

Unidade 5

- Embora o termo **mercado** possa ter diversos significados, genericamente define-se como um local, em sentido físico ou abstrato, no qual são confrontadas a procura e a oferta de um bem. O **mecanismo de mercado** é o processo que conjuga os interesses da oferta e da procura, originando a formação dos preços de mercado.
- A **procura (P)** representa a quantidade de bens que os compradores têm interesse em adquirir a um determinado preço. De acordo com a **lei da procura**, a quantidade procurada de um bem varia **na razão inversa** do seu preço. Assim, mantendo-se constantes os demais fatores, verifica-se que a quantidade procurada aumenta quando o preço do bem diminui e diminui quando o preço do bem aumenta.
- A **procura individual** corresponde à procura de um consumidor apenas, enquanto a **procura agregada** representa a soma de todas as procuras individuais de um mercado.
- Os principais **fatores que influenciam a procura**, para além do preço, são o rendimento dos consumidores, as suas preferências e hábitos, a dimensão do mercado e o preço dos outros bens.
- A **oferta (O)** representa a quantidade de produtos que os vendedores desejam vender a um determinado preço. Segundo a **lei da oferta**, **a quantidade oferecida e o preço de um bem são diretamente proporcionais**. Mantendo-se inalterados os restantes fatores, quando aumenta o preço de um bem, aumenta também a quantidade oferecida desse bem, e quando o seu preço diminui, a sua quantidade oferecida também diminui.
- A **oferta individual** corresponde à oferta de cada produtor, enquanto a **oferta agregada** representa a soma de todas as ofertas individuais de um mercado.
- Os principais **fatores que influenciam a oferta**, para além do preço, são os custos de produção, a evolução tecnológica, o preço dos outros bens, as expectativas dos produtores e as condições climatéricas.
- Quanto à sua **estrutura**, os mercados podem ser classificados de duas formas diferentes: mercados de concorrência perfeita e de concorrência imperfeita.
- Um **mercado de concorrência perfeita** é um modelo essencialmente teórico, caracterizado pela existência de um conjunto de pressupostos que impedem o exercício de uma influência significativa por parte de qualquer interveniente do mercado. Esses pressupostos são a atomicidade, a livre entrada e a total transparência do mercado, a homogeneidade dos produtos e a mobilidade dos fatores produtivos.
- O **ponto de equilíbrio (E)** é o ponto que combina o **preço de equilíbrio (P_e)** e a **quantidade de equilíbrio (Q_e)**, e no qual se igualam, a um dado preço, as quantidades oferecidas e as quantidades procuradas de um bem.
- Diz-se que há **excesso da procura** quando a quantidade procurada é superior à quantidade oferecida, e diz-se que há **excesso da oferta** quando a quantidade oferecida é superior à quantidade procurada.
- As curvas da procura e da oferta podem apresentar dois tipos de movimentos diferentes: **deslocações ao longo da curva** ou **deslocações da própria curva**.
- O **mercado de concorrência imperfeita** corresponde à situação comum de mercado, caracterizada pela não observância, em simultâneo, de todos os pressupostos dos mercados de concorrência perfeita.
- As principais **formas de mercado de concorrência imperfeita** que existem na prática são o monopólio, a concorrência monopolística e o oligopólio.
- O **monopólio** é uma forma de mercado em que um só vendedor, denominado monopolista, comercializa bens a muitos compradores.
- A **concorrência monopolística** é uma forma de mercado em que existe um conjunto de empresas a comercializar produtos semelhantes, mas que contêm elementos diferenciadores, como a marca ou a publicidade.
- O **oligopólio** é uma forma de mercado em que um número reduzido de empresas, de grande dimensão, comercializa produtos a um conjunto grande de compradores, controlando a maioria do mercado.
- Atualmente, vivemos numa época de grande competitividade empresarial, que leva as empresas a associarem-se e a formar parcerias estratégicas, nomeadamente através de operações de concentração, como as **fusões** e **aquisições**.
- As principais **formas de concentração** são a concentração horizontal, a concentração vertical e a concentração conglomeral.