

Você acorda hoje, acessa seu site de notícias e fica sabendo de um surto de gripe suína. Os dias vão passando, a doença vai se espalhando e logo se transforma em epidemia. Para se proteger da gripe, os médicos recomendam o uso de álcool em gel e de máscaras.

A situação piora e a população fica alarmada. De um dia para o outro as farmácias ficam sem álcool em gel. Quando o produto retorna às prateleiras, o preço é aumentado. Se você teve um déjà vu, é porque já viu esta história antes.

Situação parecida enfrentamos na greve dos caminhoneiros. Postos de gasolina subiram o preço do combustível, alimentos perecíveis tiveram um aumento e o resto, você já sabe. Isso acontece porque existe algo chamado de **Lei da Oferta e da Procura**, a qual estabelece que o **mercado determina o preço**.

Para entender mais sobre as regras do mercado para formação do preço de venda, siga na leitura deste artigo.

O que você vai encontrar neste artigo:

[Entendendo a Lei da Oferta e da Procura](#)

[Lei da Oferta](#)

[Lei da Procura](#)

[Como a Lei da Oferta e da Procura influencia o mercado?](#)

[Como se preparar para alta ou baixa demanda?](#)

[Lei da Oferta e da Procura e o Preço de Venda](#)

[Como começar?](#)

[Concluindo](#)

Entendendo a Lei da Oferta e da Procura

Na lei de mercado, temos o que chamamos de **concorrência perfeita**. Nesse modelo, empresas, instituições financeiras ou qualquer outro agente econômico buscam um equilíbrio econômico a fim de que o preço de um produto e/ou serviço varie de tal maneira que a quantidade procurada (a demanda) seja igual à quantidade oferecida (a oferta).



Quando um bem ou serviço tem demanda baixa, ou seja, a oferta excede a procura, os preços tendem a cair. Em épocas de demanda alta (como a gasolina na greve dos caminhoneiros, ou biquíni no verão), a tendência é o aumento dos preços.

A Lei da Oferta e Procura é conhecida como a espinha dorsal da economia de mercado. Para você entender melhor, vamos esmiuçar um pouco:

Lei da Oferta

Oferta representa o quanto o mercado pode oferecer. Por exemplo, na greve dos caminhoneiros os postos não tinham combustíveis. Sendo assim, a **Lei da Oferta trabalha com as quantidades que serão vendidas a um determinado preço.** Frutas e verduras sofrem uma constante elasticidade do preço, pois a safra está muito sujeita às condições climáticas. Muitas vezes, produtores acabam tendo que vender produtos a um preço mais alto para recuperar prejuízos.

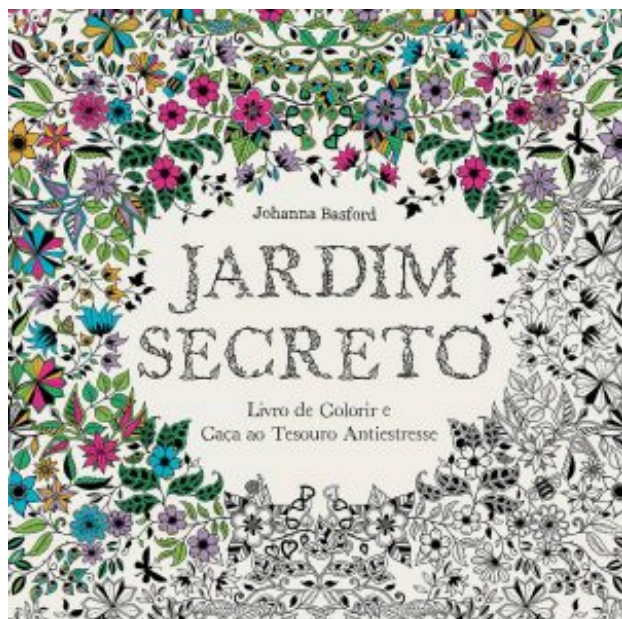
Existem diversos fatores que determinam a oferta, como: capacidade de produção, os custos de produção (como mão-de-obra e materiais), concorrência, disponibilidade de material, clima, entre outros.

Lei da Procura

Procura (ou demanda) refere-se a quanto um produto ou serviço é desejado. A demanda trabalha com relação entre preço e quantidade demandada (quantidade de um produto que as pessoas estão dispostas a comprar a um determinado preço).

De acordo com a Lei da Demanda, se todos os outros fatores permanecerem iguais (como os fatores citados na Lei da Oferta), quanto maior for o preço de um bem, menos pessoas exigirão esse bem. Trocando em miúdos: **quanto mais caro for um produto ou serviço, menor a quantidade demandada.**

Como a Lei da Oferta e da Procura influencia o mercado?



A **elasticidade do produto reflete na elasticidade do preço**. Isso significa que quanto mais um produto é desejado, maior será o valor na etiqueta. Lembra das febres dos livros de colorir? Tudo começou com um livro e, de repente, as editoras passaram a produzir vários títulos do mesmo estilo.

A procura pelos livros de colorir aumentou, mas a oferta também foi maior. Nesse caso, a lei do mercado é clara: como havia produto para atender a todos, o preço era estável. Perceba que a **condição ideal é justamente aquela em que compradores compram o que desejam de um lado e, de outro, produtores/fabricantes vendem tudo**.

Imagine que quando os livros de colorir viraram febre tivéssemos poucas opções. Nesse caso, as editoras poderiam aumentar o preço, já que a demanda era alta. Pois bem, tempos depois, a febre passou e a procura reduziu. O que fazer com os produtos encalhados, ou com baixa saída? As editoras e livrarias precisaram diminuir o preço, reduzindo também a margem de lucro. Você vai concordar que essa não é uma decisão financeiramente saudável. Pois é, não é mesmo, mas é uma estratégia necessária (melhor um pássaro na mão do que dois voando, não é mesmo?).

Agendas são também exemplos clássicos da Lei da Oferta e da Procura. Experimente comprar uma agenda em dois períodos: um no começo do ano e outro lá pelos meses de maio e junho. O preço do produto com toda certeza será muito menor à medida que o ano vai passando, afinal, a procura também diminui.

Quando a oferta é menor (ou seja, nas situações em que interessados por bens ou serviços não conseguem suprir suas necessidades), o preço desse bem ou serviço sobe. Isso porque a baixa disponibilidade não refreia o consumo. Muito pelo contrário, pois muitas vezes o desejo pela obtenção do produto aumenta ao preço que for. Um bom exemplo disso são as edições exclusivas, de bolsas, roupas, calçados, no qual a oferta é menor pois normalmente possui uma quantidade limitada e o desejo de compra é alto. Como é o caso da bolsa Chanel Diamond Forever Classic Bag, uma edição limitada com apenas 13 unidades disponíveis da

Chanel, ficando na lista das bolsas mais caras do mundo.

Bom, entendemos que a Lei da Oferta e da Procura exerce uma influência direta no preço de venda. A pergunta agora é:

Como se preparar para alta ou baixa demanda?

Como falamos, existem diversos fatores que influenciam na Lei da Oferta e da Procura, como concorrência e condições climáticas, por exemplo. Preparar sua empresa para as oscilações da oferta ou da demanda é essencial, uma vez que existe uma relação entre **Oferta e Procura e Fluxo de Caixa**.



Negócios sazonais conseguem melhor se preparar para períodos de demanda alta ou baixa e falamos sobre isso neste artigo. Como toda empresa sofre influências externas, o ideal é o controller conseguir antecipar-se a problemas que eventualmente possam influenciar – para baixo ou para cima – o preço de venda de seus produtos/serviços, bem como a procura por esses bens.

O primeiro passo é realizar a Previsão de Demanda, ou seja, determinar o interesse do consumidor por um produto em todo o mercado. Na essência, a previsão de demanda fornece dados críticos sobre os mercados em que uma empresa atualmente opera e aqueles que espera atuar. Sem previsão de demanda, o negócio assume o risco de prosseguir e operar em um mercado que potencialmente não precisa de seu produto.

Temos um post bem completo que apresenta os passos para a Previsão de Demanda, mas o assunto não se encerra aí. Após projetar a demanda, você precisará se preparar para trabalhar com diversos cenários.

Por exemplo, o setor agropecuário está sujeito às variações climáticas. O que acontecerá com a produção em um período de seca? E um período de chuvas? Se seu negócio é

influenciado pelo preço do dólar, o que acontece se a moeda cair em relação ao real? Ou se aumentar? A demanda aumentará ou diminuirá? Que ações sua empresa pode realizar para que a oferta aumente? Ou para que a alta demanda seja atendida por você e não apenas por seus concorrentes?

Situações como essas podem ser previstas com a Projeção de Cenários. Você pode começar fazendo três tipos de simulações:

Um Cenário Otimista, ou seja, aquele que a oferta pelos produtos/serviços da sua empresa é maior do que a demanda. Nesse caso, o ambiente é extremamente favorável para a organização, pois, por exemplo, metas de Faturamento serão batidas.

Um Cenário Pessimista em que o oposto acontece. Nesse caso, a procura diminui e você precisará tomar ações que acabem diminuindo sua margem de lucro. Neste tipo de cenário as piores situações de Receita, Custos, Despesas e Investimentos devem ser previstas.

Um Cenário Realista, que aqui pode ser aquele que citamos por concorrência perfeita, ou seja, a Lei da Oferta e da Procura está em equilíbrio.

A Análise de Cenários deve ser realizada com bastante atenção e cuidado para que decisões possam ser avaliadas de forma crítica. Como a projeção pode ser algo desafiador para ser colocado em prática, além deste artigo falando sobre o assunto, criamos um modelo de planilha para projeção de cenários para download gratuito. Clique na imagem abaixo e baixe o material:



Lei da Oferta e da Procura e o Preço de Venda

Basicamente, a Lei da Oferta e Procura impacta:

No planejamento do orçamento da produção, bem como a produção em si;

No planejamento da necessidade de mão de obra adicional;

Nas previsões financeiras;

No planejamento das atividades de marketing;

Na subprodução ou superprodução e

Nas estratégias de preço.

O último item, aliás, é impactado fortemente pela Lei da Oferta e da Procura. Como vimos, se existe mais procura por um bem do que oferta, seu preço será aumentado. O contrário também ocorre.

Isso significa que o preço de venda do produto/serviços da sua empresa deverá ser constantemente analisado a fim de que sua organização seja lucrativa e rentável. Definir o preço ideal não é tarefa fácil. Ele tem a ver com:

Projeção da Margem de Contribuição

Projeção do Ponto de Equilíbrio

Análise da Concorrência e do Mercado

Tudo isso, claro, sem esquecer das influências da oferta e procura. No **Guia completo para Formação de Preço de Venda**, apresentamos um tutorial detalhado para o cálculo do preço ideal de venda dos produtos, mercadorias e serviços de sua empresa. Ele é um ponto de partida para que, sempre que as regras do mercado exigirem, você tenha uma noção do quanto o preço de venda pode ser trabalhado a fim de que a empresa não opere com prejuízos.

Como começar?

Deseja fazer essas projeções mas não sabe nem por onde começar?

Nós da Treasy **temos uma solução completa para agilizar a gestão de médio e longo prazo de sua empresa e ajudá-la obter os melhores resultados! Com a nossa metodologia você conseguirá fazer análises de previsão de demanda, simulação de cenários, formação de preço e obter diversos relatórios para uma melhor gestão.**

A solução é composta de:

Equipe de controllers experientes para auxiliar em todo o processo e dar mais velocidade a adoção e implantação em sua empresa.

Metodologia própria feita para empreendedores, mas também envolvendo os gestores. A combinação do software simples e intuitivo facilita a descentralização do Orçamento, aumentando o engajamento de todos com o processo.

Software especialista com projeções, simulações, cenários, indicadores de desempenho e tudo para seu planejamento financeiro e gestão orçamentária.

Clique no banner para conhecer nossas soluções para a sua empresa!



Concluindo

Se tem algo que lei do mercado entende é a relação entre oferta e demanda. Aqui no Brasil, temos diversos exemplos em que a Lei da Oferta e da Procura foi sentida nos nossos bolsos, e poderíamos fazer um artigo só sobre essas situações.

Como profissional da área de finanças é seu dever manter a empresa preparada para as eventuais oscilações de oferta ou demanda que possam ocorrer. Ter conhecimento de como a Lei da Oferta e da Procura influencia o caixa do seu negócio significa estar preparado para tomar ações que evitem quedas na receita ou, no melhor cenário, que intensifiquem suas vendas. O caixa agradece!

Esperamos que este artigo tenha sido útil a você. Deixe um comentário contando o que achou e compartilhe conosco qualquer outro conhecimento que possa contribuir com o tema. Fique à vontade também para compartilhar este post com seus colegas.

Toda semana publicamos aqui artigos relacionados a planejamento, orçamento e acompanhamento econômico-financeiro. Também publicamos mensalmente materiais gratuitos para download como modelos de planilhas, white papers e e-books.

Portanto, se você ainda não é assinante de nosso newsletter, cadastre-se para receber este e outros artigos por e-mail, ou nos adicione nas redes sociais para ficar por dentro de tudo que acontece por aqui.

Também publicado em Medium.