N. Gregory Mankiw

Introdução à Economia

Tradução da 6a. edição norte-americana

1

Dez princípios de economia

© 2013 Cengage Learning. All Rights Reserved. May not be copied, scanned, or duplicated, in whole or in part, except for use as permitted in a license distributed with a certain product or service or otherwise on a password-protected website for classroom use.

Depois de ler este capítulo, responda às seguintes questões:

- Que tipos de perguntas a economia responde?
- Quais são os princípios de como as pessoas tomam decisões?
- Quais são os princípios de como as pessoas interagem?
- Quais são os princípios de como a economia em sua totalidade funciona?

© 2013 Cengage Learning. All Rights Reserved. May not be copied, scanned, or duplicated, in whole or in part, except for use as permitted in a license distributed with a certain product or service or otherwise on a password-protected website for classroom use.

Do que se trata a economia

- **Escassez**: a natureza limitada dos recursos da sociedade.
- **Economia**: o estudo de como a sociedade administra seus recursos escassos, por exemplo,
  - Como as pessoas decidem o que comprar, quanto trabalhar, economizar e gastar.
  - Como as empresas decidem quanto produzir, quantos trabalhadores contratar.
  - Como a sociedade decide como dividir seus recursos entre a defesa nacional, bens de consumo, proteger o meio ambiente, e outras necessidades.

© 2013 Cengage Learning. All Rights Reserved. May not be copied, scanned, or duplicated, in whole or in part, except for use as permitted in a license distributed with a certain product or service or otherwise on a password-protected website for classroom use.

Os princípios de
COMO AS PESSOAS TOMAM DECISÕES

PRINCÍPIO 1:
As pessoas enfrentam *tradeoffs*

Todas as decisões envolvem trocas (*tradeoffs*). Exemplos:

- Se ir a uma festa durante a noite antes de suas provas sobrará menos tempo para estudar.
- Ter mais dinheiro para comprar coisas requer trabalhar por mais horas, que resulta em menos tempo para o lazer.
- Proteger o ambiente requer recursos que poderiam de outra forma ser utilizados para produzir bens de consumo.

© 2013 Cengage Learning. All Rights Reserved. May not be copied, scanned, or duplicated, in whole or in part, except for use as permitted in a license distributed with a certain product or service or otherwise on a password-protected website for classroom use.

PRINCÍPIO 1:
As pessoas enfrentam *tradeoffs*

- A sociedade enfrenta uma troca muito importante: ***eficiência x igualdade***
- **Eficiência**: quando a sociedade obtém o máximo de seus escassos recursos.
- **Igualdade**: quando a prosperidade é distribuída de maneira uniforme entre os membros da sociedade.
- ***Tradeoff***: para obter maior igualdade, poderíamos redistribuir a renda dos mais ricos aos mais pobres. Mas isso reduz o incentivo ao trabalho e produção, encolhendo o tamanho da "pizza" econômica.

© 2013 Cengage Learning. All Rights Reserved. May not be copied, scanned, or duplicated, in whole or in part, except for use as permitted in a license distributed with a certain product or service or otherwise on a password-protected website for classroom use.

PRINCÍPIO 2:
O custo de alguma coisa é aquilo de que você desiste para obtê-la

- Tomar decisões requer comparar os custos e os benefícios das alternativas.
- O **custo de oportunidade** de qualquer item é qualquer coisa que deve ser dispensada para obtê-la.
- É o custo relevante para a tomada de decisões.

© 2013 Cengage Learning. All Rights Reserved. May not be copied, scanned, or duplicated, in whole or in part, except for use as permitted in a license distributed with a certain product or service or otherwise on a password-protected website for classroom use.

PRINCÍPIO 2:
O custo de alguma coisa é aquilo de que você desiste para obtê-la

Exemplos:

O custo da oportunidade de…

… ir para a faculdade por um ano não é somente a mensalidade, os livros e a matrícula, mas também os salários não recebidos.

… assistir a um filme não é somente o preço do ingresso, mas o valor do tempo gasto no cinema.

© 2013 Cengage Learning. All Rights Reserved. May not be copied, scanned, or duplicated, in whole or in part, except for use as permitted in a license distributed with a certain product or service or otherwise on a password-protected website for classroom use.

PRINCÍPIO 3:
As pessoas racionais pensam na margem

Pessoas racionais

- Aquelas que, sistemática e objetivamente, fazem o máximo para alcançar seus objetivos.
- Tomam decisões ao avaliar custos e benefícios de **mudanças marginais**, ajustes de incremento a um plano existente.

© 2013 Cengage Learning. All Rights Reserved. May not be copied, scanned, or duplicated, in whole or in part, except for use as permitted in a license distributed with a certain product or service or otherwise on a password-protected website for classroom use.

PRINCÍPIO 3:
As pessoas racionais pensam na margem

Exemplos:

- Um aluno, ao considerar ir para a faculdade pelo período de mais de um ano, compara as mensalidades e os salários perdidos com a renda extra que poderia obter com mais um ano de educação.
- Um gerente, ao considerar o aumento de produção, compara o custo da mão de obra e materiais necessários para obter a receita extra.

© 2013 Cengage Learning. All Rights Reserved. May not be copied, scanned, or duplicated, in whole or in part, except for use as permitted in a license distributed with a certain product or service or otherwise on a password-protected website for classroom use.

PRINCÍPIO 4:
As pessoas reagem a incentivos

- **Incentivo**: algo que induz a pessoa a agir, exemplo: a perspectiva de uma punição ou recompensa.
- Pessoas racionais reagem a incentivos.

Exemplos:

- Quando o preço da gasolina aumenta, os consumidores compram mais carros híbridos e menos SUVs que consomem muita gasolina.
- Quando os impostos sobre os cigarros aumentam, há uma queda no índice de tabagismo dos adolescentes.

© 2013 Cengage Learning. All Rights Reserved. May not be copied, scanned, or duplicated, in whole or in part, except for use as permitted in a license distributed with a certain product or service or otherwise on a password-protected website for classroom use.

APRENDIZAGEM ATIVA 1

Aplicando os princípios

Você está vendendo seu Mustang 1996. Você já gastou $ 1.000 em consertos.

No fim das contas, a transmissão falha. Você pode pagar $ 600 para consertá-lo ou vendê-lo como está.

Em quais dos seguintes cenários, você deveria consertar a transmissão? Explique.

A. Valor contábil azul (o que você conseguiria pelo carro) é $ 6.500 se a transmissão funcionar, $ 5.700 se não funcionar.

B. Valor contábil azul é $ 6.000 se a transmissão funcionar, $ 5.500 se não funcionar.

© 2013 Cengage Learning. Todos os direitos reservados. Não pode ser copiado, escaneado, ou duplicado, no todo ou em parte, exceto para uso como permitido em uma licença distribuída com um certo produto ou serviço ou de outra forma em um website protegido por senha para uso em classe.

APRENDIZAGEM ATIVA 1

Respostas

Custo de consertar a transmissão = $ 600.

A. Valor contábil azul é $ 6.500 se a transmissão funcionar, $ 5 700 se não funcionar.

O benefício de consertar a transmissão = $ 800 ($ 6.500 – $ 5.700).

Vale a pena mandar consertar a transmissão.

B. Valor contábil azul é $ 6.000 se a transmissão funcionar, $ 5.500 se não funcionar

O benefício de consertar a transmissão é de somente $ 500.

Pagar $ 600 para consertar a transmissão não vale a pena.

© 2013 Cengage Learning. Todos os direitos reservados. Não pode ser copiado, escaneado, ou duplicado, no todo ou em parte, exceto para uso como permitido em uma licença distribuída com um certo produto ou serviço ou de outra forma em um website protegido por senha para uso em classe.

APRENDIZAGEM ATIVA 1

Observações

- Os $ 1.000 gastos anteriormente em reparos são irrelevantes. O que importa é o custo e o benefício do reparo *marginal* (a transmissão).
- A mudança em incentivos do cenário A para o cenário B fez sua decisão mudar.

© 2013 Cengage Learning. Todos os direitos reservados. Não pode ser copiado, escaneado, ou duplicado, no todo ou em parte, exceto para uso como permitido em uma licença distribuída com um certo produto ou serviço ou de outra forma em um website protegido por senha para uso em classe.

Os princípios de
COMO AS PESSOAS INTERAGEM

PRINCÍPIO 5:
O comércio pode ser bom para todos

- Em vez de ser autossuficiente, as pessoas podem se especializar na produção de um bem ou serviço e trocá-lo por outros bens.
- Os países também se beneficiam do comércio e da especialização:
  - Obtém um melhor preço no exterior para bens que produzem.
  - Compram outros bens mais baratos do exterior do que poderiam ser produzidos internamente.

© 2013 Cengage Learning. All Rights Reserved. May not be copied, scanned, or duplicated, in whole or in part, except for use as permitted in a license distributed with a certain product or service or otherwise on a password-protected website for classroom use.

PRINCÍPIO 6:
Os mercados são geralmente uma boa maneira de organizar a atividade econômica

- **Mercado**: um grupo de compradores e vendedores (não necessariamente em um único local).
- "Organizar atividade econômica" significa determinar:
  - quais bens produzir;
  - como produzi-los;
  - quanto de cada produzir;
  - quem irá recebê-los.

© 2013 Cengage Learning. All Rights Reserved. May not be copied, scanned, or duplicated, in whole or in part, except for use as permitted in a license distributed with a certain product or service or otherwise on a password-protected website for classroom use.

PRINCÍPIO 6:
Os mercados são geralmente uma boa maneira de organizar a atividade econômica

- Uma **economia de mercado** aloca recursos por meio das decisões descentralizadas de muitas empresas e famílias quando estas interagem nos mercados.
- A famosa citação de Adam Smith em *The Wealth of Nations* (1776):

  Cada uma dessas famílias e empresas agem como se "levadas por **uma mão invisível**" para promover o bem-estar econômico geral.

© 2013 Cengage Learning. All Rights Reserved. May not be copied, scanned, or duplicated, in whole or in part, except for use as permitted in a license distributed with a certain product or service or otherwise on a password-protected website for classroom use.

PRINCÍPIO 6:
Os mercados são geralmente uma boa maneira de organizar a atividade econômica

- A mão invisível trabalha em meio do sistema de preço:
  - A interação entre compradores e vendedores determina os preços.
  - Cada preço reflete o valor dos bens aos compradores e o custo de produzir tal bem.
  - Os preços guiam famílias e empresas auto-interessadas a tomar decisões que, em muitos casos, maximizam o bem-estar econômico da sociedade.

© 2013 Cengage Learning. All Rights Reserved. May not be copied, scanned, or duplicated, in whole or in part, except for use as permitted in a license distributed with a certain product or service or otherwise on a password-protected website for classroom use.

PRINCÍPIO 7:
Às vezes os governos podem melhorar os resultados dos mercados

- Uma função importante do governo: **fazer vigorar os direitos de propriedade** (com políticas, tribunais).
- As pessoas estão menos inclinadas a trabalhar, produzir, investir ou comprar se houver um grande risco de sua propriedade ser roubada.

© 2013 Cengage Learning. All Rights Reserved. May not be copied, scanned, or duplicated, in whole or in part, except for use as permitted in a license distributed with a certain product or service or otherwise on a password-protected website for classroom use.

PRINCÍPIO 7:
Às vezes os governos podem melhorar os resultados dos mercados

- **Falência de mercado:** quando o mercado deixa de alocar os recursos da sociedade de forma eficiente.
- Causas da falência de mercado:
  - **Externalidades**, quando a produção ou consumo de um bem afeta os espectadores (exemplo: poluição).
  - **Poder de mercado**, um único comprador ou vendedor possui influência substancial no preço de mercado (exemplo: monopólio).
- A política pública pode **promover a eficiência**.

© 2013 Cengage Learning. All Rights Reserved. May not be copied, scanned, or duplicated, in whole or in part, except for use as permitted in a license distributed with a certain product or service or otherwise on a password-protected website for classroom use.

PRINCÍPIO 7:
Às vezes os governos podem melhorar os resultados dos mercados

- O governo pode alterar o resultado de mercado para **promover a igualdade**.
- Se a distribuição do bem-estar econômico de um mercado não for desejado, as políticas de impostos ou bem-estar social podem mudar a forma da "pizza" econômica ser dividida.

© 2013 Cengage Learning. All Rights Reserved. May not be copied, scanned, or duplicated, in whole or in part, except for use as permitted in a license distributed with a certain product or service or otherwise on a password-protected website for classroom use.

APRENDIZAGEM ATIVA 3

Questão em Discussão

Em cada uma das situações a seguir, qual é o papel do governo? A intervenção do governo melhora o resultado?

a. Escolas públicas primárias

b. Regulamentações de segurança no trabalho

c. Rodovias públicas

d. Leis de patentes, que permitem empresas farmacêuticas a cobrar altos preços por medicamentos que salvam vidas

© 2013 Cengage Learning. Todos os direitos reservados. Não pode ser copiado, escaneado, ou duplicado, no todo ou em parte, exceto para uso como permitido em uma licença distribuída com um certo produto ou serviço ou de outra forma em um website protegido por senha para uso em classe.

Os princípios de
COMO A ECONOMIA FUNCIONA COMO UM TODO

PRINCÍPIO 8:
O padrão de vida de um país depende de sua capacidade de produzir bens e serviços

- Grande variação nos padrões de vida entre países e com o passar do tempo:
  - Renda média em países ricos é mais de dez vezes a renda média dos países pobres.
  - O padrão de vida dos EUA hoje é cerca de oito vezes maior que o de 100 anos atrás.

© 2013 Cengage Learning. All Rights Reserved. May not be copied, scanned, or duplicated, in whole or in part, except for use as permitted in a license distributed with a certain product or service or otherwise on a password-protected website for classroom use.

PRINCÍPIO 8:
O padrão de vida de um país depende de sua capacidade de produzir bens e serviços

- O determinador mais importante dos padrões de vida: **produtividade**, a quantia de bens e serviços produzidos por unidade de trabalho.
- A produtividade depende do equipamento, habilidades e tecnologia disponíveis aos trabalhadores.
- Outros fatores (exemplos, sindicatos, competição do exterior) têm menos impacto nos padrões de vida.

© 2013 Cengage Learning. All Rights Reserved. May not be copied, scanned, or duplicated, in whole or in part, except for use as permitted in a license distributed with a certain product or service or otherwise on a password-protected website for classroom use.

PRINCÍPIO 9:
Os preços sobem quando o governo emite moeda demais

- **Inflação**: aumentos no nível geral de preços.
- No longo prazo, a inflação quase sempre é causada pelo crescimento excessivo na quantidade de dinheiro, que faz com que o valor do dinheiro caia.
- Quanto mais rápido o governo cria dinheiro, maior é a taxa de inflação.

© 2013 Cengage Learning. All Rights Reserved. May not be copied, scanned, or duplicated, in whole or in part, except for use as permitted in a license distributed with a certain product or service or otherwise on a password-protected website for classroom use.

PRINCÍPIO 10:
A sociedade enfrenta um *tradeoff* de curto prazo entre inflação e desemprego

- No curto prazo (1-2 anos), muitas políticas econômicas empurram a inflação e o desemprego em direções opostas.
- Outros fatores podem fazer esse *tradeoff* ser mais ou menos favorável, mas o *tradeoff* sempre está presente.

© 2013 Cengage Learning. All Rights Reserved. May not be copied, scanned, or duplicated, in whole or in part, except for use as permitted in a license distributed with a certain product or service or otherwise on a password-protected website for classroom use.

Para sua informação: como ler seu livro didático

1. Leia antes da aula.
   Você aproveitará a aula bem mais.

2. Resuma, não marque.
   Marcar é uma atividade passiva que não melhorará sua compreensão ou retenção.
   Em vez disso, resuma cada seção com suas próprias palavras. Depois, compare seu resumo com o que está no fim do capítulo.

© 2013 Cengage Learning. All Rights Reserved. May not be copied, scanned, or duplicated, in whole or in part, except for use as permitted in a license distributed with a certain product or service or otherwise on a password-protected website for classroom use.

Para sua informação: como ler seu livro didático

3. Teste a si mesmo.
   Tente este “Quiz rápido” que segue cada seção antes de passar para a próxima.
   Anote suas respostas e compare-as com as respostas no fim do livro. Se suas respostas estiverem incorretas, revise a seção antes de seguir adiante.

4. Pratique, pratique e pratique.
   Trabalhe nas perguntas e problemas de revisão do fim do capítulo. Muitas vezes, é uma boa prática para as provas. E, quanto mais você usar seus novos conhecimentos, mais sólidos se tornarão.

© 2013 Cengage Learning. All Rights Reserved. May not be copied, scanned, or duplicated, in whole or in part, except for use as permitted in a license distributed with a certain product or service or otherwise on a password-protected website for classroom use.

Para sua informação: como ler seu livro didático

5. Estude em grupos.
   Junte-se a outros colegas de turma para revisar cada capítulo, fazer os questionários, e ajudar uns aos outros na compreensão do material.

© 2013 Cengage Learning. All Rights Reserved. May not be copied, scanned, or duplicated, in whole or in part, except for use as permitted in a license distributed with a certain product or service or otherwise on a password-protected website for classroom use.

Para sua informação: como ler seu livro didático

7. Ensine alguém.
   A melhor forma de aprender algo é ensinando o outro, tal como um colega de estudos ou um amigo.

8. Não ignore os exemplos do mundo real.
   Leia os Estudos de Caso e os gráficos "Foi notícia" de cada capítulo. Eles vão ajudá-lo a verificar como os novos termos, conceitos, modelos e gráficos se aplicam no mundo real. Durante a leitura do jornal ou ao assistir o noticiário na tevê, veja se você consegue encontrar conexões com o que está aprendendo no livro.

© 2013 Cengage Learning. All Rights Reserved. May not be copied, scanned, or duplicated, in whole or in part, except for use as permitted in a license distributed with a certain product or service or otherwise on a password-protected website for classroom use.

RESUMO

Os princípios da tomada de decisão são:

- As pessoas enfrentam *tradeoffs*.
- O custo de qualquer ação é medido em termos de oportunidades perdidas.
- A pessoa racional toma decisões comparando esses benefícios marginais aos custos marginais.
- As pessoas reagem a incentivos.

© 2013 Cengage Learning. Todos os direitos reservados. Não pode ser copiado, escaneado, ou duplicado, no todo ou em parte, exceto para uso como permitido em uma licença distribuída com um certo produto ou serviço ou de outra forma em um website protegido por senha para uso em classe.

RESUMO

Os princípios de interações entre pessoas são:

- O comércio pode ser mutuamente benéfico.
- Mercados são, geralmente, uma boa forma de coordenar o comércio.
- Governo pode potencialmente melhorar os resultados de mercado se houver uma queda de mercado ou se o resultado for desigual.

© 2013 Cengage Learning. Todos os direitos reservados. Não pode ser copiado, escaneado, ou duplicado, no todo ou em parte, exceto para uso como permitido em uma licença distribuída com um certo produto ou serviço ou de outra forma em um website protegido por senha para uso em classe.

RESUMO

Os princípios da economia como um todo são:

- A produtividade é a melhor fonte dos padrões de vida.
- O crescimento do dinheiro é a fonte final da inflação.
- A sociedade enfrenta um *tradeoff* de curto prazo entre inflação e desemprego.

© 2013 Cengage Learning. Todos os direitos reservados. Não pode ser copiado, escaneado, ou duplicado, no todo ou em parte, exceto para uso como permitido em uma licença distribuída com um certo produto ou serviço ou de outra forma em um website protegido por senha para uso em classe.