

Tema 2: Mercado

Assunto 5: Dimensionando o mercado

Unidade 1: Qual o tamanho do meu mercado

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 seqüência 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.

Bem-vindo ou Bem-vinda a esta unidade! Você já estudou vários assuntos relativos a mercado em unidades anteriores e foi estimulado a aplicar os conhecimentos aos seus próprios negócios.

Vencidas essas etapas, você criou boas condições para continuar o curso. Nesta unidade, vamos aprender a medir o nosso mercado para podermos tomar as decisões adequadas ao crescimento potencial do negócio.

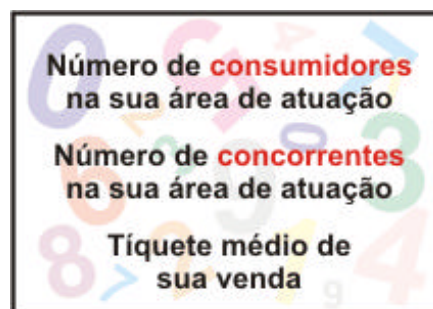
TEORIA

É a partir do tamanho do seu mercado que você irá definir o porte necessário para a sua empresa e, conseqüentemente, o tamanho do investimento que deverá realizar.

Saber o tamanho do seu mercado permite ter uma idéia aproximada do volume de vendas que sua empresa poderá atingir e, portanto, estimar qual o potencial de lucro que ela realmente tem.

Mais ainda: conhecer o tamanho do mercado lhe permite saber com segurança se vale a pena investir mais nesse mercado ou não. Mas, como fazer isso?

Dimensionar o tamanho do seu mercado é mais simples do que parece. Para fazer isso, serão necessárias três informações diferentes:



- Número de consumidores de sua área de atuação
- Número de concorrentes na sua área de atuação
- Ticket médio de sua venda

NÚMERO DE CONSUMIDORES

Para você entender melhor esta questão, vamos tomar como exemplo a loja de roupas de D. Maria que está situada em uma rua próxima à praça. Assim como João, o dono da lanchonete, que aparece na unidade “Características do comportamento empreendedor”, D. Maria também é amiga de “Seu” Manoel e conhece muita gente na cidade.



Como D. Maria pode saber qual é o tamanho do seu mercado? Observem o que ela descobriu.

A área de atuação da empresa é formada por todas as residências e prédios comerciais da região próxima, de onde as pessoas possam se deslocar com facilidade para a loja.

Se você tem dúvidas sobre como delimitar essa área, basta conversar com seus clientes: as ruas e bairros de onde eles vêm para comprar na sua empresa estão na sua área de atuação.

Uma vez que a área de atuação de seu empreendimento tenha sido definida, você deverá contar o número de residências e estabelecimentos comerciais da região. Se for uma área muito grande, conte as residências localizadas nas ruas principais, para depois multiplicar o resultado pelo número de ruas do bairro.

Assim, se existem em média 50 residências por rua no bairro, e são 4 ruas na sua área de atuação, basta multiplicar os dois números para saber quantos domicílios existem em sua região.

$$4 \times 50 = 200 \text{ domicílios}$$

NÚMERO DE CONCORRENTES

Todas as empresas que vendam produtos ou serviços iguais, semelhantes ou similares aos que você oferece - dentro da área de atuação que você definiu - são suas concorrentes.

Para saber, então, qual o número de concorrentes do seu mercado potencial (ou seja, aqueles que provavelmente comprarão na sua empresa), basta dividir o número de clientes na área de atuação pelo número de concorrentes no mercado (lembre-se de colocar a sua empresa também).

Por exemplo, supondo que a loja de roupas de D. Maria tenha três concorrentes na sua área de atuação, então seu mercado potencial é de 50 domicílios (200 residências divididas entre os 4 concorrentes).

$$\text{200 Residências} \div \text{4 Concorrentes} = \text{50 Domicílios}$$

Agora que você já sabe também o tamanho do seu mercado potencial, a última informação a levantar é o tíquete médio das suas vendas. Apesar do nome complicado, este é um conceito muito simples.

O tíquete médio corresponde ao valor que você vende para cada consumidor que compra na sua empresa, em média.

TÍQUETE MÉDIO

Para saber qual é o seu tíquete médio, basta dividir o total das suas vendas no mês pelo número de clientes, que comprou na loja (ou pelo número de notas fiscais ou recibos que você emitiu). O resultado é o tíquete médio.

EXEMPLO

Supondo que uma empresa venda para dois consumidores num total de R\$10,00.

O tíquete médio da empresa será igual ao total de vendas sobre o total de compradores.

Ou seja, R\$ 10,00 / 2 = R\$ 5,00

Não importa qual seja o valor re-expresso em cada um dos do tíquetes.

$$\text{\$10 Total de Vendas} \div \text{2 Total de Compradores} = \text{5 Tíquete Médio}$$

O mais interessante é que essas informações muito simples permitem a você tomar uma série de decisões importantes.

DESAFIO

Conhecer o tamanho do mercado lhe permite saber com segurança se vale a pena investir ou não.

Atenção! Você tem agora a oportunidade de voltar ao ambiente do curso para realizar um **desafio**. Ele se encontra no passo 5 desta unidade (Qual o tamanho do meu Mercado) e assunto (Dimensionando o Mercado) que estamos estudando. Você vai, inclusive, poder imprimir a sua resposta para conferir depois. Você também poderá desenvolver esta atividade aqui no espaço que reservamos abaixo.

Eis o desafio: Dimensione o tamanho do mercado do Seu Manoel completando os campos da tabela que se encontra no ambiente do curso (Internet). Atente para as dicas a seguir.

- Para calcular o Mercado Potencial é necessário dividir o número de clientes da região pelo número de concorrentes.
- Para calcular o tamanho do mercado é necessário multiplicar o tíquete médio pelo mercado potencial.

Atenção! Retorne à unidade (Qual o tamanho do meu Mercado) na web e complete os campos na tabela proposta! Você irá encontrá-la no passo 5.

A esta altura, você já reúne um conjunto de formulários que você pode utilizar para retratar o seu empreendimento e que podem ser atualizados por você de vez em quando ou sempre que alguma alteração ocorrer. Fique atento ao que se passa com o seu mercado consumidor, concorrente ou fornecedor. Lembre-se do conto do periquitinho? OLHO VIVO!

EXERCÍCIO DE FIXAÇÃO

Atenção! Você tem outra atividade a realizar no ambiente do curso na web, nos passos 6 e 7 da mesma unidade (Qual o tamanho do meu mercado) e assunto (Dimensionando o mercado) que estamos estudando. Aproveite a oportunidade de verificar a sua aprendizagem.

Retorne à unidade na web e faça os exercícios propostos, lendo as questões com atenção e refletindo antes de respondê-las.
Bom estudo!

RESUMO

O tamanho do seu mercado é que vai direcionar os rumos da sua empresa. Antes de tomar qualquer decisão sobre o seu empreendimento, há fatores importantes que devem ser levados em consideração. Dimensionar o tamanho do seu mercado é mais simples do que parece. Para fazer isso, serão necessárias três informações diferentes: número de consumidores, número de concorrentes e tíquete médio.

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.