

Tudo o que você sempre quis  
saber sobre a multa nos sushis  
que  
sobraram no rodízio...

...mas não tinha coragem de perguntar ao amigo  
economista



Claudio Shikida (“chef” principal e organizador)

“Chefs” convidados:

André Carraro, Cristiane M. Carneiro, Diogo  
Baldusco, Guilherme Stein, Leonardo M. Monasterio,  
Philippe Berman, Philippe Maciel, Pedro S. Castro, Pedro  
Henrique C. G. de Sant’Anna

2007

## *Cardápio*

<u>Prefácio.....</u>	<u>3</u>
<u>“Não existe Sushi gratuito”.....</u>	<u>5</u>
<u>A multa nos rodízios de sushi: uma interpretação distinta.....</u>	<u>9</u>
<u>Sobre peixes e psi.....</u>	<u>11</u>
<u>Von Thünen e o Cafezinho.....</u>	<u>13</u>
<u>Sushi x Comida Consensual.....</u>	<u>14</u>
<u>Economia do rodízio do peixe cru e do boi bem-passado.....</u>	<u>16</u>
<u>Conversa Barata e a Tragédia dos Sushis.....</u>	<u>18</u>
<u>Microeconomia Sushiana.....</u>	<u>20</u>
<u>Quando a sobremesa ruim expulsa a sobremesa boa...ou sagu não é bem público.....</u>	<u>22</u>
<u>À guisa de posfácio (sobremesas?).....</u>	<u>24</u>
<u>Sobre os autores/Chefs.....</u>	<u>25</u>
<u>Principais Conceitos Econômicos Utilizados / Ingredientes e Temperos.....</u>	<u>26</u>

## Prefácio

Conhecer pessoas ficou muito mais fácil com o advento da “blogosfera” do que se poderia imaginar no início dos anos 90. Naqueles tempos, consultores (sempre eles) diziam, de forma sisuda (sempre assim) que o ser humano estaria cada vez mais isolado da sociedade por conta dos (terríveis) computadores. O ludismo, creio, sempre esteve presente no coração do bom selvagem, assustado com as inovações inevitáveis da dinâmica da sobrevivência. O tempo passou e as previsões catastrofistas não vingaram. Conheci centenas de pessoas por causa do universo dos *blogs*.

A vida real e a virtual são, ao mesmo tempo, complementares e substitutos ou, como diria alguém, trata-se de uma função Cobb-Douglas. Na vida real, certo dia, minha *TA – Teaching Assistant*, a Cristiane (minha co-autora aqui), dia destes, resolveu um exercício de Microeconomia básica em minha sala e, espontaneamente, conjecturou: “isto é a mesma coisa que fazem no rodízio de sushi, quando cobram pelo desperdício”.

A observação me pegou no coração. Primeiro, eu gosto de sushi. Segundo, eu sou economista e, terceiro, a pergunta diz respeito à microeconomia. Ora bolas, se tudo isto me afeta, a previsão (econométrica ou não) é de que, a partir de então, eu dispenderia mais tempo pensando nisto do que em outras coisas. Passei exatas 24 horas (me) perguntando (e aos outros: até uma pessoa do ramo de comida japonesa foi vítima de minha curiosidade) sobre o porquê da tal cobrança. Percebi que a resposta definitiva não existe, mas é passível de modelagem lógico-algébrica (= econômica) como nas boas e tradicionais provas de doutorado nas escolas norte-americanas. Quando, há alguns anos, Steven Landsburg, em sua coluna na *Slate*, perguntou sobre o motivo dos carrinhos de supermercado crescerem ao longo do tempo nos EUA, na verdade, ele fazia uma pergunta similar à que a *TA* acabara de me fazer.

No Brasil a cultura econômica ainda é muito enviesada. Não há questões como estas do Landsburg em provas de doutorado, penso, pelo simples motivo de que não há avaliador que se sinta competente o suficiente para corrigir modelos escritos por alunos. Não fomos treinados para criar Teoria Econômica, mas para reproduzi-la. Apenas muito recentemente este quadro começa a se inverter, graças ao retorno de muitos de meus colegas de seus doutorados nos EUA.

Tentar elaborar, ainda que apenas verbalmente, uma resposta para a pergunta do sushi é, sim, uma forma de desenvolver nossas habilidades de economistas mais ou menos inatas. Ninguém nasce economista e não necessariamente um diploma o transforma em um. Voltemos à blogosfera. Lá, há anos, leio gente falar de economia.

Escolhi, dentre tantos possíveis, alguns blogueiros pelos simples critérios da qualidade e da familiaridade (já troquei mensagens eletrônicas com vários e/ou sou amigo de outros há anos). Procurei reunir aqui mais gente jovem do que economistas formados. Pedi-lhes que respondessem a seguinte pergunta: “por que me cobram pelo meu sushi que sobrou no prato”? Este é o “paradoxo do Sushi” ao qual indiretamente se refere o título desta pequena coletânea.

Abri a possibilidade de perguntas similares, mas, para não destoar, que dissessem respeito a restaurantes ou refeições. Achei que ficaria melhor para uma coletânea como esta manter uma linha mestra entre textos que podem ou não ser bastante distintos entre si. Dois autores, assim, optaram por paradoxos não relacionados ao sushi, mas a restaurantes de forma geral o que, em minha opinião, diversifica deliciosamente o cardápio de opções desta coletânea...

É isto que o leitor encontrará nas próximas páginas: o resultado da interação entre blogueiros e economistas (no sentido menos burocrático possível da palavra), que compartilham a visão de que economia é, sim, a ciência que estuda a alocação de recursos escassos. Entendem esta frase, porém, em um sentido mais amplo, permitindo a análise de qualquer troca ou mesmo de tentativas não-consensuais de alocações de recursos. Falo de gente que lê ou já leu James Buchanan, David Friedman, Tyler Cowen, Steven Landsburg, Jack Hirshleifer, Douglass North, Mises, Hayek ou Gordon Tullock. Gente que curte pensar a vida sob um ângulo nem sempre usual. Gente inteligente e generosa a ponto de aceitar este convite.

Que esta coletânea gere os mais diversos desdobramentos possíveis em nosso leitor: mais indagações, críticas, comentários, irritações, perguntas, analogias, etc. Que muitas novas sinapses surjam daqui. Ah, sim, o título foi uma colaboração entre Philippe Maciel e Cláudio Shikida. Lembrança do Philippe do clássico – e engraçadíssimo – filme de Woody Allen. Aliás, a revisão inicial da coletânea também ficou a cargo dele e a Cristiane, como sempre, corrigiu todos os meus erros de português.

Aos que ainda não escolheram sua carreira profissional, talvez esta seja uma dica sobre o quão maravilhosa pode ser a Ciência Econômica. Ou não. Você decide.

Boa leitura.

Cláudio D. Shikida, o orgulhoso editor e organizador desta coletânea e *sushiman* nas horas vagas (em 26 de agosto de 2007).

## “Não existe Sushi gratuito”

Claudio D. Shikida & Cristiane M. Carneiro<sup>1</sup>  
<http://shikida.net>

### Introdução

TRIM... TRIM...

- Alô?
- Cristiane?
- Shikida? Você não deveria estar em sala de aula agora?
- A aula já acabou. Aliás, a aula que você matou. Mas então...

Era o Shikida me convidando para ser monitora (ou *T.A.*) de Teoria dos Preços, uma das matérias que ele leciona. Um pouco constrangedor para uma aluna ser pega em flagrante pelo professor em uma situação como esta, mas nada que um bom analista não resolva. O fato é que em duas semanas começamos o trabalho com a turma.

Em uma das minhas freqüentes visitas à sua sala para discutirmos os exercícios da lista, perguntei ao Shikida se poderia relacionar um dos exemplos do livro com o caso dos sushis. Em poucos segundos estava diante de um debate entre ele e o Ari (outro professor) a respeito da pergunta. Sem argumentos e já atrasada para uma outra aula, optei por uma saída de emergência. Duas horas depois, checando meu e-mail, pude ver o quão perturbadora havia sido a pergunta: uma legião de economistas já havia sido convocada para respondê-la.

Como apreciadora da culinária japonesa, já freqüentei vários restaurantes com sistemas e pratos diversos, do a la carte ao all you can eat, do bom e tradicional sashimi às versões mais criativas do sushi. Gulosa que sou, opto na maioria das vezes pelo rodízio, uma alternativa atraente para quem tem a pretensão de exagerar na comida. O que não entendia, porém, era a razão da multa cobrada por peça não consumida no prato. As justificativas dos restaurantes, em geral, seguem o mesmo princípio do “não-desperdício”. Não foram suficientes, entretanto, para esta legião de economistas.

---

<sup>1</sup> Ari F. Araujo Jr. é praticamente um co-autor desta nota. Após a pergunta inicial, Cláudio e ele discutiram durante um bom tempo sobre o assunto. Desnecessário dizer que lhe agradecemos imensamente.

Por que pagamos outra vez por uma coisa que já pagamos? Por que paguei uma multa pelos meus sushis que sobraram enquanto meu primo comilão que pagou o mesmo preço comeu sete vezes mais que eu? Em outras palavras (e plagiando o Shikida), por que o dono do restaurante está preocupado com minha barriga? Em tempos de preocupação com os “quilinhos a mais” ele está zelando pela minha saúde. Mas esta resposta não consegue por um fim às perguntas. Por que não pago pelo desperdício se opto pela comida a la carte? Por que se vou a um rodízio de carne, não sou penalizada pela lingüiça que sobrou no meu prato?

Um turbilhão de perguntas que têm tirado o nosso sono nos últimos dias e que o analista (lembra dele?) ainda não foi capaz de solucionar. Diante disso, segue nosso apelo a professores, alunos e simpatizantes de economia que queiram nos ajudar a responder a esta pergunta. Qualquer esforço será bem-vindo. Vamos ver onde esta brincadeira vai dar....

Após esta breve – e quase totalmente verídica – descrição da Cristiane sobre a origem do problema, convidamos o leitor a se sentar à mesa para degustarmos a primeira tentativa de responder o paradoxo do sushi.

### **Sente-se à mesa e prepare-se: aí vem economia**

Muitos, mas não todos, restaurantes que servem comida japonesa adotam a prática de servir sushis em duas modalidades, simultaneamente, para diferentes clientes: rodízio e *a la carte* (doravante chamado de “cardápio”). No primeiro caso, de forma geral, há uma parte fixa (normalmente de sashimis) e uma parte variável, o sushi (e suas variantes: makizushi, temaki, etc). A lógica é pagar um preço fixo pelo rodízio que, se convertido em preço unitário, geralmente torna o rodízio atrativo. Em outras palavras: o preço unitário dos sushis é menor no rodízio do que na modalidade de cardápio.

Alguns destes restaurantes utilizam uma estratégia curiosa, aparentemente paradoxal, na qual, no caso específico do rodízio, sobras de sushis são cobradas do cliente. Exemplificando, se o cliente pedir vinte sushis e deixar dois no prato, pagará, digamos, R\$ 1,00 para cada um deles.

Por que se cobra pelo sushi se esse já estava no pedido? Por que isto não ocorre no pedido feito direto no cardápio?

Estas perguntas ensejam uma tentativa de resposta da parte de economistas, renomados pesquisadores de almoços que não são gratuitos. Temos sushi e uma “multa”, menos grátis do que isso este almoço não poderia ser. E nem menos curioso.

### **O *Sushiman* discrimina preços?**

Imagine uma típica praça de um *Shopping Center*. Nela, pessoas escolhem entre diferentes tipos de restaurante. Não se verifica uma homogeneidade no tipo de refeições servidas: há sempre um restaurante de comida chinesa, outro de comida regional, e, claro, *fast-foods*. Portanto, supomos que o nosso *Sushiman* é um monopolista sem muita preocupação: provavelmente ele é o único do *Shopping* na maioria dos casos do mundo real.

Nesta situação, ele percebe que há dois tipos de clientes e que pode discriminá-los de forma simples: observando a elasticidade relativa de suas demandas. Sim, você está diante do caso clássico do monopolista discriminador de preços.

Suponha que o *Sushiman* tenha custos totais de produzir sushis para os dois tipos de pedido: os de cardápio e os de rodízio. Assim, seu custo total é dado pelo custo de produzir a quantidade total de ambas as modalidades. Assim, sua receita total é a soma das receitas com esses dois tipos de pedidos. Obviamente, seu objetivo é maximizar seu lucro. A solução deste problema, pode-se conferir em qualquer bom livro de Microeconomia, implica que o monopolista que possui uma planta, mas vende seus produtos para dois mercados distintos, cobre preços diferentes para cada mercado, conforme o quanto a demanda daquele mercado reage a mudanças nos preços. Esta reação é chamada de elasticidade-preço da demanda e, grosso modo, procura nos dizer o quanto varia a quantidade demandada a uma dada variação do preço.

Suponha que o *Sushiman* conhece – através de pesquisas feitas (e/ou pelo próprio *feeling*) – as elasticidades dos dois tipos de clientes. Mais ainda, suponha que os clientes que pedem via cardápio tenham demandas menos elásticas do que os que pedem no sistema de rodízio. Neste caso, o *Sushiman* deveria cobrar um preço maior pelo mesmo sushi nos pedidos feitos segundo o cardápio.

Bom, isto explicaria a diferença de preços no caso em que se aceite que a demanda via cardápio é, inicialmente, mais inelástica. A idéia, penso, é que o rodízio lhe dá a oportunidade de cobrar um preço menor, mas, adicionalmente, existe a mudança na forma de servir o sushi. Entretanto, isto não responde nossa pergunta ainda.

## **Mas e o sushi que sobrou?**

Nossa hipótese é a de que este *Sushiman* raciocina da seguinte forma: como os dois mercados se distinguem apenas pelas mesas ocupadas por clientes distintos, cada sushi deixado no prato do sujeito que pediu no rodízio significa um sushi a menos que ele poderia ter servido no sistema de cardápio. O custo de oportunidade de produzir um sushi a mais no rodízio está em deixar de usar o mesmo arroz no pedido feito através do cardápio.

É óbvio que este custo é de difícil mensuração. Por exemplo, se existirem mais clientes de rodízio do que de cardápio no dia, talvez não valha a pena cobrar a multa. Mas se o oposto ocorrer, os mesmos ingredientes do sushi ficam relativamente escassos e, como nem os preços do rodízio, nem os do cardápio podem ser alterados na rapidez necessária – Mankiw corretamente chamou isto de “custos de menu” – o que lhe resta é criar o sistema de multas.

Observe que mesmo esse sistema pode, eventualmente, ser deixado de lado<sup>2</sup> caso a relação de fregueses “cardápio/rodízio” não agudize o problema do custo de oportunidade. Isto pode ser uma explicação para o fato de alguns restaurantes adotarem a regra da multa e outros não.

## **Não existe Sushi grátis?**

Como sempre, não existe almoço grátis. Agora, a hipótese que explicamos aqui ainda necessita ser melhor estudada. O modelo apresentado é exatamente o mesmo de qualquer livro-texto, mas tentamos acrescentar algumas informações adicionais que podem ajudar – futuramente – em seu aperfeiçoamento, por exemplo, tornando a regra das multas uma decisão endógena.

---

<sup>2</sup> Como efetivamente ocorreu em um restaurante frequentado por um dos autores desta nota.



## A multa nos rodízios de sushi: uma interpretação distinta

Philippe Berman, UFRGS

<http://rabiscoseconomicos.blogspot.com>

A multa sobre o sushi desperdiçado pode ser explicada sob vários pontos de vista. Neste pequeno texto, farei uso de um instrumental distinto para tentar explicar esse acontecimento. Mesmo não sendo um cliente assíduo de restaurantes japoneses, imagino que, em qualquer rodízio, as pessoas escolhem aquelas peças de sushi oferecidas pelos garçons que passam por entre as mesas. Da mesma maneira que em churrascarias, algumas pessoas aceitam a oferta dos garçons sem considerar o que realmente estão dispostas a comer. Falando de outra maneira, as pessoas não têm incentivos para serem seletivas no que diz respeito à aceitar ou rejeitar uma peça de sushi.

Sob o prisma da análise econômica, isso pode ser explicado pelo fato de que o preço pago para ter acesso ao rodízio é único, não importando a quantidade de sushis que o cliente aceita no rodízio. Assim, o preço unitário dos sushis que as pessoas aceitam caem na medida em que elas aceitam mais e mais pedaços. Com isso em mente, e partindo da idéia que a demanda por sushi é inversamente proporcional ao seu preço, seria racional que as pessoas aceitassem qualquer pedaço que lhes fosse oferecido, já que o preço unitário cairia cada vez mais.

Antes de proceder, porém, ao desenvolvimento do modelo, cabe uma nota aqui sobre o que eu chamaria de "restrições naturais ao desperdício". Se eu estou certo ao afirmar que as pessoas não têm motivo algum para rejeitar sushis em um rodízio, isso também seria verdade em churrascarias e em *buffets* livres. Mas então por que isso não acontece? São vários os motivos, sendo que um em particular ilustra bem a idéia de restrições naturais. Hoje em dia, normas sociais e questões éticas (que estão fora do escopo desta análise) fazem com que a maioria das pessoas tenha uma aversão ao desperdício: você não vai a um *buffet* livre e põe no seu prato 10 quilos de arroz principalmente devido ao que as outras pessoas pensarão e também por que você sabe que esse desperdício de comida poderia alimentar outras pessoas que estão com fome.

No entanto, além do "fator natural" citado acima, podem ser criadas maneiras artificiais ou, como os economistas gostam de dizer, é possível desenhar mecanismos de incentivo que reduzam ainda mais o desperdício e o custo incorrido pelo restaurante. A multa sobre os sushis desperdiçados é um bom exemplo, já que cria motivos para que as pessoas sejam mais cautelosas ao aceitar o que lhes é oferecido.

Sem a multa, o preço unitário do sushi será cada vez menor não importando a quantidade que você ingeriu. Se você aceita 20 sushis, o preço unitário de cada um deles será o mesmo se você comer todos, se não comer nenhum ou se comer somente a metade e desperdiçar o resto. Logo, em nosso modelo, a decisão de aceitar um sushi leva em conta somente as restrições naturais de desperdício cujo aspecto subjetivo deixa muita margem para erros de cálculo por parte dos clientes.

Para reduzir essa probabilidade de erro e reduzir os desperdícios, o restaurante intervém com uma multa sobre cada peça deixada na tigela, criando dois novos preços que serão utilizados pelo cliente para tomar sua decisão de aceitar ou não uma peça de sushi. Além do preço pago para se entrar no rodízio e do preço unitário do sushi aceito, agora o cliente também se depara com o preço unitário do sushi que foi ingerido e o preço unitário daquele que foi deixado na tigela. Esse último se refere ao valor da multa e, assim como o preço do rodízio, é determinado *a priori*.

Assim, ao criar a multa sobre cada peça desperdiçada, o estabelecimento gera uma informação adicional que ajuda o cliente a tomar uma melhor decisão sobre qual sushi aceitar e qual rejeitar. Em um restaurante sem multa, o custo de não querer comer um sushi que já foi aceito é zero. Essa situação não prejudica você, mas é maléfica para o dono do rodízio. Com a multa, você tem um incentivo a pensar melhor sobre qual decisão tomar, já que agora o desperdício vai afetar também o seu bolso. O mais importante, porém, é que a multa cria condições para que essa decisão seja tomada com base em algum critério objetivo, ao contrário do que ocorre quando o único parâmetro que se tem são as restrições naturais.

## Sobre pisces e psi

Philippe Maciel  
<http://matizes.escondidos.zip.net>

Alguém aí conhece o indivíduo médio?

Eu tampouco, mas digamos que o indivíduo médio é averso<sup>3</sup> ao risco. Na verdade, de acordo com pesquisas em psicologia (psicologia séria, não é aquela que se costuma ouvir por aí), o indivíduo médio é avesso ao risco. De fato, a maioria das pessoas afirma não desejar entrar num jogo em que tenha 50% de chance de ganhar, digamos, 100 reais, e 50% de chance de perder 50 reais. Como vemos, o valor esperado do jogo é positivo (um ganho), mas as pessoas geralmente não participam de esquemas como esse. Ou melhor, DIZEM que não vão participar, mas acabam participando às vezes... Passe numa lotérica perto da sua casa quando a Mega Sena estiver acumulada... De fato, o que aparenta ser irracional às vezes pode ser perfeitamente racional, mas isso fica para outro dia. O fato é que as pessoas dizem preferir não perder a correr o risco necessário para ganhar, ainda que o valor esperado seja positivo.

Vamos repetir, que esse ponto é importante: as pessoas dizem preferir não perder a correr o risco necessário para ganhar, ainda que o valor esperado seja positivo.

Alguém aí conhece o rodízio de sushi médio?

Segundo dizem por aí, estabelecimentos que vendem sushi no rodízio cobram multa sobre sushis não comidos.

Será que isso faz sentido? Landsburg diz que as coisas geralmente fazem sentido, e que cabe a nós buscá-lo.

Vamos pressupor que o dono do estabelecimento do sushi ("Estabelecimento do Sushi", com letras maiúsculas, é nome bom para um sushi bar, vou anotar isso) é um cara higiênico, que não reaproveita sushis preparados e não comidos.

Bom, se fosse o caso de um serviço de sushi a la carte, não teria problema algum o sujeito largar o seu sushi (pelo menos para o dono do estabelecimento). O cliente já teria pago por ele e o dono da casa já teria ganho em cima dele. Ok, temos desperdício aqui, mas quem perde é o cliente que pagou por algo de que não vai

---

<sup>3</sup> Alguns usam “avesso” ao risco, mas a tradução mais correta de *risk-averse* é “averso ao risco”. (Nota do editor).

Tudo o que você sempre quis saber sobre a multa nos sushis que sobraram no rodízio...mas 12  
não tinha coragem de perguntar ao amigo economista” (2007)

usufruir. Talvez eu devesse dizer algo aqui sobre perder também o Planeta Terra (o nosso único planetinha!), mas isso também fica para outro dia.

No caso do Sushi no rodízio, a coisa é diferente. O indivíduo paga uma quantidade fixa de dinheiro e come o tanto de sushi que quiser. Se a multa não existisse, a maioria das pessoas iria pegar o máximo de sushis que fosse possível, e caso o "sushi marginal" causasse desutilidade (“cara, estou cheio”) seria apenas o caso de largá-lo. Assim, as pessoas não hesitariam em pedir mais um sushi. Entretanto, largar o sushi seria ruim para o dono do estabelecimento, que teria perdido ingredientes que poderiam ter sido comidos por um cliente ainda não satisfeito (“cara, estou morrendo de fome”).

O que fazer?

Digamos que o dono do estabelecimento tenha Ph.D em psicologia evolutiva. Ou tenha herdado os segredos do avô, grande comerciante. Ou que tenha jeito para o comércio. O fato é que ele sabe que as pessoas preferem não perder a correr o risco necessário para ganhar. O que ele faz?

Ele sabe que, no limite da gula, o cliente irá pensar se pede ou não mais um sushi. Na cabeça do cliente, a dúvida é cruel, o que quer dizer que ele imagina ter 50% de chance de comer o sushi. Dito de outra forma, ele sabe que tem 50% de chance de não comer o sushi. Dependendo do valor da multa, ele irá se basear em sua mente de caçador-coletor primitivo (que não fez estatística com a tia Dulce na oitava série), e optará por não comer o sushi. O sushi não comido então estará disponível para o colega da mesa seguinte (“finalmente chegou a minha comida, estava quase morrendo de inanição”). Isso está de acordo com o que foi descrito lá em cima: as pessoas preferem não perder (perder aqui é pagar a multa) a correr o risco necessário para ganhar (ganhar aqui é ficar feliz com mais um sushi).

Na dúvida entre pedir mais um sushi e a possibilidade da multa, ele prefere não arriscar.

Agora fica a pergunta: por que o mercado de rodízio ainda existe? Na minha cabeça, os comilões deveriam expulsar os comilinhos do mercado, num caso clássico de seleção adversa e espiral ascendente de preços. O fato, porém, é que os rodízios continuam por aí...

- Mas isso fica para outro dia. Um sakê e a conta.

## Von Thünen e o Cafezinho

Leonardo M. Monasterio  
<http://lmonasterio.blogspot.com/>

Eu não sou freqüentador de restaurantes chiques e muito menos de *buffet* de sushi. Meu exemplo será mais prosaico:

Nas minhas andanças rodoviárias pelas BRs, costumo notar um padrão. Nas paradas de beira de estrada, os restaurantes fuleiros tem sempre a garrafa de café junto ao *buffet*. Já nos comerciais por quilo do centro das cidades a garrafa térmica fica bem junto a saída. Qual a razão?

A explicação foi dada pelo Von Thünen em 1826. (Ok, ele não estava preocupado com o cafezinho. O que quero dizer é que a intuição é a mesma). A disputa pelo solo urbano faz com que o preço do aluguel do metro quadrado ( $m^2$ ) seja alto. Portanto, as atividades que o ocupam têm que gerar uma alta receita por  $m^2$  para pagar a conta do aluguel. Nos restaurantes comerciais por quilo no centro, a despesa do cliente tende a cair com o passar no tempo. Ou seja, ele gasta no prato do almoço, no refrigerante e pronto. Depois disso, o melhor para o dono é se livrar dele o mais rápido possível, para que outro cliente venha a ocupar a mesma mesa (ou seja, o mesmo  $m^2$ ). Assim, o café perto da porta serve também para pôr o cliente para fora do restaurante. Já nos restaurantes de beira de estrada, o preço do  $m^2$  do terreno custa praticamente nada. (Já notou como as mesas são maiores e há mais espaço?). Portanto, eles incentivam que o cliente fique por lá, tome seu cafezinho em paz e - quem sabe - acabe consumindo mais alguma coisa

## Sushi x Comida Consensual

Diego Balduino

<http://www.pensandoemeconomia.blogspot.com/>

A explicação aparentemente óbvia para o problema dos sushis reside no fato dos restaurantes tentar evitar o desperdício. Em Hong Kong essa é a idéia pelo menos. O sushi é um prato peculiar, não encontrado em qualquer lugar. Por isso a demanda pelos ingredientes provavelmente é baixa, fazendo com que o preço dos “insumos” seja relativamente baixa e assim sendo, o preço seja encarecido.

Não é difícil de se imaginar que a grande maioria da população no Brasil nunca comeu um sushi. Pois bem, é um mercado de difícil acesso, e a tendência é continuar assim. A cultura do “brasileiro médio” não permite tamanha diversificação de ter o sushi incluído nas sua cesta e bens mensal. Em São Paulo encontramos uma grande diversidade de culturas e bairros destinados a uma certa etnia. No bairro da Liberdade, nós encontramos um número expressivamente grande de descendentes de japoneses, se compararmos com muitas regiões do Brasil, e lá talvez podemos encontrar uma maior demanda pelo produto.

Essa dificuldade de acesso inibe muitos restaurantes de incluírem tal iguaria em seu menu, pois não há incentivos suficientes (demanda crescente) para arcar com os altos custos relativos de se fazer um sushi. Por isso, fazem arroz, feijão, bife, batata frita e salada. Pratos tipicamente brasileiros. Seria muito difícil encontrar um brasileiro que desgoste deste típico prato, portanto, os chefs e donos de restaurantes optam por esse tipo de mercado, mais seguro.

Se tratarmos um restaurante que tenha como modo de atuação um *buffet* a quilo, em que as pessoas se servem e pagam uma quantia relativa ao peso do que foi pego, haverá, ocasionalmente, desperdício. Pode ser por não gostar da comida, por estar fria, ou por diversos outros motivos, pessoas acabam se animando com o que se tem a disposição e pegam mais do que a sua fome permitia. Problemas como esse do desperdício podemos resolver dando incentivos às pessoas a pegarem menos comida cobrando delas um certo valor pelo que elas deixaram de comer.

Nessa suposta solução podemos encontrar alguns problemas também. Incentivando as pessoas a comerem menos, ou, pegando menos comida, há o risco de as pessoas por medo de deixar comida no prato acabem subestimando sua fome e moderando nas suas colheradas, fato este que faria muitas pessoas saírem com fome. Por sua vez, o restaurante deixaria de aproveitar o potencial das pessoas de comerem mais. Por isso talvez essa prática não seja amplamente aplicável por aqui.

Só que isso é em relação a comidas usuais, digamos, comuns, que encontramos em qualquer esquina. O caso dos sushis é algo mais complexo. Como comentado na breve introdução o produto é uma iguaria de custo maior, peculiaridade que chama atenção. Por chamar atenção, e por não ser encontrada tão facilmente, as pessoas podem pegar, experimentar de curiosidade e não gostarem, ocasionando novamente, desperdício. Pense agora que você tenha duas bolas de futebol, uma daquelas de R\$ 5,00 compradas na praia, que uma brisa jogue longe e desvie do caminho que você pretendia que ela tomasse ao bater na mesma; outra, a bola usada na Copa do Mundo, que lhe custou um montante muito maior de dinheiro. Suponhamos que aquele primo chato venha te visitar e acaba querendo jogar futebol, mas devido à incapacidade do mesmo, ele acabe furando sua bola, a pergunta em questão é a seguinte: Você gostaria que ele furasse a bola da Copa ou a da praia?

Não precisamos nem responder essa pergunta, mas a analogia feita foi para explicitar que se é pra sermos prejudicados, que sejamos de forma mais branda. Por isso é “preferível” que as pessoas desperdicem arroz a sushis. E assim, casos como o de Hong Kong em que 2 dólares são cobrados para cada peça de sushi deixada no prato acontecem com maior frequência e casos como o de que serão cobradas multas para cada batata frita deixada no prato naquele *buffet* da esquina sejam muito mais raros. Portanto, não existe sushi grátis.

## **Economia do rodízio do peixe cru e do boi bem-passado**

Pedro S. Castro

A intrigante observação que faço é que em rodízios de sushi você paga uma multa por itens que pedir e não comer, enquanto que nos rodízios de carne você não paga se deixar aquela picanha no prato. Qual a lógica econômica disso? Acredito que a resposta esteja na característica do bem ofertado, que tem reflexos na forma em que este bem é ofertado.

Um rodízio de sushi difere-se do de carne em uma questão crucial. No primeiro, quando você quiser comer, você deve chamar o garçom e fazer o seu pedido, ele levará seu pedido ao *sushiman*, que irá prepará-lo; quando estiver pronto, o garçom irá levar a você o seu delicioso sushi. Exatamente como em um restaurante "a la carte", exceto pelo fato do valor da conta não depender da quantidade pedida. No segundo, a carne é preparada independente do pedido do cliente. Quando estiver pronta, o garçom irá passar pelas mesas oferecendo aquele pedaço de carne, se você quiser é só pedir para ele lhe partir um pedaço.

"Tá, mas ainda não sei por que eu paguei por aquele maldito pedaço de sushi que deixei no prato semana passada".

A questão é que em um rodízio sem multa o consumidor tem incentivos para não calcular exatamente o quanto irá comer, simplesmente por que não arca com os custos desse erro. Quer dizer, não se ele superestimar o quanto vai comer, pois se ele subestimar sua fome terá o pequeno inconveniente de esperar pela próxima peça de comida, o que pode ser um pouco chato. Assim, o consumidor tem algum incentivo para em caso de dúvida "ter um olho maior que a boca". Sim, sua mãe lhe ensinou que é feio, mas ela também lhe ensinou que "é melhor sobrar do que faltar". Em um rodízio, o resultado é pedido em excesso, pois pedir uma unidade a mais não custa absolutamente nada.

Não custa nada para o consumidor, mas faz diferença para a firma. É possível ver que o desperdício de sushis não é um resultado eficiente, pois é possível manter o bem-estar do cliente inalterado, dando-lhe o mesmo número de sushis, ao mesmo tempo em que aumentamos o lucro do restaurante. Bastaria evitar que o sushi que seria desperdiçado viesse a ser produzido. A multa seria esse instrumento de melhoria na alocação de recursos.

O estabelecimento da multa poderia inclusive aumentar o bem-estar do consumidor. Suponha que o restaurante cobrasse por pessoa o valor esperado do



Tudo o que você sempre quis saber sobre a multa nos sushis que sobraram no rodízio...mas 17  
não tinha coragem de perguntar ao amigo economista” (2007)

custo individual. Se o desperdício é reduzido, o custo médio por pessoa diminui e assim o preço cobrado do cliente.

"Fascinante! Mas e quanto ao rodízio de carne? Também não teria o consumidor incentivo a ter 'o olho mais que a barriga'?"

Certamente, afinal o custo de pegar um pedaço extra de carne também é zero. O garçom passa, se o cliente pedir pouca carne, talvez demore um pouco para que o próximo pedaço esteja em seu prato.

A diferença aqui é que, quando o consumidor aceita um pedaço de carne, ela já está pronta. A observação é trivial, mas pode explicar o porquê não se cobra multa nesses estabelecimentos. A carne é produzida sem um prévio pedido (explícito) do cliente, de modo que é possível que um pedaço de carne pronto não seja quisto por nenhum dos clientes. Nesse caso, após um tempo sendo oferecida para os clientes, a carne vai para o lixo. Se os clientes pegarem um pedaço dessa carne é a deixarem no prato não fará a menor diferença para o restaurante. Não importa se a carne vai do espeto para o lixo ou do prato para o lixo.

Ou seja, o fato de no rodízio de sushi o pedido ser anterior à preparação da comida enquanto em um rodízio de carne o pedido é posterior faz com que a instituição da multa seja mais efetiva no primeiro caso. O que nos leva a perguntar por que existe essa diferença no momento da preparação em relação ao de pedido. Responder a essa pergunta demandaria mais algumas mal traçadas, e deixo isso para uma próxima oportunidade. Ou, com sorte, para o leitor.

## Conversa Barata e a Tragédia dos Sushis

Guilherme Stein, UFRGS

<http://rabiscoeconomicos.blogspot.com>

O problema do rodízio de sushi envolve dois agentes: o restaurante e o cliente. Ambos agem no sentido de aumentar seu bem-estar. A multa cobrada por unidade não consumida deve, necessariamente, surgir da interação entre esses dois agentes. Portanto, é necessário analisar o comportamento de ambos agentes separadamente e depois combina-los de tal forma que o problema da multa possa ser respondido.

Antes disso é necessário, ainda que não muito necessário, definir o que é um rodízio. Rodízio é uma modalidade de serviço oferecida por restaurantes na qual você paga um preço fixo e pode comer “até cansar”. No caso de um restaurante japonês, existem as unidades sushi as quais, no rodízio, você pode ter acesso indefinido.

Feito esse esclarecimento, podemos analisar o comportamento dos agentes e a lógica por trás de seu comportamento. No caso dos consumidores, a lógica é a da utilidade marginal decrescente. Para cada unidade de sushi a mais que o sujeito come, menor é a utilidade acrescentada em relação ao sushi anterior. Vale a pena pagar pelo rodízio se a utilidade total dos sushis for igual ou maior do que a utilidade que o valor monetário correspondente ao preço do rodízio poderia lhe dar comprando algum outro bem. Note que a quantidade de sushis que o cliente pode pedir é ilimitada, pois, dado o preço do rodízio, o custo de “pedir mais um sushi” é zero. Portanto, os indivíduos em rodízios tendem a desperdiçar, uma vez que, do ponto de vista do consumidor, os sushis são, a princípio, ilimitados. Os consumidores podem pedir quantos sushis quiserem, mesmo que não os comam.

Por outro lado, a lógica do restaurante é diferente. Os restaurantes lidam com custos marginais crescentes. Para cada sushi que é produzido a mais, mais recursos devem ser realocados para a produção de sushi. Portanto, para cada sushi a mais, o custo de oportunidade se torna cada vez maior. Vale a pena abrir um restaurante de rodízio se o custo dos sushis por pessoa for menor do que o preço que os consumidores estão dispostos a pagar. Em outras palavras, o preço cobrado deve ser igual ou maior do que o preço mínimo que lhes é imposto pela oportunidade perdida em realizar outra atividade. Logo, note que, para o restaurante, os sushis são limitados.

O problema dos restaurantes é que essa limitação não é transmitida para os consumidores. Se cada unidade de sushi fosse cobrada, a la carte, os consumidores iriam consumi-las até que a utilidade marginal da última unidade de sushi fosse igual ao

preço dessa unidade. Entretanto, no rodízio isso não existe. Uma vez pago o valor fixo, o consumidor pode consumir *ad infinitum*. Para criar uma limitação e evitar o desperdício, é que os restaurantes decidiram cobrar uma multa pelo sushi não consumido.

A multa altera a escolha do consumidor. Com ela, o custo de pedir uma unidade aumentou, pois agora o consumidor só irá pedir uma unidade a mais de sushi se ele realmente for consumi-la. É uma maneira de informar aos consumidores de que “não existe esse negócio de sushi de graça” e, portanto, os indivíduos devem aperfeiçoar suas escolhas para evitar desperdício.

A lógica por trás da multa é aumentar o custo de tomar uma determinada atitude. Pode se fazer uma analogia com o conceito “*cheap talk*” da teoria dos jogos. No jogo “Dilema dos Prisioneiros”, por exemplo, pouco importa se os prisioneiros conversarem antes de jogar e combinarem uma jogada. Essa conversa não irá alterar o resultado, pois não existe como controlar se o acordo feito será realmente cumprido. Se um dos prisioneiros descumprir o acordo, não haverá punição para ele. A única maneira de fazer o acordo ser cumprido é se existisse algum compromisso que impusesse um custo a quem descumprisse o acordo. No caso do sushi, o cliente, ao ser perguntado se “quer mais sushi”, não fará “*cheap talk*”, ou seja, ele realmente dirá a verdade.

## Microeconomia Sushiana

Pedro Henrique C. G. de Sant’Anna  
<http://econometricum.blogspot.com>

Sushi é um prato japonês conhecido e apreciado mundialmente. Até hoje, pouco foi se falado da economia do sushi<sup>4</sup>. Muitas vezes deparamo-nos com algumas situações interessantes que ainda não foram pensadas e/ou expostas. Uma delas é em relação à multa que, em um rodízio de sushi, paga-se por deixar no prato uma quantidade de sushi, i.e. pelo que você pediu e não comeu. Muitos não sabem como funciona um rodízio de sushi, então é uma boa idéia dar uma "luz" .

O rodízio de sushi é diferente do de carne em que a maioria está mais acostumada: no primeiro, você geralmente preenche uma "cartelinha" dizendo a quantidade de sushis que você deseja comer, enquanto no segundo você só espera chegar aquela picanha (que saudade!). Em ambos você pode comer o máximo que conseguir, mas no rodízio de sushi, se a quantidade que você pediu inicialmente foi insuficiente, demorará alguns minutos para que sua nova "tábua" chegue. Além disso, no rodízio de sushi, o que você não come não é "repassado" para o próximo consumidor como nos rodízios de carne

"Mas que raios de multa é essa que você falou no começo"? É o seguinte: se você fizer um pedido e não conseguir comê-lo completamente, você paga para o restaurante uma taxa adicional pelo desperdício. Por que isso acontece se é um rodízio? Ora, é simples: pessoas respondem a incentivos!

Quando você faz o pedido grande e não o come todo, o que você ganha com aqueles sushis que você não comeu? Nada. Se você tivesse pedido exatamente o número que você comeu você estaria menos feliz? Não. Ou seja, o benefício marginal de 1 sushi a mais para o consumidor é zero (ou menor que zero). Já o custo marginal para o restaurante não é igual a zero. O restaurante gastou uma certa grana para fazer o sushi e o cliente não o comeu e não está mais satisfeito se estivesse pedido uma quantidade menor.

Para o restaurante seria melhor se o cliente pedisse menos sushis de modo que não houvesse desperdício, pois assim ele lucraria mais. Já para o cliente é melhor fazer um pedido grande e comer o tanto que aguentar, pois se ele pedir menos do que a sua fome exige, ele terá de esperar algum tempo até que a outra "tábua" chegue. Ou seja,

---

<sup>4</sup> Existem algumas exceções tal como Issenberg (2007) “The Sushi Economy: Globalization and the Making of a Modern Delicacy”, Gotham.

Tudo o que você sempre quis saber sobre a multa nos sushis que sobraram no rodízio...mas 21  
não tinha coragem de perguntar ao amigo economista” (2007)

temos uma situação em que o agente (cliente) possui incentivos diferentes do principal (restaurante). Como resolver esse problema? Como fazer os incentivos do cliente convergirem para o do restaurante?

Aí é que entra a multa pelo desperdício. Quando o restaurante começa a cobrar uma multa pelos sushis que não foram comidos, os incentivos do cliente alteram-se, fazendo com que ele calcule melhor a quantidade que ele vai comer, pois caso ele não aguentar comer tudo ele pagará uma taxa adicional. Mas se os incentivos são para você pedir exatamente o que vai comer, por que algumas pessoas ainda não o fazem? Simples. Para essas pessoas, o custo de ficar esperando o novo barco de sushi é maior que o valor da multa. Caso a multa seja alta, provavelmente o número de desperdício vai diminuir.

Muitas pessoas não acreditam que os clientes fazem esse tipo de conta, mas isso não importa, pois os consumidores se comportam como se estivessem maximizando sua utilidade, validando os modelos matemático. Em economia, assim como em qualquer ciência social, o objetivo é entender o comportamento humano no dia-a-dia, e esse foi o objetivo desse texto.

Quando você ouvir que economistas estudam somente temas complicados que não é possível observar na "vida real", saiba que esse pilantra que te falou isso não sabe nada do que está falando.

## **Quando a sobremesa ruim expulsa a sobremesa boa....ou sagu não é bem público**

André Carraro

<http://subsolo.org/gustibus>

A cidade de Santa Cruz do Sul possui diversas atrações. Uma delas é o shopping da cidade formado por uma grande área de alimentação rodeada por restaurantes e bares. Dois desses restaurantes abriram seus negócios na mesma época e serviam comida por quilo com sobremesa. No entanto, em um deles a sobremesa de sagu possuía um sabor excepcional que se destacava em relação à sobremesa do outro restaurante, geralmente, torta alemã. Apesar de próximos os restaurantes apresentavam diferenças no atendimento.

O restaurante “Sagu” atendia seus clientes da seguinte forma: qualquer pessoa poderia se servir, pesar o prato da refeição e pagar, se desejasse, apenas ao final da mesma que era feita na área de alimentação comum a todos os restaurantes. Quando desejasse o cliente poderia voltar ao *buffet* e pegar a sua porção de sagu. As principais vantagens eram a agilidade e rapidez com que as pessoas se serviam. Como não precisavam pagar no momento de pesar, a fila andava rapidinho. No entanto, não havia nenhum controle de quem estava se servindo de sobremesa, nem a quantidade de vezes que ele se servia.

O restaurante “Torta Alemã” atendia seus clientes também oferecendo comida por quilo, mas ao final da mesa de se servir todos deveriam pagar antes de sair da área privativa desse restaurante. A sobremesa era pega após o pagamento. Aqui o tempo de espera era bem maior. A fila andava muito lentamente já que todos deviam fazer o pagamento antes de sair do restaurante.

No início das atividades era visível o maior sucesso do restaurante Sagu, apesar do seu preço ser um pouco maior do cobrado pelo Torta Alemã. Ora, para qualquer economista chama a atenção o fato de um restaurante confiar tanto em seus clientes. Mas a própria proprietária afirmava que era comum seus clientes mais distraídos saírem sem pagar e no dia seguinte aparecerem dizendo que haviam esquecido do pagamento. Alguns clientes até sugeriam ser um caso perfeito de capital social em favor do desenvolvimento econômico.

Com o passar do tempo os clientes começaram a perceber que para conseguir comer a deliciosa sobremesa de sagu não era necessário pagá-la. A primeira pessoa a

Tudo o que você sempre quis saber sobre a multa nos sushis que sobraram no rodízio...mas não tinha coragem de perguntar ao amigo economista” (2007) 23

perceber isso foi uma professora de economia que passou a pegar a sua comida no Torta Alemã mas depois da refeição caminhava calmamente até a mesa de sobremesa do Restaurante Sagu para pegar o delicioso doce. Incentivos são incentivos e praticamente todos os clientes perceberam que poderiam comer o sagu sem precisar se servir do *buffet* mais caro do restaurante. Para espanto meu, sagu estava sendo tratado como bem público.

Aos poucos, a quantidade de clientes no Sagu foi diminuindo, enquanto que no outro a fila aumentava progressivamente. Enquanto o gerente do restaurante Torta Alemã recebia seus clientes com um largo sorriso, a gerente do Sagu via a confiança dada pelo estabelecimento ser recompensada pela infidelidade do consumidor. Resultado, ela retirou das sobremesas o doce de sagu.

Ainda hoje penso os motivos pelos quais ela fez isso. Afinal, porque ela não estabeleceu um preço composto por duas tarifas?

### **À guisa de posfácio (sobremesas?)**

Muito apropriadamente, o André – por sorte do editor – ficou ao final deste divertido conjunto de textos. Isto porque, primeiro, ele fala sobre o sagu, sobremesa que me fez sentir saudades de minha época no bandeirão da USP e nos restaurantes *self-service* de Porto Alegre e, segundo, sempre pensei no posfácio como o final de tudo o que, para nós, bem poderia ser a sobremesa.

O leitor que chegou até aqui notou que há uma interessante diversidade de opiniões entre os autores, embora todos compartilhem muitos elementos comuns em suas análises. Alguém já disse que é, em alguns casos, “é muito mais interessante tentar elaborar uma pergunta do que respondê-la”. Claro que isto não se aplica a uma prova de Microeconomia, mas há uma verdade básica nesta frase. Explico-me. Toda boa agenda de pesquisas tem início com alguma preocupação do pesquisador com aspectos específicos do mundo real. O esforço mais importante, neste momento, é tentar elaborar perguntas e respondê-las e, muitas vezes, não sabemos nem o que perguntar. Em seguida, começa a enxurrada de possíveis respostas, algumas mais confusas, outras menos, até que, um dia, você percebe que finalmente entendeu bem o seu problema.

O processo usado nesta coletânea mostra que economistas podem ser muito mais criativos do que algumas más línguas supõem. Não há gabarito aqui, no posfácio. Nada disto. Aqui, agradeço aos que aceitaram participar deste livrinho. Ao buscarem respostas, eles levantaram diversas dúvidas novas, interessantes, bem como me mostraram aspectos antes pouco explorados da questão específica ou, como vimos, aspectos interessantes sobre a “economia dos restaurantes” de forma geral.

O passo seguinte, caro leitor, cara leitora, consiste em continuar o trabalho. Ora pensando, ora intuindo...quem sabe você mesmo não elabora alguma hipótese nova sobre a multa dos sushis?

Esperamos que tenha tido uma boa refeição,

Cláudio, em nome de todos os autores.



### **Sobre os autores/ *Chefs***

**André Carraro:** Monogâmico seqüencial. Nunca foi um excelente aluno e acabou como professor.

**Claudio Shikida** crê que a economia é algo mais interessante do que parece. Além disso acha sua auto-crítica bem ruinzinha e é fã incondicional de qualquer iconoclasta.

**Cristiane M. Carneiro** é a culpada disto tudo.

**Diego Baldusco** - Estudante de Economia, famoso por...

**Guilherme Stein** faz contínua e discretamente.

**Leo Monasterio** tenta deixar de ser amigo do Claudio Shikida faz 15 nos. Não conseguiu ainda.

**Pedro S. Castro** - Estudante de administração pública, um dia irá regular e normatizar todos os aspectos da vida dos brasileiros (inclusive rodízios de sushis), porque burocratas são iluminados e sabem o que é melhor para você. Para cumprir essa árdua missão, promete não deixar o paletó na cadeira e ficar o dia todo no cafezinho. Ou promete ao menos tentar.

**Pedro Henrique Costa Gomes de Sant'Anna** é um estudante de economia que ouve constantemente piadinhas por ter 759 sobrenomes.

**Philipe Berman** gosta de economia, mas prefere quindim.

**Philipe Maciel** é aluno de administração pública na Escola de Governo da Fundação João Pinheiro. Ele não pratica vodu nem estuda economia, mas gosta (de economia). Seu blog é o [www.matizes.escondidos.zip.net](http://www.matizes.escondidos.zip.net).

## Principais Conceitos Econômicos Utilizados / Ingredientes e Temperos

**Bem Público** – Bem não-excludente e não-rival. Ficou confuso? Pois é. Abra um bom livro de microeconomia que eu prometo que você entenderá. Se o livro de microeconomia é seu porque você o comprou, isto significa que alguém deixou de comprar este seu livro (claro, ele pode comprar outro exemplar). Isto significa que seu livro tem a propriedade da “rivalidade”. Você, além disso, pode abrir seu livro e proibir outras pessoas de lerem quando você estiver lendo, o que significa que você pode excluir os outros do usufruto da leitura do livro. Conclusão: seu livro não é um bem público, mas seu exato oposto, um bem privado.

**Custo de Oportunidade** – O custo de abrir o livro de microeconomia agora é deixar de ler o final destas notas. Fácil, né?

**Custo Marginal** – Para começo de conversa, é um custo de oportunidade. O “marginal” refere-se ao substantivo “margem”. Vamos lá: o custo de ler uma página adicional (ou seja, marginal) desta nota é igual a deixar de ler duas páginas do livro de microeconomia.

**Elasticidade-Preço da Demanda** – Se o preço do motel subir em 10%, suas visitas ao dito cujo caem em exatos 10%? Então sua demanda tem elasticidade-preço unitária. Caso a queda – para os mesmos 10% de aumento no preço - seja maior

que 10%, sua demanda é elástica e, se menor que 10%, inelástica.

**Monopolista Discriminador de Preços** – O sujeito é um felizardo. Ele produz um bem ou serviço para o qual não existe qualquer substituto próximo. Pronto, este é o monopolista. Agora, imagine que ele venda seu produto em dois mercados diferentes em termos das demandas locais. Se ele puder cobrar preços diferentes de forma a obter o maior lucro total possível, ele o fará. E isto é que se chama “discriminar preços”.

**Preço composto por Duas Tarifas** – Imagine uma loja de pão de queijo (ok, sou mineiro) na qual o gerente resolve fazer uma promoção: ele te vende uma carteira de sócio do “Clube do Pão de Queijo” por uma anuidade fixa. Você, no caso, poderia apresentar a carteira e comprar pães de queijo, digamos, com 10% de desconto. A anuidade mais o preço unitário são as “duas tarifas”.

**Psicologia Evolutiva** - A psicologia evolutiva explica porque não somos tão diferentes assim de Oog, seu tatatatatatatatataravô. (dica do Philippe Maciel)

**Utilidade Marginal** – Parece com o custo marginal, só que se refere à satisfação (no jargão da área: utilidade). Ler uma página adicional desta coletânea te deixa mais feliz, na margem.