

Escola de Engenharia de Lorena
Economia Geral

OFERTA E PROCURA

Outubro/2020

HISTÓRICO

A lei da oferta e da procura não possui autoria determinada. Sabe-se que a noção da lei já era conhecida no século XIV por diversos estudiosos muçulmanos, que entendiam que se a disponibilidade de um bem diminuísse, seu preço aumentava.

A expressão "oferta e procura" foi utilizada pela primeira vez pelo economista escocês James Steuart em 1767 e, ficou mundialmente conhecida ao ser utilizada por Adam Smith.



INTRODUÇÃO



1

Modelo de definição de preços e determinação da melhor forma de se alocar recursos.



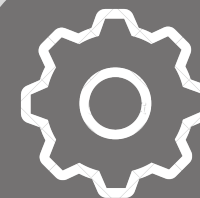
2

Essência do liberalismo econômico: mercado independente e autorregulado.



3

A procura diz respeito ao quanto um produto ou serviço é desejado por compradores dispostos a pagar um determinado preço.



4

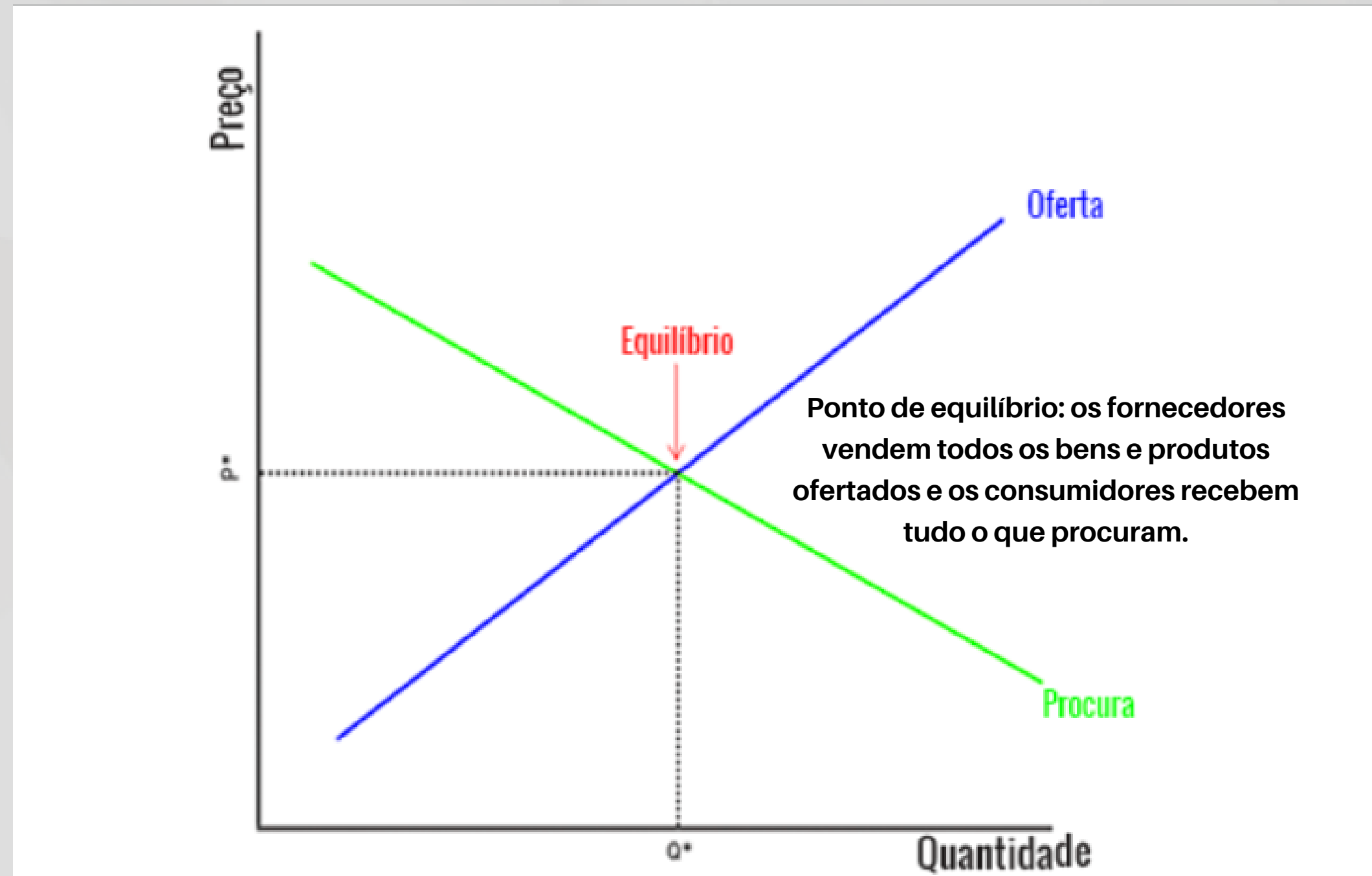
A oferta se refere ao quanto de um produto ou serviço o mercado pode disponibilizar por um determinado preço.



5

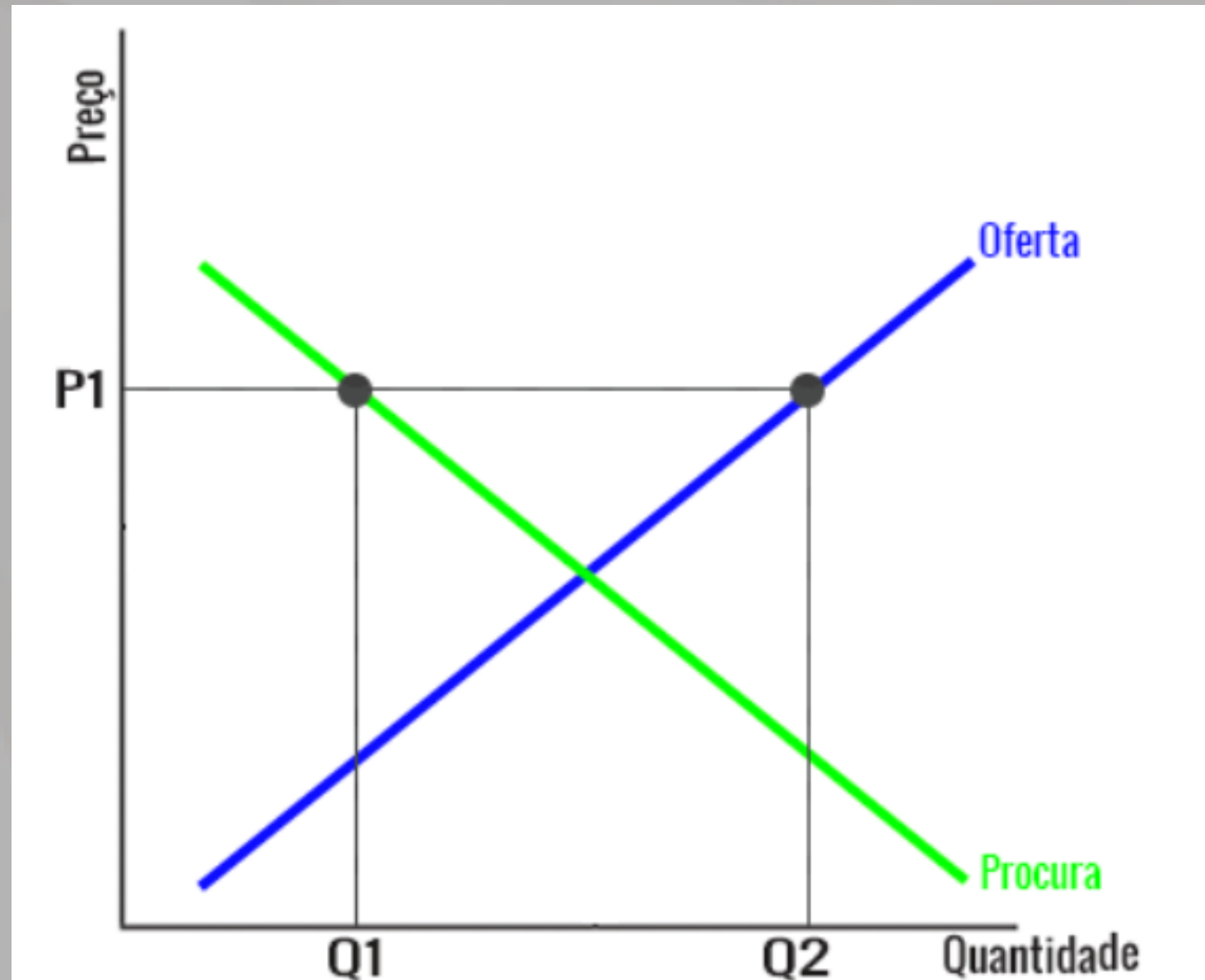
O conceito final analisa a interação entre as duas relações e é utilizada na definição de preços de bens e serviços.

Cenário econômico ideal e automático

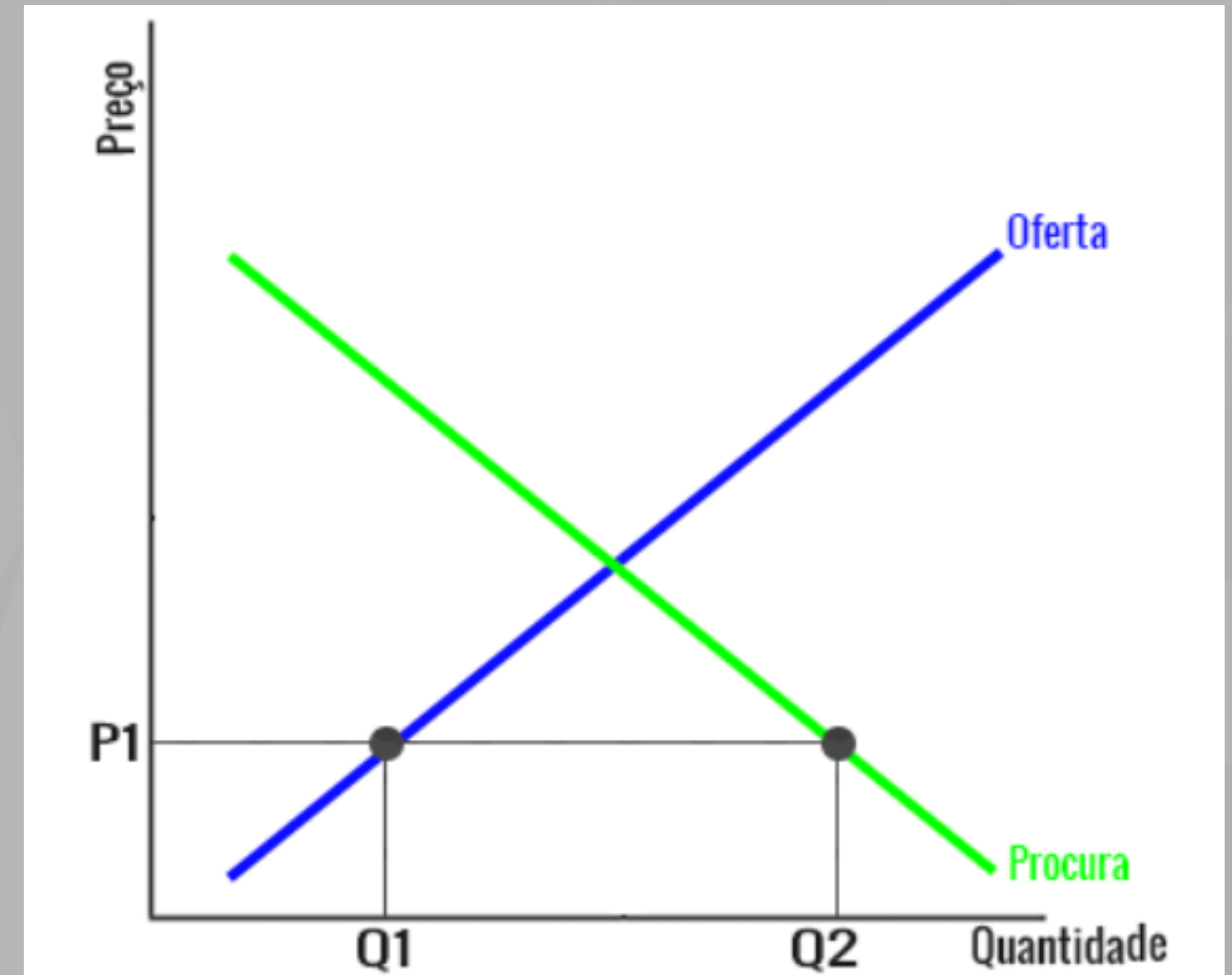


Quando as relações de oferta e de procura são analisadas em conjunto, as duas funcionam em espelho.

EXCESSOS



O resultado do diagrama acima é que muito está sendo produzido e pouco está sendo consumido. Nesse cenário, surgirá a necessidade de diminuir os preços.



O excesso de procura fará com que os consumidores disputem a aquisição dos bens e serviços, fazendo com que os produtores aumentem os preços.

Eficiência operacional da cadeia de suprimentos (supply chain)

- 1 - A indústria produz um item;**
 - 2 - Envia os produtos para os seus distribuidores;**
 - 3- Repassa a mercadoria para o revendedor ou ponto de venda (PDV);**
- No PDV, o produto é vendido ao consumidor final.**



**Giro de
Estoque
(Stock Over)**

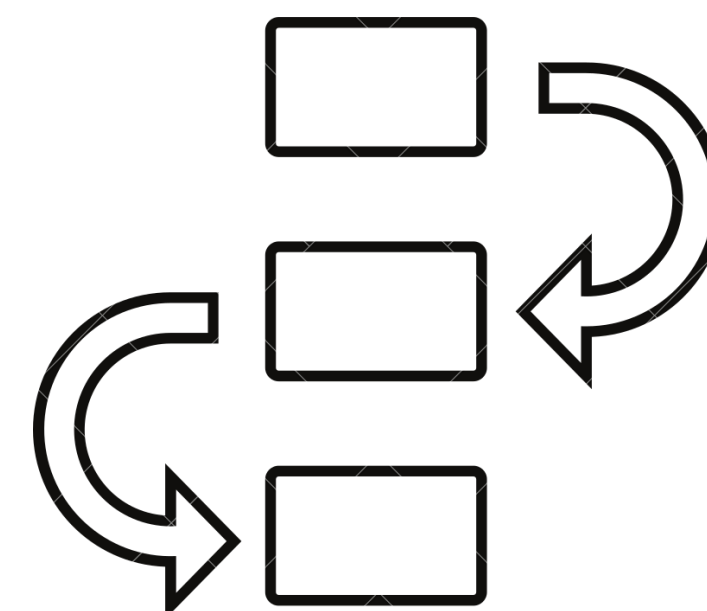
Se o varejo não conseguir vender na ponta para o consumidor final, o tanque não vai esvaziar e o varejo vai parar de comprar da indústria.



ROTATIVIDADE ALTA:

produto possui alta demanda!

Isso pode ser devido a novas estratégias de marketing ou uma promoção de vendas, por exemplo.

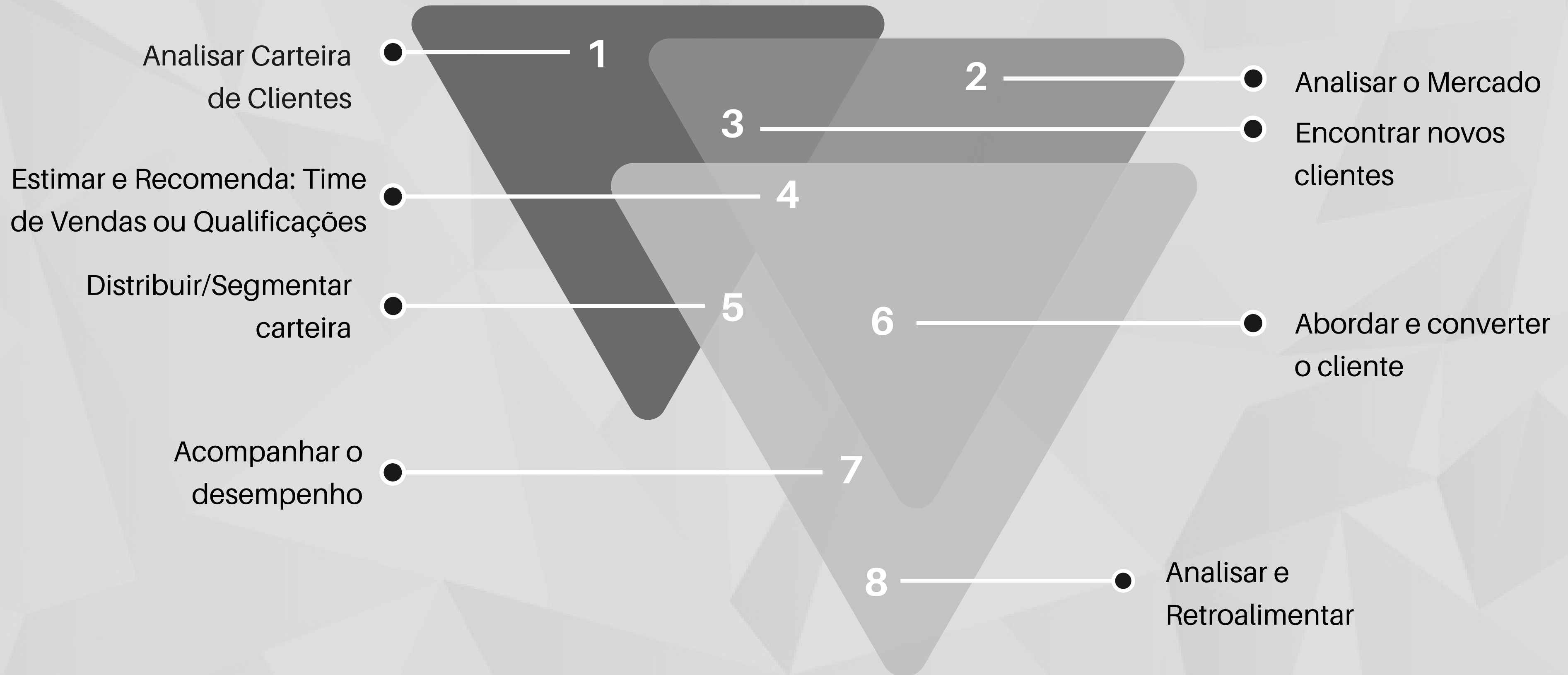


ROTATIVIDADE BAIXA:

produto possui baixa demanda!

O público-alvo não está sendo alcançado ou a estratégia de vendas não é apropriada.

AUMENTO DE DEMANDA: PROSPECÇÃO



Novas soluções de inteligência analítica

Nestlé aprimora previsão de demanda com soluções de análise do SAS



Empresa melhorou em 9% a precisão de seus planejamentos de vendas em uma de suas unidades de negócio, gerando impacto direto no nível de serviço aos clientes, redução de inventários e melhora no frescor do produto.



Good Food, Good Life

ANÁLISE REAL: CENÁRIO AÉREO

Oferta - é medida em ASK:

Available Seat-Kilometers

Demanda - é medida em RPK

Revenue Passenger-Kilometers

Assento ocupado por um passageiro

Fator de Aproveitamento ou LF (%)

**Total de assentos ocupados por passageiros
pagantes pelo total de assentos oferecidos:
taxa de ocupação**

**capacidade oferecida que foi efetivamente
comercializada**

