

# Microeconomia

## 2. Introdução ao Mercado

Licenciaturas em Gestão e em Gestão de Marketing

**Luís Clemente-Casinhas**

<https://luisclementecasinhas.org/>

ISCTE-IUL - Departamento de Economia

21 de Setembro, 2026

# O que é um mercado?

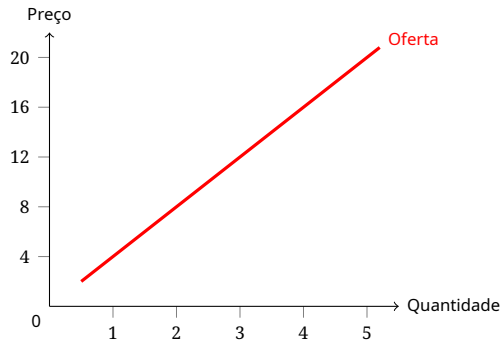
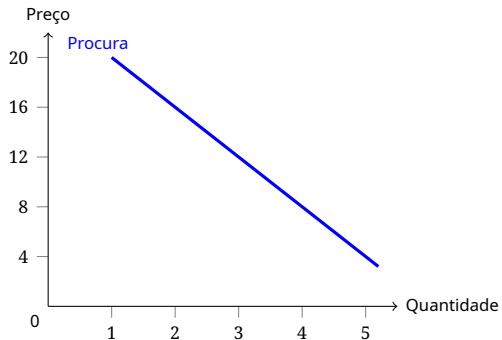
- Mercado: uma das principais formas de afetação de recursos utilizada nas economias modernas.
- É constituído pelo conjunto de compradores (procura) e vendedores (oferta) de um determinado bem ou serviço que interagem entre si através de trocas, determinando as condições em que as trocas ocorrem: o preço e a quantidade transacionada.
- A definição do mercado em análise pode depender de várias dimensões:
  - Produto relevante.
  - Dimensão geográfica.
  - Quem são os compradores e os vendedores relevantes.
  - Grau de concorrência (por agora consideramos um tipo competitivo).

# Procura e oferta de mercado

- Procura: relação completa entre o preço e a quantidade que os consumidores pretendem adquirir.
  - Em geral, o seu gráfico tem declive negativo.
  - Reflete a disposição a pagar dos consumidores.
- Oferta: relação entre o preço e a quantidade que os produtores estão dispostos a vender.
  - Em geral, o seu gráfico tem declive positivo.
  - Reflete o preço mínimo necessário para tornar vantajosa a produção.
- Uma alteração do preço do próprio bem, *ceteris paribus*, provoca um movimento ao longo da curva.
- Uma alteração de outro determinante provoca uma deslocação da curva.

# Procura e oferta de mercado

## Representações gráficas

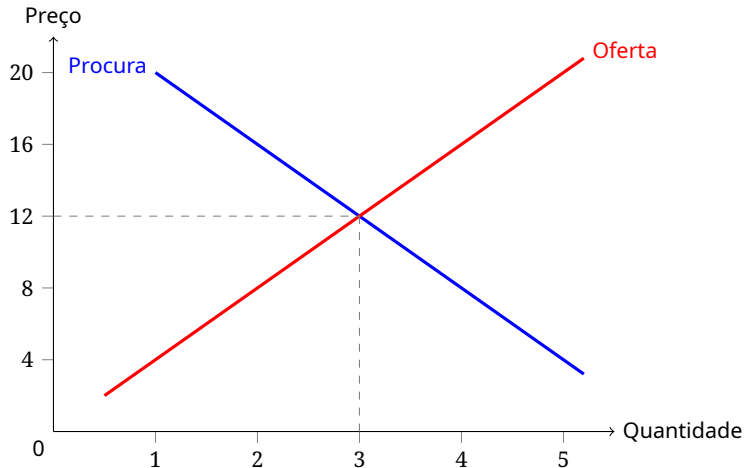


# Equilíbrio de mercado

- Equilíbrio de mercado: quando, para um dado preço, a quantidade que os consumidores desejam comprar e a quantidade que os produtores desejam vender coincidem.
- Nem todos os agentes participam no mercado.
- Graficamente, o equilíbrio encontra-se na interseção entre as curvas da procura e oferta, ponto para o qual o mercado tende ajustando os preços.
- O equilíbrio pode alterar-se quando mudam as condições de mercado.

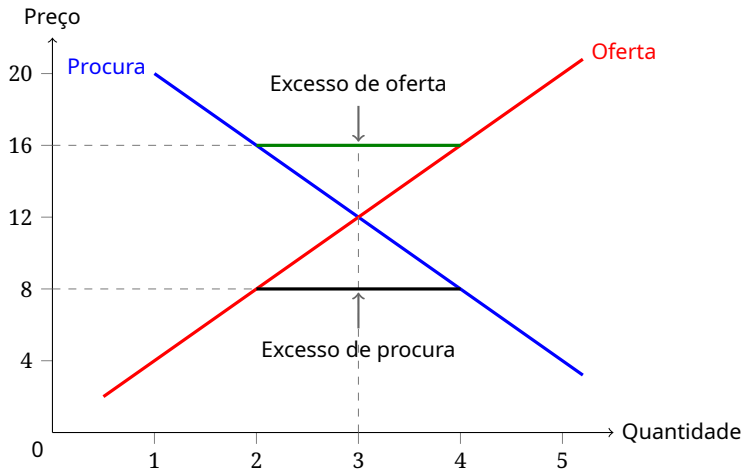
# Equilíbrio de mercado

## Representação gráfica



# Excesso de oferta e excesso de procura

Representação gráfica



# O papel dos preços

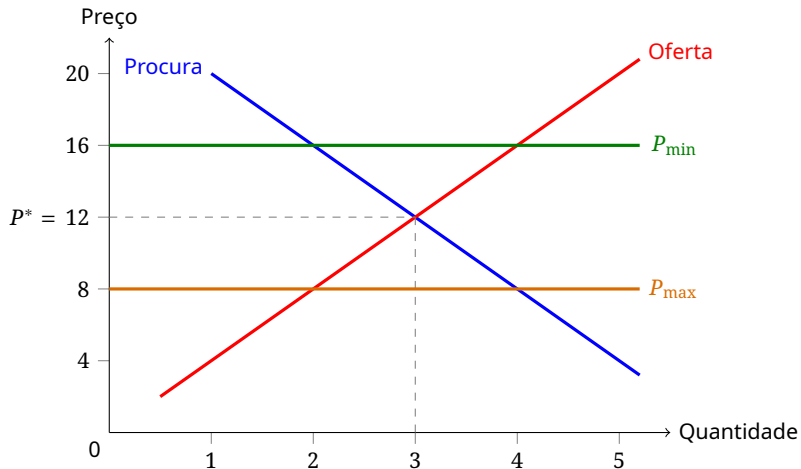
- Transmissão de informação.
- Afetação de bens escassos entre consumidores.
- Afetação de recursos produtivos.
- Ordem espontânea / coordenação descentralizada:
  - Não é necessário que uma entidade central conheça todas as preferências, tecnologias ou condições de produção.
  - Cada agente responde à informação que lhe é relevante: os consumidores aos preços e os produtores aos preços e custos.
  - A interação destas decisões determina o resultado de mercado.

# Controlo de preços

- Preço máximo: limite superior ao preço que pode ser praticado (vinculativo se abaixo do equilíbrio).
  - Gera excesso de procura com possibilidade de racionamento, mercados informais e redução da oferta no longo prazo.
- Preço mínimo: limite inferior ao preço que pode ser praticado (vinculativo se acima do preço de equilíbrio).
  - O excesso de oferta pode exigir a aquisição do excedente e incentivar produção adicional.
- Impedir o ajustamento do preço pode eliminar transações mutuamente vantajosas.

# Controlos de preços

## Representação gráfica



# Impostos

- Criam uma diferença entre o preço pago pelo consumidor,  $P^D$ , e o preço líquido recebido pelo produtor,  $P^S$ .
  - Incidência legal: sobre que agente é formalmente aplicado o imposto.
  - Incidência económica: quem suporta o custo do imposto após o ajustamento dos preços.
- Imposto de montante fixo  $\tau$  por unidade:
  - Sobre o consumidor:  $P^D = P^S + \tau$ .
  - Sobre o produtor:  $P^S = P^D - \tau$ .
- Imposto percentual com taxa  $t$ :
  - Sobre o consumidor, como percentagem do preço recebido pelo produtor:  $P^D = (1 + t)P^S$ .
  - Sobre o produtor, como percentagem do preço pago pelo consumidor:  $P^S = (1 - t)P^D$ .
- Em geral, o imposto reduz a quantidade transacionada e gera receita fiscal.