

Tema 2: Mercado

Assunto 3: Conhecendo o mercado concorrente

Unidade 1: Quem são meus concorrentes

Olá, caro(a) aluno(a). Este material destina-se ao seu uso como aluno(a) inscrito(a) no Curso Aprender a Empreender pela Internet, promovido pelo Sebrae. Conforme você já leu no Guia do curso, este é um recurso adicional do qual você dispõe para apoiá-lo(a) e está disponibilizado para download. Para facilitar o manuseio do material, seguir-se-á a sequência estabelecida para o curso em temas, assuntos e unidades. O material está disponibilizado por tema, na 1ª unidade de cada assunto, indicando-se as unidades a que se refere. **Nas atividades educacionais propostas e realizadas com recursos tecnológicos especiais, você deve navegar no curso pela internet.** Neste material, ao encontrar a palavra **Atenção!** vá ao ambiente do curso e localize a unidade e passo indicados. Você deve percorrer todos os passos e clicar em **Concluir** no final de cada unidade. Quando todas as unidades de um mesmo assunto estiverem concluídas no ambiente do curso na internet, você terá acesso aos textos do próximo assunto para download.

Conhecer o mercado significa saber quem é o seu consumidor, quem são os seus concorrentes e os seus fornecedores.

EXEMPLO

Pedro chegou de São Paulo, onde estivera trabalhando por alguns anos com o objetivo de juntar algum dinheiro, pois seu sonho era abrir um negócio na cidade onde nascera. Antes de dar início ao seu empreendimento, levou vários dias pesquisando, porque queria saber, com certeza, onde melhor investir o seu capital. Percebeu que, na sua ausência, muitas coisas haviam mudado. O comércio, principalmente de gêneros alimentícios, estava passando por uma fase difícil, até mesmo de uma certa decadência. As pessoas evoluíram e passaram a ter novas necessidades e expectativas. Queixavam-se da falta de um mercado mais sortido, onde elas pudessem abastecer de forma mais completa as suas despesas. Quem podia, viajava para fazer suas compras em cidades vizinhas mas, nem todos, dispunham desses mesmos recursos. Então, Pedro pensou que poderia estar, justamente aí, a sua grande oportunidade. Poderia preencher esse espaço, abrindo um s

A preocupação de Pedro, a partir da pesquisa inicial, deve se concentrar em levantar alguns dados fundamentais, tais como:

- Quais suas chances de sucesso?
- Quem são seus concorrentes?



- Como será a reação da concorrência?
- Que serviços e /ou produtos diferenciados ele pode oferecer?

TEORIA

Atenção! Vá ao ambiente do curso na web no passo 3 da mesma unidade (Quem são meus concorrentes) e assunto (Conhecendo o mercado concorrente) que estamos estudando e veja uma animação muito interessante sobre o item abaixo. Vá lá! Você vai gostar!

Fique atento!

Se os seus consumidores deixam de comprar um produto que você vendeu ou serviço que você presta para comprar em outra empresa, esta outra empresa e este novo produto/serviço são seus concorrentes.

O mercado concorrente é composto pelas pessoas ou empresas que oferecem mercadorias ou serviços iguais (ou semelhantes) àqueles que o(a) empreendedor(a) pretende colocar no mercado e que atuem na mesma área (região).

É importante considerar, por exemplo, que se você possui uma livraria, os concorrentes não são somente as livrarias ou supermercados que vendem na mesma região, mas aquelas que oferecem livros pela internet e entregam na sua região.

Podemos aprender muito, observando os erros e acertos dos concorrentes. Procurar informações, pesquisar, acompanhar o que acontece na nossa cidade e no país significa que estamos sintonizados com a realidade e, também, com a viabilidade de nosso negócio.

Antes de buscarmos informações sobre a concorrência, devemos definir quais os dados que desejamos obter e como obtê-los. Finalmente, é preciso que esses dados sejam organizados para nos permitir a análise dos seguintes pontos que interessam para a melhoria dos negócios:

PESQUISA

MÃOS À OBRA

Agora tente identificar quem são os seus concorrentes? Para responder, você pode utilizar o espaço abaixo ou, se preferir, imprima sua resposta indo diretamente no curso (internet), no passo 4 desta mesma unidade (Fornecedor é parceiro) e assunto (Conhecendo o mercado fornecedor).

Quem são meus concorrentes?

Quantos são?

Onde estão as empresas que disputam clientes com a minha empresa?

Qual o tamanho dos meus concorrentes?

Qual o volume de vendas estimado dos concorrentes?

Quem é o líder deste mercado?

Qual a posição competitiva dos concorrentes?

Oferecem produtos e serviços melhores que os meus?

Agora você já possui um instrumento apropriado para aplicar sempre que for preciso obter informações sobre os seus concorrentes. Estar atento ao perfil de seu mercado faz parte das tarefas do(a) empreendedor(a). Boa sorte!

Existem outros fatores que interferem na competitividade de sua empresa frente à concorrência, tais como capacidade de conseguir melhores preços junto aos fornecedores ou a posse de uma marca mais conhecida no mercado, por exemplo.

Participe sempre das sessões do Fórum (lapela superior - em cinza) Procure descobrir quem está no mesmo ramo de negócios que você. Lembre-se de que você tem colegas de todas as partes do Brasil com diferentes experiências de criar ou ampliar negócios. Aproveite a oportunidade de falar com eles, de estabelecer um diálogo proveitoso para todos.

EXERCÍCIO DE FIXAÇÃO

Atenção! Você tem uma atividade a realizar no ambiente do curso na web, nos passos 5 e 6 da mesma unidade (Quem são meus concorrentes) e assunto (Conhecendo o mercado concorrente) que estamos estudando.

Faça os exercícios propostos na web que vão ajudá-lo a fixar o conteúdo.

RESUMO

Identificar quem são os nossos concorrentes no mercado é tarefa fundamental, em se tratando de negócio. O mercado concorrente é composto por pessoas ou empresas que oferecem mercadorias ou serviços iguais (ou semelhantes) àqueles que o(a) empreendedor(a) pretende colocar no mercado e que atuem na mesma área (região). Assim, é importante conhecê-los - saber quem são; quantos são; o que de fato comercializam e de que forma se comportam no mercado.

Um lembrete para você! Retorne ao ambiente do curso na internet e, após percorrer todos os passos da unidade, clique no botão **Concluir**.

Assunto 3: Conhecendo o mercado concorrente

Unidade 2: Analisando o mercado concorrente

Nesta unidade, vamos aplicar o que estudamos na unidade passada (Quem são meus concorrentes).

Muitos empreendedores acreditam que seus concorrentes são somente as empresas que vendem produtos ou oferecem serviços iguais aos seus. Na verdade, qualquer empresa que venda produtos ou ofereça serviços, na mesma área em que você atua, é sua concorrente desde que atenda à mesma necessidade dos clientes.

Você vai poder fazer um diagnóstico como se fosse um retrato de corpo inteiro de seu empreendimento. Lembre-se ! A sua experiência, o conhecimento do negócio e as informações que possui são os elementos de que precisa para preencher adequadamente o formulário. Sucesso!

PESQUISA

MÃOS À OBRA

Atenção! Para responder esta pesquisa, você pode utilizar o espaço abaixo ou, se preferir, imprima sua resposta diretamente no curso (internet), no passo 1 desta mesma unidade (Analisando o mercado concorrente) e assunto (Conhecendo o mercado concorrente).

MÃOS À OBRA!

ANALISANDO O SEU MERCADO CONCORRENTE

1. Quais são os três principais concorrentes da sua empresa?

2. Liste, abaixo, os dois principais pontos fortes de cada um dos três principais concorrentes em relação à sua empresa:

3. Agora, liste os dois principais pontos fracos de cada um dos três principais concorrentes em relação à sua empresa:

4. Agora, compare as características dos seus três concorrentes atuais com a sua

Caso sinta necessidade de partilhar as suas respostas, você pode fazer um contato com seus colegas através do Fórum (lapela superior em cinza). Sinta-se à vontade para sugerir a eles a inclusão de itens que você considera necessários e não estão contemplados no formulário ou para sugerir a exclusão de algum item. Para contatar o(a) tutor(a), utilize o Tira-Dúvidas

Este formulário vai lhe permitir atualizar periodicamente a análise do mercado. Tenha-o sempre à mão, acrescentando-lhe os dados que achar necessários a cada situação que pretender analisar. Quanto mais você o conhecer, tanto mais vai poder adaptá-lo às suas necessidades.

CURIOSIDADES

Quer ler umas informações sobre o Humor?

HUMOR FATAL

Pessoas mal-humoradas e raivosas têm três vezes mais riscos de sofrer ataques cardíacos ou serem vitimadas por doenças cardiovasculares. É o que demonstra um estudo da Universidade da Carolina do Norte (EUA) que acompanha 13 mil homens e mulheres com idade entre 45 e 64 anos, faixa etária de maior risco para os problemas do coração. Além de responderem a um questionário, os participantes foram acompanhados durante seis anos.



Em situações de ódio ou mau humor, o organismo despeja na corrente sanguínea uma série de substâncias, como a adrenalina. Essa descarga aumenta os batimentos cardíacos, eleva a pressão arterial, o que aumenta o risco de entupimento de vasos por placas de gordura desprendidas das paredes das artérias. Portanto, relaxe e sorria!

EXERCÍCIO DE FIXAÇÃO

Atenção! Você tem uma atividade a realizar no ambiente do curso na web, no passo 3 da mesma unidade (Analisando o mercado concorrente) e assunto (Conhecendo o mercado concorrente) que estamos estudando.

Ânimo! Retorne à unidade na web para fazer o exercício proposto. Refaça-o para reforçar os seus conhecimentos e fixar a aprendizagem.

Um lembrete para você! No ambiente do curso pela internet, você deve clicar em todos os passos da unidade que está estudando e, no último passo (final da unidade), clicar no botão **Concluir**. Este procedimento lhe permitirá ter acesso a uma nova unidade, dentro deste mesmo assunto e à possibilidade de fazer o download deste novo conteúdo.