

A Lei da Oferta e da Procura e os Preços dos Produtos e Serviços

Maria Bernadete Miranda¹

Em economia, a lei da oferta e procura é aquela que estabelece a relação entre a demanda de um produto, isto é, a procura, e a quantidade que é oferecida, a oferta. A partir dela, é possível descrever o comportamento preponderante dos consumidores na aquisição de bens e serviços em determinados períodos, em função de quantidades e preços. Nos períodos em que a oferta de um determinado produto excede muito à procura, seu preço tende a cair. Já em períodos nos quais a demanda passa a superar a oferta, a tendência é o aumento do preço. A estabilização da relação entre a oferta e a procura leva, em primeira análise, a uma estabilização do preço. Uma possível concorrência, por exemplo, pode desequilibrar essas relações, provocando alterações de preço.

Ao contrário do que pode parecer a princípio, o comportamento da sociedade não é influenciado apenas pelos preços. O valor de um produto pode ser um estímulo positivo ou negativo para que os consumidores adquiram os serviços que necessitam, mas não é o único. Existem outros elementos a serem considerados nesta equação, entre eles: a) os desejos e necessidades das pessoas; b) o poder de compra; c) a disponibilidade dos serviços; d) a capacidade das empresas de produzirem determinadas mercadorias com o nível tecnológico desejado.

Da mesma forma que a oferta exerce uma influência sobre a procura dos consumidores, a frequência com que as pessoas buscam determinados produtos também pode aumentar ou diminuir os preços dos bens e serviços.

No mercado consumidor de um país capitalista, ou de economia de mercado, ocorre um fato curioso. Esse fato é a lei da oferta e da procura, de produtos, mercadorias e serviços. Por exemplo, se no mercado existir grande quantidade de feijão, isto é, se os agricultores, supermercados, empórios, feiras livres etc., possuírem muito feijão em estoque para ser vendido, e se a quantidade ou oferta do produto for superior à procura,

¹ Mestrado e Doutorado em Direito das Relações Sociais, sub-área Direito Empresarial, pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Professora de Direito Empresarial na Universidade de Sorocaba, Uniso; professora de Direito Empresarial na União das Instituições Educacionais do Estado de São Paulo, Uniesp - São Roque; professora supervisora das Monografias Jurídicas e Diretora responsável pela Revista Eletrônica da Faculdade de Administração e Ciências Contábeis de São Roque - Fac. Advogada.

ocorre uma baixa do preço do feijão. Se ocorrer o contrário, isto é, se a oferta de feijão no mercado for inferior à procura o preço do produto tenderá a aumentar.

Resumindo temos: se a oferta de um produto no mercado for maior que a procura, o preço diminui; se a oferta for menor que a procura, o preço se eleva.

Isso ocorre praticamente com todos os produtos e faz parte do jogo da economia de mercado. É a lei da oferta e da procura que controla os preços.

Entretanto, é importante destacar que a lei da oferta e da procura não funciona para todos os produtos. Há certas situações de mercado em que ela não existe. É o caso da situação conhecida com os nomes de monopólio e oligopólio.

Maria Bernadete Miranda