



MERCADOS

“Mercado é o local ou área geográfica onde é realizada a troca de propriedade de um produto entre compradores (consumidores) e vendedores (produtores)”.

Identificação:

- 1 - O produto** (produto não é a mesma coisa que marca);
- 2 - Abrangência do mercado** (área geográfica e localização);
- 3 - O tempo** (período e intervalo).



Vendas de veículos sobem e tornam abril melhor mês da história, diz Fenabreve - Publicidade (da Folha Online)

- O setor de distribuição de veículos registrou em abril recorde de vendas, transformando o mês no melhor da história do setor, segundo dados da Fenabreve divulgados nesta sexta-feira.
- Em abril foram vendidos 248.945 automóveis e comerciais leves, alta de 12,65% sobre março (220.991 unidades) e 100% sobre o mesmo mês do ano passado (124,3 mil unidades).
- O volume de vendas no varejo de automóveis e comerciais leves nos primeiro quadrimestre (janeiro a abril) somou 866.463 unidades, contra 638.927 unidades no mesmo período do ano anterior, aumento de 35,61%.
- Se considerados todos os tipos de veículos (automóveis, comerciais leves, caminhões, ônibus, motocicletas, implementos rodoviários e outros), foram comercializados 1.548.519 de unidades no acumulado do ano, alta de 29,93% sobre o mesmo período de 2007 (1.191.814 unidades).
- As vendas de caminhões no varejo apresentaram evolução de 32,96% na comparação dos primeiros quatro meses deste ano com o mesmo período de 2007, saltando de 27.731 unidades para 36.870.

Vendas de veículos sobem e tornam abril melhor mês da história, diz Fenabreve - Publicidade (da Folha Online)

- O setor de distribuição de veículos registrou em abril recorde de vendas, transformando o mês no melhor da história do setor, segundo dados da Fenabreve divulgados nesta sexta-feira.
- Em abril foram vendidos 248.945 automóveis e comerciais leves, alta de 12,65% sobre março (220.991 unidades) e 100% sobre o mesmo mês do ano passado (124,3 mil unidades).
- O volume de vendas no varejo de automóveis e comerciais leves nos primeiro quadrimestre (janeiro a abril) somou 866.463 unidades, contra 638.927 unidades no mesmo período do ano anterior, aumento de 35,61%.
- Se considerados todos os tipos de veículos (automóveis, comerciais leves, caminhões, ônibus, motocicletas, implementos rodoviários e outros), foram comercializados 1.548.519 de unidades no acumulado do ano, alta de 29,93% sobre o mesmo período de 2007 (1.191.814 unidades).
- As vendas de caminhões no varejo apresentaram evolução de 32,96% na comparação dos primeiros quatro meses deste ano com o mesmo período de 2007, saltando de 27.731 unidades para 36.870.

ESTRUTURAS DE MERCADO

‣ **Concentração de Mercado**

- **Permite entender a participação de cada empresa no mercado e o potencial de “imperfeições”.**
- **Avalia-se a concentração analisando o número de empresas participantes em um mercado, seja pelo lado da oferta ou da demanda. Ou, ainda, pela participação percentual que cada empresa detém de determinado mercado (tanto pelo lado da oferta como pelo da demanda).**
- **A concentração de mercado é maior quanto menor for o número de empresas de atuantes em determinado mercado, ou quanto maior fora a participação das empresas no mercado.**



ESTRUTURAS DE MERCADO

► O grau de homogeneidade do produto (diferenciação do produto)

- Brindes e promoções
- Adicionar ingredientes de qualidade superior ao produto
- Embalagem
- Serviços adicionados ao produto
- Imagem



ESTRUTURAS DE MERCADO

- ▶ **Dificuldades ou barreiras para a entrada de novas firmas no mercado.**

Quanto maior forem as dificuldades/barreiras para a entrada de novas empresas no mercado mais imperfeita tendem a ser as condições de concorrência e maiores as chances de manipulação de preços.

ESTRUTURAS DE MERCADO

➤ Possíveis barreiras/dificuldades de mercado:

- Dificuldade de acesso a mão de obra especializada;
- Necessidade de capital elevado para entrar no mercado;
- Necessidade de grande escala de produção para ser competitivo;
- Não possuir o domínio (acesso) da tecnologia adequada para o desenvolvimento da atividade;
- Falta de experiência no mercado;
- Falta de experiência na atividade;
- Dificuldade de acesso a matérias primas ou insumos estratégicos;
- Dificuldade de acesso a fornecedores;
- Dificuldade de acesso aos distribuidores/consumidores;
- Questões burocráticas ou legais;
- ...



CLASSIFICAÇÃO DOS MERCADOS

- **Concorrência Perfeita**
- **Monopólio**
- **Oligopólio**
- **Concorrência Monopolista**
- **Concorrência Perfeita**
- **Oligopsônio**
- **Monopsônio**