



Universidade Federal do Ceará

Campus Quixadá



Prof. Marcelo Martins

Definição de Mercado

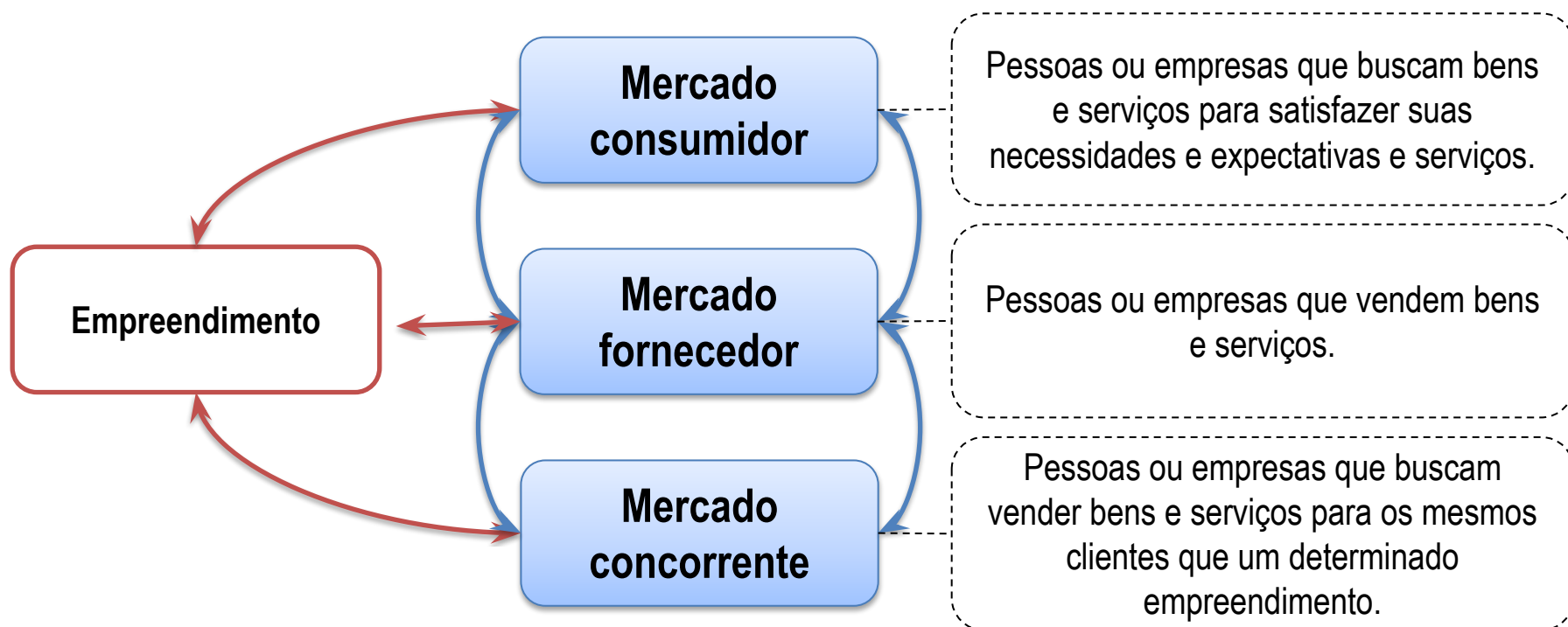
Pesquisar



Mercado é a **relação** entre a **oferta** – pessoas ou empresas que desejam vender bens e serviços – e a **procura (demanda)**– pessoas ou empresas que querem comprar **bens ou serviços**.

Componentes básicos do mercado

Pesquisar



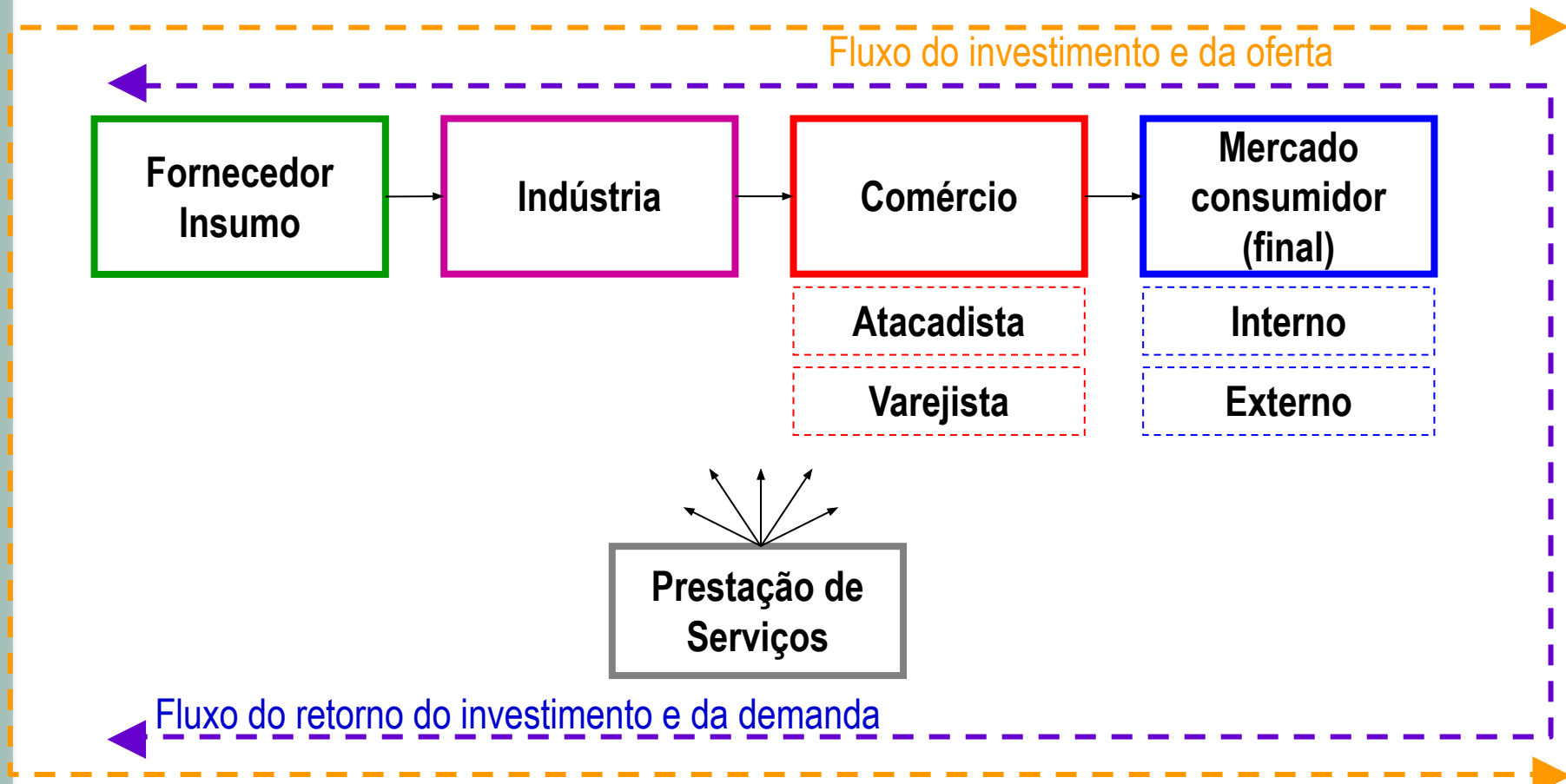
Identificação de oportunidades

- Existe demanda? Que necessidades e expectativa do mercado consumidor os produtos/serviços atenderão?
- Quais são os fornecedores do empreendimento? Como é o acesso a eles e suas condições de fornecimento?
- Como se caracteriza a concorrência? Quantos são os concorrentes? Quais estratégias utilizam? Quais seus diferenciais?

É fundamental que o empreendedor mantenha um olhar atento ao mercado e às constantes mudanças pelas quais ele passa para ampliar sua identificação de oportunidades.

Exemplo de estrutura geral de mercado

Pesquisar



Análise do ambiente externo e ambiente interno

Pesquisar 

- ▮ **Ambiente interno**: análise de fatores que são controláveis pelo empreendedor, pois se referem ao ambiente interno da atividade desenvolvida.
- ▮ **Ambiente externo**: análise de fatores que acontecem alheios à vontade do empreendedor e se referem ao ambiente externo da atividade desenvolvida.

Aspectos de análise no ambiente externo



- Aspectos econômicos globais e locais
- Fornecedores
- Concorrentes
- Clientes
- Legislação
- Características do setor de atuação: cadeia de suprimentos, tendências, inovação
- Sustentabilidade
- Acesso a linhas de financiamento
- Aspectos naturais e geográficos
- Outros

Pesquisar



Identificar oportunidades e ameaças do ambiente externo.

Aspectos de análise no ambiente interno

Pesquisar



- Estrutura
- Organização
- Pessoas
- Processos
- Gestão
- Outros

Identificar pontos fortes e pontos fracos do ambiente interno.

Competividade

Pesquisar



Capacidade de explorar de forma estratégica a estrutura e os padrões de concorrência do mercado em que atua ou quer atuar e, assim, conseguir rentabilidade em longo prazo.

Valor agregado

Pesquisar



Agregar valor ao produto ou serviço é exceder a sua finalidade básica, sendo que tal valor é determinado pela percepção do cliente.

Atividade em grupo

- Identificar dois produtos/serviços iguais/similares e de marcas diferentes.
- Responder as seguintes questões:
 1. Em que eles são parecidos? Em que eles são diferentes?
 2. Que tipo de público cada um atende?
 3. O que cada empresa que os produz/realiza faz com excelência para bem atender ao seu mercado?

REFERÊNCIA

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.
Apostila de empreendedorismo: módulo 1 – o empreendedor. Brasília:
SEBRAE, 2016.