**EXERCÍCIO 2**

|  |
| --- |
| **O CONCEITO DE MERCADO** |

**O**

conceito de **mercado** continua intimamente associado à ideia de local onde se efetuam transações entre produtores e consumidores. Consideramos essa noção restritiva, pelos seguintes aspectos: O mercado é hoje um espaço de realização de operações económicas de ***compra*** e venda que vai para além dos seus contornos **físicos** e mesmo **temporais**.



Por outro lado, existe uma diversidade de mercados, que vai desde os mercados de produtos finais ou de consumo final aos mercados de produtos intermédios e de fatores produtivos, bem como ao **mercado** de trabalho ou à bolsa ou **mercado de valores imobiliários**.

De facto, estão a surgir com grande frequência **formas imateriais de mercado** (…).

Essas formas de mercado lançam mão dos meios proporcionados pela sociedade de informação, possibilitando a realização de ***compras*** e vendas em casa, pela simples manutenção interativa de um era de televisão ou, mais simplesmente, através de um telefonema para um número fornecido por aquele ecrã, com entrega imediata no domicilio ou pelo correio, como é uso da chamada televisão comercial. Existem operações de ***compra*** e venda que se contratam hoje e se realizam apenas daqui a alguns meses (como por exemplo nos mercados de futuros, caso dos mercados de cereais nos Estados Unidos da América, …).

Aos mercados nacionais sobrepõem-se os mercados transnacionais, de natureza informal, ou de diversos acordos de comércio livre, uniões aduaneiras ou comunidades económicas. Tudo são razões para que se considere a noção de mercado como relativa e circunstancial, além de mutável no tempo. Uma coisa é certa: num mercado existem sempre intenções de ***compra*** (***compra***), intenções de venda (oferta), um preço e uma situação de equilíbrio mais ou menos estável fornecida por esse preço e pela quantidade correspondente.

*Extraído de: Tinto, G., Introdução à Economia, 1995*.