Microeconomia, McGraw-Hill
- Couto, G.; Porfírio, J.; Lopes, M. (2004), Avaliação de Projetos. Da Análise Tradicional às Opções Reais, Publisher Team
- Damodaram, A. (2001), Corporate Finance: Theory and Practice, John Wiley & Sons, 2nd Edition
- Frank, R.; Bernanke, B. (2004), Princípios de Economia, McGraw-Hill
- Frank, R. (2006), Microeconomia e Comportamento, McGraw-Hill, 6ª Edição
- Jones, T. (2004), Business Economics and Managerial Decision Making, John Wiley & Sons
- Mata, J. (2002), Economia da Empresa, Fundação Calouste Gulbenkian, 2ª Edição
- Park, C. (2002), Contemporary Engineering Economics, McGraw-Hill, 2nd Edition
- Salvatore, D.; Diulio, E. (1980), Introdução à Economia, McGraw-Hill
- Samuelson, P.; Nordhaus, W. (1993), Economia, , McGraw-Hill, 14ª Edição
- Samuelson, P.; Nordhaus, W. (2005), Microeconomia, , McGraw-Hill, 18ª Edição