|  |
| --- |
| Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa |
| Economia |
| Economia I |
| **2012/2013** |
|  |
|  |



|  |
| --- |
|  |

*Forças de Mercado*

Economia I

1ºSemestre

Trabalho apresentado por Jéssica Filipa Vieira Lopes para a disciplina de Economia I

Turma Noite (Pós-laboral), Sub-turma 8

Nº aluno: 23733

Prof. Regente: Prof. Drº. Miguel Patrício

Prof. Assistente: João Miguel Ascenso

Lisboa, 14 de Dezembro de 2012

Índice

Introdução………………………………………………………………………………………………………………….…Página 4

As forças de Mercado……………………………………………………………………………….…………………..Página 5

 I – Oferta e Procura……………………………………………………………………………………Páginas 5 e 6

1. Elementos que afectam a Procura…………………………………………………….……….Páginas 7 e 8
2. Lei da Oferta e da Procura………………………………………………………………………………..Página 9
3. Preço de Equílibrio……………………………………………………………………….…..Páginas 10,11 e 12

Bibliografia………………………………………………………………………………………………………………….Página 13

Introdução

 O presente trabalho tem como tema principal e mais geral “As forças de Mercado” no âmbito da disciplina de Economia I, a pedido do prof. João Ascenso.

 A execução do trabalho baseou-se em pesquisa na Internet e maioritariamente, no Capítulo IV do manual de “Introdução à Economia” de Fernando Araújo, existindo, portanto, diversas citações ao longo de todo o texto.

 Vou-me centrar em apenas alguns aspectos deste longo tema tais como a Lei da Oferta da Procura e as definições de Oferta e Procura e a noção de mercado concorrencial, sendo que a oferta e a procura são de uma forma muito vaga o que descreve, explica e prevê o preço e quantidade de bens vendidos em mercados plenamente competitivos e na microeconomia é um dos modelos económicos fundamentais, usado como base para uma série de modelos económicos mais particularizados e complexos.

 Refiro ainda o que é o preço de equilíbrio e mostro graficamente as curvas da oferta e procura e a sua intersecção.

As forças de mercado

 O mercado é o conjunto de interacções entre vendedores e compradores actuais e/ ou potenciais que se interessam pela transacção (oferta e procura) de um determinado produto ou determinado factor de produção.

I – Oferta e Procura

 **Na Microeconomia, a oferta e procura descrevem, explicam e preveem o preço e quantidade de bens vendidos em mercados plenamente competitivos. É um dos modelos económicos mais fundamentais, usado como base para uma serie de outros modelos mais detalhados e complexos.**

 **A Oferta é a quantidade de bens que um produtor ou fornecedor estão dispostos a colocar no mercado a um dado preço num determinado período de tempo. Tal como os consumidores, também os fornecedores são maximizadores de utilidade, tentando produzir a quantidade de bens que lhes proporcionará o maior lucro possível, isto é, o “conjunto de atitutes típicas daquele que se dirige ao mercado para lá entregar um bem ou prestar um serviço, que ele avalia essencialmente em função do custo, isto é, do esforço ou do custo de oportunidade que para ele representou, seja produzir o bem ou obter uma legitimidade sobre ele, seja adquirir as aptidões e os meios que lhe permitem prestar o serviço, embora, o custo não seja a única base de avaliação.“**[[1]](#footnote-1)

 **A Procura é a quantidade de um produto que um consumidor ou um comprador estaria disposto a comprar a um qualquer preço num determinado período de tempo, portanto é o “conjunto de atitudes típicas daquele que se dirige ao mercado para satisfazer as suas necessidade, seja através da aquisição de um bem, seja pela utilização de um serviço, sendo que o valor que atribui a um ou a outro é essencialmente determinado pela utilidade que associa a eles, ou seja, é aferido pela aptidão que lhes atribui para satisfazerem aquelas necessidades”**[[2]](#footnote-2)**. O consumidor está disposto a pagar qualquer preço até o preço superior ao pretendido portanto, procuram tal bem em função do preço, o resto é constante.**

 **A maioria dos modelos assumem que os consumidores fazem escolhas racionais para maximizar a sua utilidade, isto é, procuram obter a máxima “felicidade” com o mínimo de custos.**

 **Segundo o prof. Fernando Araújo, “a oferta e a procura não designam conjuntos de agentes que se dirigem ao mercado para aí se comportarem como blocos coesos, manifestando-se em uníssono e interagindo como partes num «super-contrato» no qual se esgotassem todas as possibilidades”**[[3]](#footnote-3)

 **Quando a oferta é menor que a procura, são os compradores que oferecem cada vez mais dinheiro para comprar o produto, como forma de impedir outros indivíduos de comprarem esse bem. Neste caso não é o vendedor que controla os preços mas sim os compradores, como por exemplo nos leilões. O limite que se paga por um bem é o limite máximo da disposição de pagar de um comprador.**

1. Elementos que afectam a Procura
2. **O preço do próprio bem**

 **Sendo o principal factor que condiciona as opções dos consumidores a nível de quantidade e qualidade dos bens o custo para obter esses bens, normalmente há-de procurar maior quantidade quanto menor for o preço, e menor será a quantidade, quanto mais elevado for o preço. Assim, tendo o consumidor um limite orçamental, quanto menor for o preço unitário, maior é o número de unidades que pode ser adquirida pelo mesmo valor total.**

1. **O rendimento médio**

 **Para adquirir bens ou serviços, é necessário um suporte financeiro que o permita, portanto, a procura dos dependerá forçosamente do rendimento que os consumidores disponham. Segundo o Prof Fernando Araújo “existe normalmente uma correlação directa entre oscilações de rendimento e variações de quantidades consumidas – e porque assim é, designa-se por bens normais aqueles cujo consumo aumenta os aumentos do rendimento disponível dos consumidores. Contrapõem-se-lhes os bens inferiores, aqueles cujo consumo tende a evidenciar uma correlação inversa com as variações do rendimento, tendendo portanto a diminuir quando o rendimento aumenta, e a aumentar quando o rendimento diminui.”**

1. **A população**

 **A população afecta a curva da procura, pela sua maior ou menor dimensão ou numerosidade. Quanto mais numerosa for uma população, maior será a procura de bens e vice-versa e isso verifica-se em países como Espanha e Portugal, que a dimensão e quantidade de população é maior em Espanha.**

1. **Preços de bens relacionados**

 **A procura de um bem, pode ser influenciada pelos bens sucedâneos, ou seja, aqueles que desempenham a mesma função. Assim, se o preço de um determinado bem aumentar, o consumidor vai procurar adquirir um bem equivalente, por um preço mais baixo, para o substituir.**

 **O que pode influenciar também a procura de determinados bens, são os bens complementares, ou seja, aqueles que a sua procura depende directamente da aquisição de outros bens. Assim, se o preço de um determinado bem aumentar e consequentemente a sua procura diminuir, a procura dos bens que dependem directamente desse bem, também vai diminuir.**

1. **Gostos**

 **Por vezes, o consumidor opta por adquirir determinados bens, não através de um juízo de valor ou análise económica, mas sim, devido a preferências provenientes de um enquadramento social. Assim, quando se verifica uma variação do preço de determinados bens, pode acontecer que se verifique o contrário do esperado, ou seja, haver um aumento do preço e alguns consumidores optarem por adquirir esses bens, sendo eles mais caros.**

1. **Influências especiais**

 **A procura de determinados bens, por vezes, não está directamente relacionada com as opções ou juízos dos consumidores, podendo haver factores exteriores que influencia essa procura.**

 **Outro factor a ser considerado, que influencia a procura de determinados bens, é a maior ou menor estabilidade económica do consumidor no futuro, podendo interferir nas suas opções já no presente, ou seja, se determinado consumidor não tiver um salário de uma dimensão considerável, e tendo consequentemente muitas limitações ao nível de aquisição de bens, sabendo que irá ter um grande aumento no futuro, pode começar a consumir mais, mesmo antes de ter esse aumento de salário.**

 **A publicidade poderá também alterar o percurso normal de escolha de determinados bens pelo consumidor, ou seja, normalmente faz-se uma análise relativamente ao preço dos bens, e devido à publicidade, o consumidor poderá ser levado a adquirir outro bem equivalente, relativamente ao que inicialmente pensaria em adquirir.**[[4]](#footnote-4)

1. Lei da Oferta e da Procura

 **As leis da oferta e da procura de um produto são relações económicas indicadoras, respetivamente, dos comportamentos de consumidores e produtores desse bem.**

 **Graficamente identificam-se em duas curvas: uma representando a oferta, a outra representando a procura.**

 **A curva da procura relaciona vários níveis de preço de um produto e as quantidades que os consumidores pretendem adquirir para cada um desses preços.**

 **A sua principal característica é variar na proporção inversa (com exceção dos chamados bens de Giffen**[[5]](#footnote-5)**).**

 **Quando o preço aumenta, a procura cai, e vice-versa. Existem duas grandes razões para a existência desta relação entre as duas variáveis: por um lado, o aumento do preço do bem leva a que os consumidores o substituam por outro que cumpra a mesma função económica (o efeito substituição); por outro, como o seu rendimento real diminui, irão comprar menos (de qualquer bem) do que antes (efeito rendimento). Processar-se-ia exatamente o contrário no caso de quedas de preço.**

 **A curva da oferta representa as quantidades que os vendedores querem vender, dados vários possíveis preços para os seus produtos. O que é característico desta curva é a sua inclinação positiva, indicadora da relação direta entre as duas variáveis em questão: quanto maior o preço, maior será a oferta, dando-se o inverso para descidas de preço. Portanto, a Lei da Oferta e da Procura postula que a oferta varia na razão directa dos preços (aquela aumenta ou diminui consoante estes subam ou desçam, respectivamente) e a procura varia na razão inversa dos preços (aquela aumenta ou diminui consoante estes desçam ou subam, respectivamente), outras coisas sendo iguais.**

1. Preço de Equilíbrio

 **O preço de equilíbrio, garantido pela economia de mercado, corresponde ao ponto de intersecção entre a curva de oferta e a da procura. Este preço chama-se de equilíbrio porque só neste ponto é que nenhuma das partes sai a ganhar do acordo.**

 **Isto sucede porque quando o preço é superior a este valor, a procura desce e dá-se a superprodução do bem, o que obrigará à descida do preço, e quando o preço é inferior, os produtores provocam a carência do bem, o que faz subir o preço. Consegue-se assim um equilíbrio automático do preço, sem necessidade de intervenção de ninguém. É a vantagem objectiva da economia de mercado.**

1 - Curva da Oferta

2 - Curva da Procura

**(Gráfico da curva da Oferta) O facto de haver um ponto em que o produtor simplesmente não produz, por não ter lucro; existem limitações ao encaminhamento de recursos, sendo por isso que existem limites à progressão da curva; no curto prazo o aumento de factores de produção leva à subida de custos, limitando assim o investimento.**

 **Com efeito o deslocamento ao longo da curva da oferta é mais complexo e lento do que na curva da procura. A elasticidade também existe nesta curva, traduzindo-se pela capacidade de adaptação da oferta às variações de preço.**

 **Fora deste raciocínio de mercado é sempre possível a troca de bens, desde que o comprador esteja disposto a comprar um produto por mais do que o produtor pede por ele. É possível neste caso um acordo, no entanto, pode não se chegar a uma igualdade.**

**(O gráfico da curva da procura) Esta curva só ocorre quando tivermos em conta todas as outras variáveis se mantêm, e de que o produto não se trata de um bem essencial**[[6]](#footnote-6)**.**

 **Esta curva negativa de procura ocorre porque com a subida de preços, a tendência natural das pessoas é ou o efeito de substituição ou de ocorrer o efeito rendimento.**



**O**

**E**

**Pe**

**P**

**Qe**

PP: Curva da Procura Pe: Preço de Equilíbrio

OO: Curva da Oferta Qe: Quantidade de equílbrio

E: Ponto de Equilíbrio

 **“Quando um preço estabiliza, ele transmite às partes a informação de que aquele é o limite máximo do incentivo para produzir e para consumir, e que uma das partes não consegue prosseguir para lá daquele ponto sem detrimento da posição da outra”.**

 **“Quanto mais elevado é o preço correspondente a esse ponto, mais nítida se torna a percepção da escassez. “**

 **No gráfico acima indicado, em que se cruzam as curvas da oferta e da procura é designada por “cruz marshalliana”**[[7]](#footnote-7) **e “e o ponto de intersecção é precisamente o ponto de equilíbrio, o ponto de coincidência entre um preço de equilíbrio e uma quantidade de equilíbrio, que rateiam os recursos entre os consumidores de modo que ninguém esteja disposto a pagar mais do que esse preço fica excluído, satisfazendo portanto toda a quantidade procurada àquele preço, sem deixar excedentes.”** [[8]](#footnote-8)

Bibliografia

* http://www.infopedia.pt/$leis-da-oferta-e-da-procura
* Apontamentos de alunos/professores
* Araújo, Fernando, *Introdução à Economia,* 3ªEdição, 2009, Coimbra, Edições Almedina, SA
1. Araújo, Fernando (2009), p.135 [↑](#footnote-ref-1)
2. Araújo, Fernando (2009), p.136 [↑](#footnote-ref-2)
3. Araújo, Fernando (2009), p.136 [↑](#footnote-ref-3)
4. Ideias retiradas de um trabalho de Economia e Gestão [↑](#footnote-ref-4)
5. São uma espécie de bens inferiores (elasticidade-rendimento) cujo consumo sobe quando o preço aumenta (eslaticidade-preço), pelo que a sua curva da procura deixa de ser negativamente inclinada para passar a ser positivamente inclinada, o que é aparentemente paradoxal e contraria a Lei da Procura. [↑](#footnote-ref-5)
6. Nos bens essenciais, tal relação é inversa, ou seja, o preço pode variar que a quantidade procurada para consumo desse bem pouco será afectada e, neste caso, a função da procura é representada por uma recta vertical. [↑](#footnote-ref-6)
7. Atribuída ao economista Alfred Marshall [↑](#footnote-ref-7)
8. Araújo, Fernando (2009), pp 157 e 158 [↑](#footnote-ref-8)