

"A CAVESA NO MERCADO OLIGOPOLIZADO DE AUTOMÓVEL
PEÇAS E ACESSÓRIOS EM CAMPINA GRANDE"

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAIBA
CENTRO DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E FINANÇAS
COORDENAÇÃO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO

ALUNO: CÍCERO DIAS DE LIMA
MATRÍCULA: 8223210-4
CURSO: BACHARELADO EM ECONOMIA
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: EMPRESA
LOCAL DE REALIZAÇÃO: CAVESA
DATA DE INÍCIO : 12/06/87
DATA DE TÉRMINO: 31/07/87
CARGA HORÁRIA CUMPRIDA: 272 HORAS
DIRETOR PRESIDENTE: RAIMUNDO LIRA
PROFESSOR ORIENTADOR: CONSTANTINO SOARES SOUTO

M O N O G R A F I A

Trabalho destinado a Coordenação de Estágio Supervisionado do Departamento de Economia e Finanças da Universidade Federal da Paraíba - Campus II - realizado em cumprimento do Decreto-Lei nº 6494 de 07/12/77.

CAMPINA GRANDE - PARAÍBA - AGOSTO - 1987



Biblioteca Setorial do CDSA. Maio de 2021.

Sumé - PB

I N D I C E

AGRADECIMENTOS	1
APRESENTAÇÃO	2
INTRODUÇÃO	3
CONTATOS FEITOS	4
INFORMAÇÕES OBTIDAS	5
DADOS SOBRE A EMPRESA	6
II - PARTE	
ELEMENTOS METODOLÓGICOS-TEÓRICOS	7
AS TEORIAS SOBRE MERCADO	8
CONCORRÊNCIA PERFEITA	8
CONCORRÊNCIA MONOPOLÍSTICA	9
CONCORRÊNCIA OLIGOPOLISTA	10
CONCORRÊNCIA MONOPOLISTA (MONOPÓLIO PURO)	11
III - PARTE	
MERCADO DE AUTOMÓVEIS, PEÇAS E ACESSÓRIOS EM CAMPINA GRANDE ...	13
1- QUE TIPO DE CONCORRÊNCIA	13
2- MERCADO OLIGOPOLIZADO	13
IV - PARTE - CONCLUSÃO	17
V - PARTE - FONTES DE PESQUISA	19

I - PARTE

A G R A D E C I M E N T O S

À Deus:

Pelo conforto nas minhas atribuições, por tudo que tenho e que sou, e a Ele entrego o meu futuro.

Aos meus pais:

Pelo amor, carinho e apoio que nunca me faltou.

Aos Professores:

Cuja inteligência e cultura tem colocado a serviço do ensino e do qual temos haurido.

Os maiores e menores conhecimentos, dizer-lhes muito obrigado, é muito pouco e não se possa em plenitude tudo aquilo que queremos dizer.

Aos Colegas da CAVESA:

Minha gratidão pela dedicação, apoio e orientação, amizade ou pelo simples convívio durante o período de minha pesquisa nesta firma.

APRESENTAÇÃO DO TRABALHO SOBRE A EMPRESA

O presente trabalho sobre a Empresa CAVESA S.A., intitulado de Monografia, resulta num conjunto de conhecimentos adquiridos no interior da Empresa no setor de vendas de peças.

Tem como objetivo principal a substituição de um Estágio Supervisionado que me dá o direito de concluir o Curso e ao mesmo tempo de Colar Grau juntamente com os meus companheiros de Economia.

O trabalho visa também atender uma exigência do Curso de Ciências Econômicas, cumprindo normas estabelecidas pelo Decreto-Lei nº 6.494 de 07 de dezembro de 1977 do Ministêrio de Educação e Cultura, que introduziu a disciplina Estágio Supervisionado como obrigatório.

I N T R O D U Ç Ã O

Neste trabalho será apresentado uma exposição simplificada da CAVESA no intuito de fazer uma análise sobre a sua participação no mercado de peças e acessórios de Campina Grande, objetivando mostrar o tipo de concorrência a que está submetida e as formas de convivência e superação deste.

CONTATOS FEITOS

Durante minha pequena passagem e permanência na empresa, onde estive realizando a pesquisa, mantive contatos e relações com pessoas importantes que constituem a cúpula da empresa, tais como: o Diretor Superintendente, o Contador Geral, o qual, me passou todas informações necessárias para execução e desenvolvimento deste trabalho, como também, com as demais pessoas dos diversos setores que forma a empresa como um todo.

INFORMAÇÕES OBTIDAS

As informações que obtive da Empresa CAVESA por intermédio de seu Contador Geral e de outros vários setores, foram de extrema importância para consecução do trabalho, o qual, enriqueci-o com informações de outras fontes como parte complementar para elaboração do mesmo.

DADOS SOBRE A EMPRESA

01. DENOMINAÇÃO

01.01 - CAVESA - Campina Grande Veículos S. A.

02. SEDE

02.01 - Rua Miguel Couto nº 227, Campina Grande - Paraíba

02.02 - Telefone (083) 321-0322

03. INSCRIÇÕES

03.01 - 08.816.563/0001-64 nº CGC (MF)

03.02 - 16.000.315-6 no Cadastro de Contribuintes do ICM

04. TIPO JURÍDICO DA SOCIEDADE

04.02 - Sociedade Anônima

04.02 - Capital Subscrito e Integralizado: Cz\$ 790.000.000

04.02 - Arquivamento na Junta Comercial do Estado da Paraíba

04.03.01 - Escacela número 320

05. ATIVIDADE

05.01 - Comercial

06. RAMO DO NEGÓCIO

06.01 - Comércio varejista de veículos, peças e acessórios

06.01.01 - Concessionário exclusivo, nesta cidade,
da Volkseagen do Brasil

07. DIRETORIA ATUAL

07.1 - Vigência do Mandato: 15.08.85

07.02 - Composição

07.02.01 - Diretor Presidente: Raimundo Lira

07.02.02 - Diretor Vice Presidente: José Augusto
de Lira

07.02.03 - Diretor Superintendente: Francisco
Vieira Dias

II P A R T E

ELEMENTOS METODOLÓGICOS-TEÓRICOS

AS TEORIAS SOBRE PROBLEMAS DE MERCADO

Existem vários tipos de mercados, cada qual com seus respectivos problemas, vantagens e desvantagens, entre estes mercados, os mais importantes a destacar são:

- Mercado de Concorrência Perfeita
- Mercado de Concorrência Monopolística
- Mercado de Concorrência Oligopolística
- Mercado de Concorrência Monopolista (Monopólio Puro)

- Mercado de Concorrência Perfeita

O mercado de concorrência perfeita é caracterizado pelo fato de que nenhum comprador ou vendedor individualmente influenciam o preço através de suas compras ou vendas.

É um mercado inteiramente impessoal, onde não há rivalidades entre os vendedores no mercado e os compradores não reconhecem a sua competitividade vis-à-vis, existindo uma ausência quase que completa de concorrência direta entre os agentes econômicos, onde, todas as magnitudes econômicas relevantes são determinadas pelas forças impessoais do mercado.

Existem quatro importantes condições que definem a concorrência perfeita, que conjuntamente garantem um mercado livre e impessoal, no qual as forças da demanda e da oferta determinam a colocação de recursos e a distribuição das receitas.

- 1- Grande número de compradores e vendedores
- 2- Homogeneidade do produto
- 3- Livre mobilidade dos recursos
- 4- O perfeito conhecimento

Em resumo podemos afirmar que numa concorrência perfeita de mercado, existe as seguintes características:

Cada agente econômico é tão pequeno em relação ao mercado que não pode exercer influência no preço. O produto é homogêneo e há uma livre mobilidade de todos os recursos e todos os agentes econômicos, no mercado gozam de completo e perfeito conhecimento.

- Mercado de Concorrência Monopolística

Este tipo de mercado é caracterizado pela diferenciação do produto, pois cada produtor tenta diferenciar seu produto de maneira a torná-lo único.

Cada empresa possui um monopólio sobre sua própria produção, porém, os vários marcos são relativos a bens intimamente relacionados ou bens substitutos, havendo uma concorrência perfeita intensa e pessoal entre as firmas, o que é totalmente inverso na concorrência perfeita que se dá de maneira impessoal por não inferir nos preços.

Há vários meios de diferenciar produtos, alguns reais e outros muito ilegítimos. Na diferenciação real do produto, as diferenças são constatadas em termos de composição química, serviços oferecidos por vendedores, custo de insumos, etc.. E na diferenciação ilegítima do produto é baseado sobre as despesas de propaganda, diferença de embalagens do material ou desenho, nome da marca, etc.

Em qualquer caso, quando os produtos são diferenciados, cada produto é único e seu produto possui certo poder de monopólio que ele pode explorar. Mas, mesmo assim, é muito pouco o poder de exploração, porque outros produtores podem vender um substituto próximo.

- Mercado de Concorrência Oligopolística

Existe oligopólio em um determinado mercado quando mais de um vendedor estiver no mercado, porém quando o número não for tão grande a ponto de se poder negligenciar a contribuição de cada, onde existindo apenas dois vendedores no mercado, fala-se do caso especial do duopólio.

Na verdade do mercado de oligopólio se tecnicamente falta a concorrência, porém muitas vezes há intensa rivalidade ou concorrência no sentido popular.

Como um mercado de oligopólio existe poucos vendedores cada um deve estar consciente das ações de seus rivais, e de suas reações as mudanças em sua política.

No caso de um mercado de duopólio, onde, existe apenas dois vendedores, cada vendedor tem quase pura certeza que suas ações afetam seu rival, e este que é afetado, por sua vez reagirá tomando medidas que afete contrariamente.

Desde que o mercado está dividido entre os dois, muitas ações beneficiando uma firma serão prejudiciais a outra, obviamente, a ação de um rival terá sua contra partida em uma manobra do outro.

Os rivais podem dedicar suas vidas à tentativa de adivinhar os planos de cada um, podem também concordar em competir através da propaganda e não das mudanças de preços, ou reconhecendo seu potencial de monopólio, formar um acordo e cooperar, ao invés de competir.

Como já foi dito, em um mercado de oligopólios, os rivais gastam grande parte do seu tempo tentando adivinhar as ações e reações dos outros.

Um exemplo desse tipo de mercado é o de automóvel que são considerados altamente competitivos, onde cada firma

concorre rigorosamente com seus rivais, que são numericamente poucos. A principal área de concorrência é na propaganda. Onde a propaganda de uma, afirma que seus produtos são superiores aos de seus rivais.

As firmas também lutam para atrair fregueses por meio do estilo de apresentação de seus modelos, afirmação de durabilidade, etc.

- Mercado de Concorrência Monopolística (Monopólio Puro)

Em um mercado de concorrência monopolista, o monopólio puro existe quando há apenas um produtor no mercado, não existindo portanto, concorrentes ou rivais direto, quer no sentido popular, quer seja no técnico. Todavia, os políticos de um monopolista podem ser contidos pela concorrência indireta de todos os bens, pelo cruzeiro dos consumidores, por bens substitutos razoavelmente adequados e através da ameaça da concorrência potencial, se a entrada do mercado se torna possível.

III P A R T E

MERCADO DE AUTOMÓVEL,
PEÇAS E ACESSÓRIOS EM CAMPINA GRANDE

MERCADO DE AUTOMÓVEIS, PEÇAS E ACESSÓRIOS EM CAMPINA GRANDE

1- Que tipo de Concorrência

Tendo em vista o estudo teórico feito sobre mercado de concorrência perfeita, monopolista e oligopolista, visto no item anterior, e também em uma pequena pesquisa realizada no mercado de automóvel de Campina Grande, formado pelas empresas Vepel, Fiat, Dão Silveira, Aluizio Silva, Agrale e outras, cheguei a conclusão de que a CAVESA com os demais do ramo, estão inseridas na estrutura de mercado de oligopólio que tem como base a competição de um pequeno número de grande empresa disputando cada fatia do mercado.

A CAVESA por ser uma empresa oligopolista, tem que está sempre atenta as reações de seus competidores, pois existindo poucos concorrentes no mercado, cada um deles devem estar conscientes das ações de seus rivais e de suas reações as mudanças em sua política, pois neste tipo de mercado, os concorrentes dedicam suas vidas a tentativa de adivinhar os planos de cada um.

2- Mercado Oligopolizado em Campina Grande

Os principais concorrentes da CAVESA no mercado oligopolizado de Campina Grande como foi citado acima, são: a Vepel, a Fiat, Dão Silveira, Aluizio Silva, Agrale e alguns mais, o que na verdade não são em grande número, mas, que bastante competitivos.

Para superar esta concorrência, a CAVESA usa de todos artifícios possíveis, como a propaganda que é a arma fundamental, promoção, a renúncia de uma parte do próprio lucro, me

lhor qualidade do produto, melhor atendimento e melhor preço de venda para garantir a clientela.

A função primordial da empresa oligopolista é obter o máximo. E a CAVESA como sendo uma das tais, visa a maximização do lucro, usando sempre a demonstração do Cálculo do Custo Médio e Rateio das despesas para formação do preço de Custo em seus cálculos diários.

E visa também assegurar o poder de venda, criando um mercado amplo, seguro e fixo para garantir a sua existência.

O seu Departamento de Vendas de Peças é considerado de grande importância dentro da empresa, devido a rentabilidade que proporciona juntamente com os outros ramos de negócios desempenhados pela empresa.

A venda de peças é uma atividade comercial, que depende de vários fatores responsáveis pelo seu perfeito funcionamento, satisfazendo assim as necessidades dos respectivos consumidores que procuram prestar-se dos seus serviços.

Existem algumas características responsáveis pelo pleno funcionamento de um departamento de vendas de peças e acessórios para automóveis, que poderiam ser representados por: a) - rapidez no atendimento da clientela; b) - atenção especial para com os clientes; c) - preços adequados; d) - rapidez na entrega de peças; e) - informações rápidas e seguras sobre a existência de peças em estoque ou quando estarão disponíveis. Algumas dessas características, podem ser desempenhadas pelo Departamento de Vendas com bastante eficiência, se existir um perfeito controle de estoques, dinamizando o fluxo de informações destinados aos consumidores, facilitando também o trabalho de seus vendedores.

Uma das formas mais eficientes para o controle de estoques, é a utilização do sistema de Kardex que proporciona

uma sērie de vantagens, principalmente no que diz respeito as informaçōes necessārias ao funcionamento adequado do Departamento de Vendas de Peças do Revendedor.

IV PARTE

C O N C L U S Ã O

C O N C L U S Ã O

Em s̄ntese, podemos concluir que a CAVESA S.A., tem sede de localizaçãõ no mercado campinense. É uma empresa oligopolista que visa obter o lucro m̄ximo, e tambẽm a maximizaçãõ de suas vendas, assegurando com isto um espaço fixo no mercado de oligopõlio de Campina Grande.

Possui um departamento de vendas de peças que é considerado de extrema importãncia dentro da empresa em virtude da rentabilidade que proporciona juntamente com os outros ramos de negõcios desempenhados dentro da empresa, utilizando sempre o sistema Kardex que mantẽm uma perfeita racionalizaçãõ e utilizaçãõ de suas vendas e que tambẽm é um dos que melhor se adapta ao Departamento de Peças do Revendedor.

A empresa CAVESA, por ser oligopolista concorre em um pequeno nũmero de empresa, mas, que sãõ bastante competitivas, e por isso, tem que ficar sempre atentas as relações de mudanças de polĩtica dos seus competidores.

A CAVESA em si, tem a perspectiva futura de um maior ampliamento de suas instalações, como tambẽm de se expandir em termos de vendas no mercado de Campina Grande para poder disputar com mais prepotẽncia com seus concorrentes.

V PARTE

FONTE DE PESQUISA

BIBLIOGRAFIA

- . Relatório sobre a empresa feito por um estagiário, que estagiou na mesma.

- . Balanço Patrimonial da Empresa

- . Livros Utilizados:
 - FERGUSON, C. E. Microeconomia, Forense-Universitária, Rio de Janeiro, Ed. 9^a, 1986.

 - MILIER, R. R. Microeconomia - Teoria, questões e aplicações, Macgrawhill, São Paulo.