

CONCURSO PÚBLICO
TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE RONDÔNIA
CARGO 5: AUDITOR DE CONTROLE EXTERNO
ESPECIALIDADE: ECONOMIA

PROVA DISCURSIVA

Aplicação: 20/10/2019

PADRÃO DE RESPOSTA DEFINITIVO

1 A assimetria de informações aparece quando em uma transação uma das partes possui mais informações que a outra sobre a real qualidade do que está sendo negociado. Com efeito, determinados mercados, como os de carros usados, seguros, crédito e serviços especializados apresentam essa característica. Assim, o vendedor de um carro usado sabe muito mais sobre a real condição do seu veículo do que o comprador. Da mesma forma, quem contrata um plano de saúde conhece melhor seu próprio estado de saúde que a empresa prestadora de serviço. No mercado de trabalho, também se verifica esse fenômeno, em que o trabalhador conhece melhor suas qualificações e seu potencial de produtividade do que o empregador.

2 Para exemplificar o problema, considere um mercado de carros usados, em que q é a probabilidade de o carro ser de boa qualidade e $1 - q$ é a probabilidade de o carro ser de má qualidade (limão).

Para o vendedor, os carros de boa qualidade são avaliados em 1.000 unidades monetárias e os carros de má qualidade são avaliados em 500 unidades monetárias. Para os compradores, por sua vez, os carros de boa qualidade são avaliados em 1.500 unidades monetárias e os de má qualidade em 750 unidades monetárias.

Nessas circunstâncias, há possibilidade de venda dos dois tipos de carros, pois os compradores avaliam os carros a um preço maior do que os vendedores. Contudo, os compradores não sabem o tipo do carro que estão comprando. Para resolver esse problema, deve-se:

(i) Calcular o valor esperado dos carros: $\theta 1.500 + (1 - \theta)750 = 750 + \theta 750$, em que θ é a probabilidade esperada do carro vendido ser um bom carro. Como os compradores valorizam mais o carro do que os vendedores, eles estarão dispostos a pagar $p = 750 + \theta 750$.

(ii) Avaliar o comportamento dos vendedores para analisar quais carros serão vendidos.

Vender carro de má qualidade se: $500 \leq p = 750 + \theta 750$.

Vender carro de boa qualidade se: $1.000 \leq p = 750 + \theta 750$. Resolvendo-se, encontra-se: $\theta \geq 1/3$.

(iii) Analisar o equilíbrio:

Se $q \geq \frac{1}{3}$ ou $\theta = p \geq \frac{1}{3}$: os dois tipos de carros serão vendidos no mercado. O preço de mercado será $p^* = 750 + \theta 750$.

Se $q < \frac{1}{3}$ então $\theta = 0$ e o preço de mercado será $p^* = 750$. Nesse caso, haverá somente carros de má qualidade no mercado.

3 Dessa forma, verifica-se que a presença de assimetria de informações pode levar ao fenômeno da seleção adversa, em que apenas os carros de má qualidade estarão no mercado. Quando compradores e vendedores não têm como determinar a real qualidade do produto, fazendo com que produtos de qualidades distintas sejam vendidos pelo mesmo preço, a seleção adversa cria um desvio de eficiência no mercado. Esse desvio, por sua vez, é traduzido em uma depreciação indiscriminada de preços, de modo que a incapacidade dos compradores em saber a verdadeira qualidade dos veículos faz com que o mercado tenda ao equilíbrio baseado no preço dos carros de baixa qualidade.

Contudo, a reputação é um importante instrumento para minimizar o problema dos limões e a disparidade de informações no mercado. Na medida em que o vendedor oferece seguro para reduzir a aversão ao risco do consumidor em relação à qualidade do veículo ou algum mecanismo de garantia, ele consegue sinalizar que os carros à venda são de boa qualidade.

Quesito 2.1 Problema da assimetria de informações como fator de alteração do comportamento do consumidor

0 – Não apresentou aspectos essenciais do conceito.

1 – Definiu o problema de assimetria de informações, mas não apresentou exemplos.

2 – Definiu o problema de assimetria de informações e apresentou exemplo.

Quesito 2.2 Desenvolvimento do mercado de veículos no contexto de informações assimétricas

0 – Não apresentou aspectos essenciais do conceito.

1 – Apresentou vagamente o problema e como a probabilidade afeta o mercado.

2 – Apresentou o problema, definiu o valor esperado dos veículos de boa e de má qualidade, mas não encontrou o equilíbrio.

3 – Apresentou o problema, definiu o valor esperado dos veículos de boa e de má qualidade, apresentou o equilíbrio, mas não discutiu como o valor da probabilidade afeta a oferta dos carros de boa e de má qualidade.

4 – Apresentou o problema, definiu o valor esperado dos veículos de boa e de má qualidade, apresentou o equilíbrio e discutiu como o valor da probabilidade afeta a oferta dos carros de boa e de má qualidade.

2.3 Efeitos da reputação como instrumento de mitigação

0 – Não apresentou aspectos essenciais do conceito.

1 – Definiu como a reputação minimiza o problema de informações, mas não abordou o problema de seleção adversa.

2 – Definiu como a reputação minimiza o problema de informações, abordou o problema de seleção adversa, mas não explicou como esse problema afeta a eficiência do mercado.

3 – Definiu como a reputação minimiza o problema de informações, abordou o problema de seleção adversa, explicou como esse problema afeta a eficiência do mercado e apresentou exemplos de medidas mitigadoras para o problema da assimetria de informações.