

MICROECONOMIA

MERCADO E FORMAÇÃO DE PREÇOS

Prof. Marcelo Bueno

Elasticidade de preços

- ✓ Os compradores em geral demandam maiores quantidades de um bem quando seu *preço é baixo*, quando suas *rendas são maiores* ou quando os *preços dos bens complementares são menores*. Para medir a resposta da demanda às alterações nesses determinantes, usamos o conceito de *Elasticidade*.

Elasticidade: resposta (sensibilidade) da quantidade demandada ou da quantidade ofertada a variações em seus determinantes.

Elasticidade de preços

$$\text{Elasticidade-preço da demanda (EPD)} = \frac{(Q_2 - Q_1) / [(Q_2 + Q_1) / 2]}{(P_2 - P_1) / [(P_2 + P_1) / 2]}$$

Quadro Resumo: Elasticidade-Preço da Demanda (EPD)

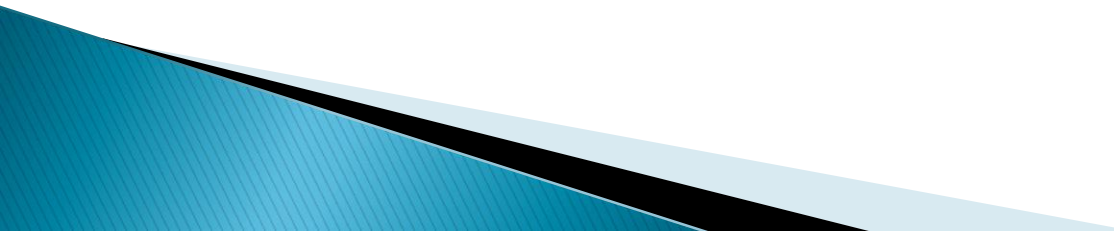
EPD = 1	Demanda com elasticidade unitária.
EPD > 1	Demanda elástica.
EPD < 1	Demanda inelástica

Elasticidade de preços

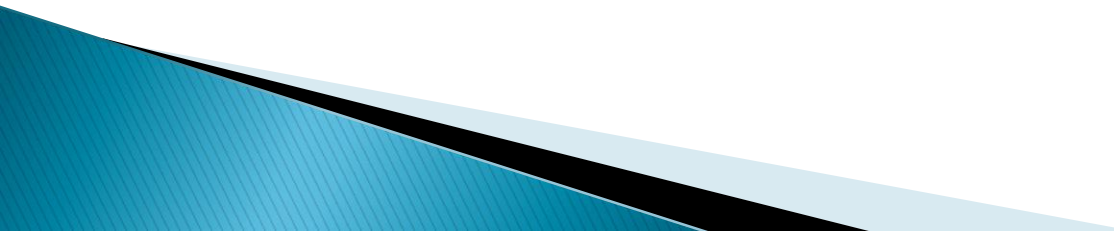
Elasticidade-preço da demanda: como vimos, *a lei da demanda* afirma que uma queda no preço de um bem aumenta a quantidade demandada por ele. A **elasticidade-preço da demanda** mede o quanto a *quantidade demandada* responde a variações no *preço*. Determinantes da elasticidade-preço da demanda:

- ✓ **Grau de essencialidade do bem (*necessidades versus supérfluos*):** bens cujo consumo é essencial para a vida das pessoas tendem a ter sua demanda pouco sensível a alterações nos preços. Desta forma, os bens de primeira necessidade (alimentos básicos, remédios, por exemplo) tendem a ter **Demanda inelástica**, enquanto os chamados bens supérfluos (jóias, roupas finas, etc.) tendem a ter **Demanda elástica**.
- ✓ **Disponibilidade de substitutos próximos:** a elevação do preço da manteiga provocará uma queda do consumo de manteiga que poderá ser substituída pela margarina. Neste caso, pequenas variações no preço da manteiga tendem a provocar um grande impacto sobre a quantidade demandada de manteiga. Assim, quanto maior o número de substitutos de um bem mais este bem tende a ter **Demanda elástica**.
- ✓ **O peso do bem no orçamento do consumidor:** quando o peso relativo de um bem no orçamento total do consumidor é muito pequeno a tendência é que sua demanda seja pouco sensível as alterações nos preços, e tenha, portanto, **Demanda inelástica**. Por outro lado, caso o bem represente uma parcela significativa do orçamento, sua **Demanda tende a ser elástica**.

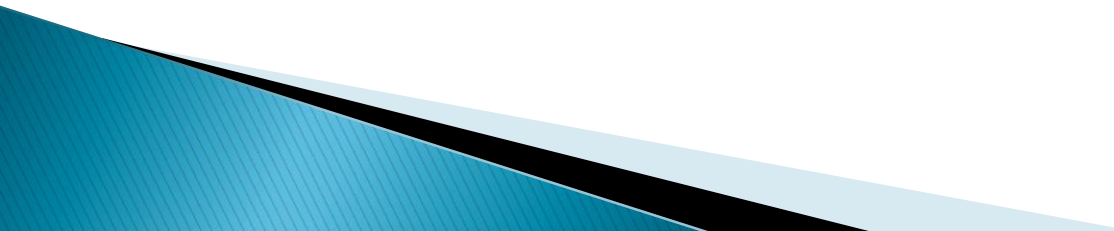
MERCADO – O QUE É?

- ▶ O conjunto de vendedores e compradores que interagem entre si, resultando na possibilidade de trocas, constitui um Mercado.
 - ▶ Ex. unidades produtoras (empresas) e unidades consumidoras (famílias). A extensão de um mercado é determinada tanto geograficamente quanto em termos de faixas de produtos que nele estão inseridos.
- 


MERCADO – O QUE É?

- ▶ Podemos defini-lo também como o encontro da oferta com a demanda por bens e serviços em uma economia.
 - ▶ O Resultado deste encontro é a determinação do preço a que cada bem ou serviço será negociado, assim como as quantidades transacionadas.
- 

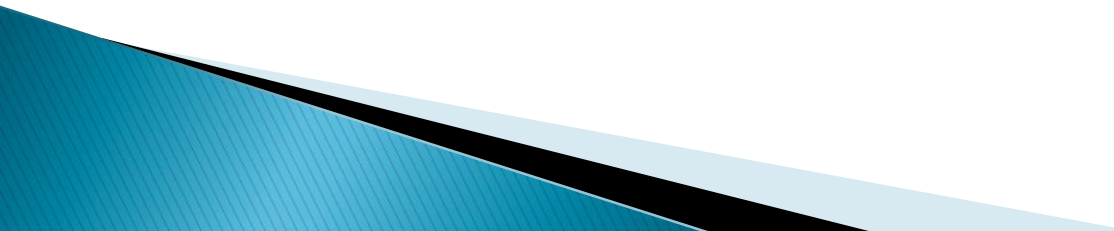
Formação de preços

- ▶ Há modelos sobre o comportamento das empresas na formação de preços de seus produtos.
 - ▶ A diferença está condicionada ao objetivo ao qual a firma se propõe: maximizar lucros, maximizar participação no mercado, maximizar margem de rentabilidade sobre os custos, etc.
 - ▶ Quanto aos seus objetivos, as empresas defrontam-se com duas possibilidades principais: maximizar lucro e maximizar mark-up (margem sobre os custos diretos). Dentro da teoria neoclássica ou marginalista, o objetivo da firma é sempre maximizar o lucro total.
- 

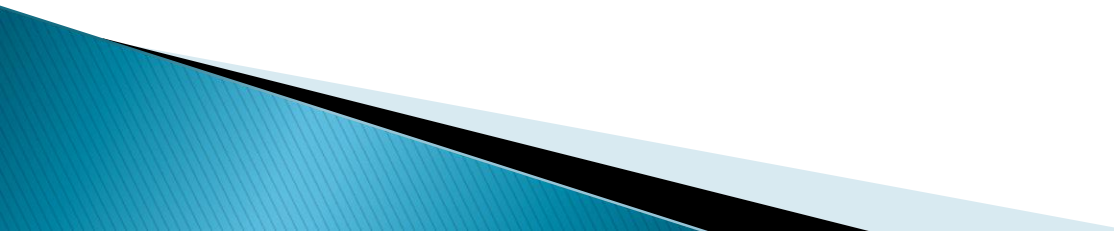
Formação de preços

- ▶ A formação de preços é muito mais do que o simples processo de acumular custos e acrescentar uma margem de lucro. Com muita frequência, a formação de preços é tratada de forma simplista, sendo o maior cuidado não deixar escapar nenhum item do custo.
 - ▶ Para que o preço calculado produza consequências satisfatórias no curto, médio e longo prazo, alguns princípios devem ser observados. É importante lembrar que erros no processo de formação de preços podem não ter efeitos negativos sobre a empresa apenas no curto prazo. A longo prazo, esses erros trarão consequências de alguma forma.
- 

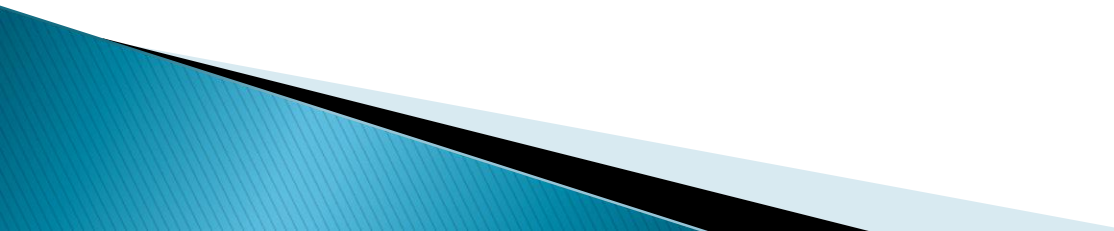
Formação de preços

- ▶ O preço ideal de venda é aquele que cobre os custos do produto ou serviço e ainda proporciona o retorno desejado pela empresa.
- 

Formação de preços

- ▶ Os principais princípios a serem observados na formação de preços são os seguintes:
 - ▶ Distribuição dos custos comuns entre produtos e serviços;
 - ▶ Volume de produção para cálculo do custo unitário;
 - ▶ Tributação;
 - ▶ Inclusão de todos os custos de oportunidade.
- 

Formação de preços

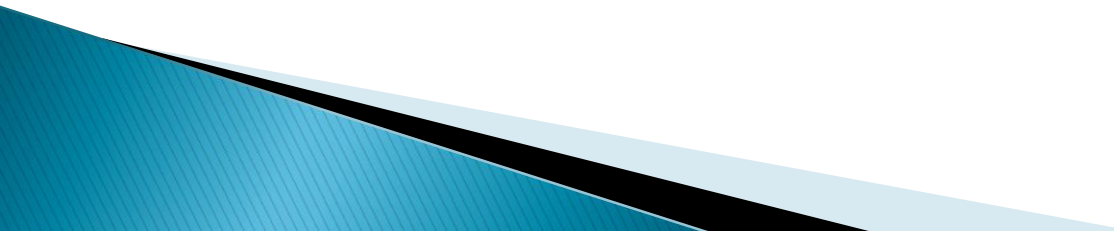
- ▶ O processo de formação de preços não deve buscar transformar a empresa numa repassadora de custos.
 - ▶ Deve ter, antes de tudo, o objetivo de análise de preços que eventualmente poderá mostrar que a empresa não tem competitividade para oferecer aquele produto ou serviço.
- 

Etapas para formação do preço

1. Levantamento do custo do que se pretende precificar:
 - ▶ O custo para formação do preço de venda é formado por duas parcelas: custo direto e custo indireto.

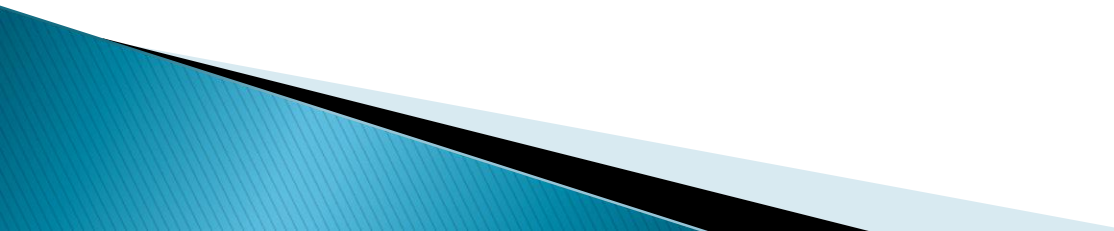
Etapas para formação do preço

2. Cálculo dos encargos sobre o preço de venda.

- ▶ Percentual de comissões;
 - ▶ Perdas eventuais;
 - ▶ Carga tributária.
- 

Etapas para formação do preço

3. Determinação da margem de lucro.

- ▶ O preço a ser praticado precisa gerar certa margem de lucro para a empresa.
 - ▶ A determinação da margem de lucro é uma das decisões mais importantes no processo de precificação. Se a margem for pequena poderá produzir um resultado financeiro insatisfatório. Se for muito alta poderá acarretar perda de vendas gerando também um resultado ruim.
- 

Formação de preços.

- ▶ Em alguns casos, imperfeições temporárias do mercado permitem que uma empresa pratique seu preço ideal de venda que com grande frequência é calculado incorretamente.
 - ▶ A formação de preços pode ser definida como o processo de apuração do custo econômico do produtor.
 - ▶ Define-se custo econômico com sendo a soma de todos insumos envolvidos no processo de produção de bens e serviços, incluindo o custo-oportunidade do capital investido.
- 