

**FACULDADE DE DIREITO DA UNIVERSIDADE DE LISBOA**

**Exame Escrito de Coincidências de Economia I – Turmas B/C**

24 de janeiro de 2018 – 90 minutos

**GRUPO I** (10 valores: 2 x 5)

Explique, fundamentando (**no máximo de sete linhas**), se as seguintes frases estão certas ou erradas:

- 1.1. Num mercado de concorrência perfeita, nenhum produtor e nenhum consumidor conseguem influenciar o preço. *[Verdadeiro]*
- 1.2. Quando os direitos de propriedade estão bem definidos e os custos de transação são pequenos é possível chegar-se a uma solução para uma externalidade sem intervenção do Estado *[Verdadeiro]*
- 1.3. A incidência de um imposto sobre os consumidores ou sobre os produtores é independente das respetivas elasticidades. *[Falso]*
- 1.4. Uma catástrofe natural que dizime a principal matéria-prima de uma produção é apta a provocar uma expansão na respetiva curva da oferta. *[Falso]*
- 1.5. A teoria das vantagens comparativas refere-se à comparabilidade entre produções sucedâneas dentro de um determinado país. *[Falso]*

**GRUPO II** (6 valores: 2; 2; 2)

2.1. Suponha que tem uma semana apenas para estudar para os testes de Economia I e de Introdução ao Estudo do Direito I e que, nesse período de tempo, está de visita a uma amiga com quem não está há vários meses e cuja companhia muito aprecia.

Indique, em termos económicos, que possibilidades de afetação do seu tempo disponível à atividade (i) “estudo da Economia I”; à atividade (ii) “Estudo de Introdução do Estudo do Direito I” e à atividade (iii) “usufruir do tempo com a sua amiga” tem e que fatores vai ter em conta na distribuição do tempo entre as duas ou apenas numa (**máximo de 10 linhas**)

*[Exemplos de conceitos relevantes: escassez do recurso tempo; necessidade de escolha; utilidade; utilidade total; utilidade marginal decrescente; Leis de Gossen; ponto de saciedade]*

2.2. Imagine que quer comprar um sofá e vai, num domingo à tarde, em busca do mesmo pelos espaços comerciais da cidade. Quando sai de casa convence-se a si mesmo a não gastar mais do que € 500,00 na compra, mas, chegando às suas lojas de eleição, sucede o seguinte:

- A loja A tem à venda um sofá por € 200 que, quando se senta, pica nas pernas. Hesita se deve comprar ou não porque o preço lhe permitiria comprar também uma mesa de apoio, mas, por outro lado, duvida que seja confortável ver televisão nele sentado;

- A loja B tem à venda um sofá por € 800 que aparece em fotografias tiradas na casa do seu herói cinematográfico do momento. Hesita porque, apesar de lhe parecer que iria fazer furor entre os seus amigos, para comprar este sofá terá que contratar um crédito pessoal a uma taxa que implica o pagamento de juros que chegariam para comprar aquelas duas mesas de apoio que ficavam tão bem lá em casa.

Identifique, em termos económicos, os aspetos relevantes das situações descritas (**máximo de 10 linhas**)

*[Conceitos relevantes: disposição para pagar, preço, excedente do consumidor, utilidade, gostos e preferências, bem-estar, publicidade, escassez, escolha]*

**2.3.** Recorrendo ao conceito de elasticidade rendimento e explicando a sua aplicação com recurso à respetiva fórmula, dê exemplos do comportamento da procura de bens superiores, normais e inferiores face a um aumento de 20% do rendimento dos consumidores. **(máximo de 10 linhas)**

*[Conceito e forma de cálculo da elasticidade rendimento; bens superiores valor superior a 1; bens normais valor entre 0 e 1; bens inferiores, valor inferior a 0]*

#### **GRUPO III(4 valores)**

Comente, de forma crítica e fundamentada, utilizando a terminologia adequada, no **máximo de 20 linhas**, a seguinte frase:

*“A concorrência entre restaurantes numa grande cidade assenta geralmente, não na estratégia de preços – em termos de poder conjecturar-se que triunfaria na concorrência o restaurante que se limitasse a praticar os preços mais baixos – mas na diferenciação dos serviços que prestam e na publicitação desses fatores de diferenciação, de modo a poderem cativar e fidelizar clientela independentemente da comparação que se faça entre os preços praticados por eles próprios e pelos seus concorrentes.”*

*in* Fernando Araújo, *Introdução à Economia*, 3.<sup>a</sup> edição, p. 390.

*(Vide pp. 390ess; Conceitos mais significativos: mercados de concorrência imperfeita, concorrência monopolística vs concorrência perfeita, concorrência monopolística vs monopólio, o sacrifício da fluidez, a existência de nichos de mercado, lucros extraordinários e lucros normais, impacto na promoção do bem-estar, o papel da publicidade e das marcas).*

\* \* \* \* \*