

Imagine que você chegue em casa com muita fome e, em cima da mesa, tenha uma fatia de pizza. A questão é que você não é a única pessoa com o estômago roncando. Existem mais três, na sua casa, na mesma situação: todas de olho naquela única fatia. Vocês resolvem dividir o pedaço em três para que assim cada um possa enganar um pouco a fome (pelo menos por alguns minutos).



Agora, imagine que aquela fatia de pizza não tenha mais o sentido literal. Ela trata-se de uma **quota de mercado** que sua empresa tanto almeja. A sua e muitas outras companhias concorrentes.

Ao contrário da situação de empatia que fez com que você e outras duas pessoas dividissem o único pedaço de pizza, essa fatia de mercado vale ouro e todos estão certos do poder que ela terá para dar aquele up no fluxo de caixa. Aliás, assim como sua empresa, os concorrentes sabem o quanto vale essa fatia, pois se trata do pedaço que falta para despontar um líder de mercado.

A essa quota ou **participação de mercado** damos o nome de **Market Share** (ou **Share de Mercado**). Para você entender como conseguir pegar aquele pedaço de pizza para sua empresa, continue aqui com a gente na leitura deste artigo.

O que você vai encontrar neste artigo:

[O que é Market Share?](#)

[Importância em conhecer a Quota de Mercado](#)

[Como calcular o Market Share?](#)

[Market Share pelo volume de vendas](#)

[Market Share pelo faturamento](#)

[Market Share pelo número de clientes](#)

[Qual o número ideal de Market Share?](#)

[Como aumentar o Market Share?](#)

[Planejamento Financeiro para aumento de Participação de Mercado](#)

[Como começar?](#)

[Concluindo](#)

## O que é Market Share?

O termo **Market Share** é proveniente da língua inglesa, sendo que Market significa “mercado” e Share seria “quota” ou “divisão”. Assim, fica mais fácil entender que o Market Share está relacionado com a **participação no mercado de uma empresa**. Pode também ser chamado de Share de Mercado, Quota de Mercado, Fatia de Mercado, Participação de Mercado, Pedaco de Mercado, entre outros termos.

O Market Share é visto como um dos principais indicadores utilizados pelas empresas para medição do desempenho. Isso porque ele mostra como a organização está performando em comparação com a concorrência. Trocando em miúdos, o Share de Mercado possibilita quantificar o impacto que tanto estratégias quanto execução tática têm nos resultados do negócio.

O indicador de Market Share aponta qual fatia do mercado a organização atende, desse modo indicando o tamanho de uma empresa em seu segmento de atuação. Exatamente por isso é que ao analisá-lo é possível verificar se a companhia é ou não líder em seu nicho, auxiliando na definição das melhores estratégias para o negócio.

## Importância em conhecer a Quota de Mercado

Justamente por ser um indicador chave de competitividade, a partir do momento que uma empresa sabe qual é sua participação no mercado, seus gestores conseguem monitorar o crescimento total do mercado, identificando as principais tendências do comportamento do consumidor e analisando oportunidades.

**Ao saber qual é seu Market Share, a empresa pode melhor traçar metas e objetivos, além de tornar a gestão estratégica muito mais eficiente.** Pense o seguinte: você e o time de controladoria definiram que a organização deve aumentar a fatia de mercado atingindo um grupo diferente de clientes. Nesse caso, a empresa pode investir em novos produtos ou até em estratégias de precificação diferenciadas.

Com isso, o que queremos dizer é que o Market Share não serve apenas para que você saiba como está seu negócio perante os seus concorrentes, mas também para **elaborar estratégias muito mais precisas de acordo com os objetivos organizacionais**, além de fornecer uma análise do impacto das estratégias na receita da empresa. Aumentos na participação de mercado podem vir, por exemplo, da inovação, preços mais competitivos, ações de marketing, entre outros.

## Como calcular o Market Share?



O Market Share pode ser calculado de três maneiras:

Pelo volume de vendas

Pelo faturamento

Pelo número de clientes

Abaixo exemplificamos cada uma:

### Market Share pelo volume de vendas

Para calcular a Fatia de Mercado de sua empresa com relação ao volume de vendas, primeiro será preciso descobrir o quanto seu público-alvo gasta nos seus concorrentes. Por exemplo, uma fabricante de sabonetes vende 5 mil unidades por mês. O mercado da sua região de atuação vende 15 mil. Veja a seguir:

$$15.000 = 100\%$$

$$5.000 = x$$

Aplicando a regra de três, temos que o Market Share da fabricante de sabonetes é de 33,3%.

### Market Share pelo faturamento

A análise aqui é quanto de faturamento o produto/serviço da sua empresa gera em relação aos concorrentes. Como esse tipo de informação muitas vezes não é pública, pode ser que você tenha que trabalhar com uma estimativa.

Por exemplo, três empresas vendem equipamentos esportivos. A sua tem um faturamento mensal de R\$ 1 milhão, o competidor B fatura R\$ 3 milhões e o C tem um faturamento de R\$ 8 milhões. Sendo assim, juntas as três empresas faturam R\$ 12 milhões. Observe abaixo:

12 milhões = 100%

1 milhão = x

Aplicando a regra de três, temos que o Market Share da sua empresa de equipamentos esportivos é de 8,3%.

## Market Share pelo número de clientes

Imagine que uma empresa de Consultoria Tributária tenha 100 clientes espalhados pela região Sul. Após fazer um mapeamento do seu perfil de público-alvo, o número de clientes que poderiam contratar a consultoria na região Sul chega a 350. Assim, temos:

350 = 100%

100 = x

Aplicando a regra de três, temos que o Market Share da Consultoria Tributária é de 28,5%.

## Qual o número ideal de Market Share?



Observe que o indicador de Participação de Mercado é algo bastante subjetivo. Uma pequena empresa que possui 10% de Market Share pode significar uma fatia excelente, enquanto que uma multinacional com 45% pode estar em sinal de alerta se seu concorrente principal chegou aos 40%. O importante é ter em mente que ele é um excelente indicador para definir estratégias e metas nas quais a empresa inteira pode focar.

## Como aumentar o Market Share?

São várias as maneiras de aumentar o Market Share, como:

Aumentar o portfólio de produtos/serviços (mix de produtos/serviços), ou melhorar os existentes;

Aumentar os canais de distribuição;

Investir em publicidade

Além dos três itens citados, temos duas maneiras que podem ajudar uma empresa a aumentar sua participação no mercado:

Adequação da precificação e  
Planejamento Financeiro e Orçamento

Sobre o primeiro item, temos alguns materiais que podem ajudar:

Dificuldades na precificação de serviços? Saiba como definir preços para os serviços da sua empresa

Será que estou cobrando o preço certo? Veja como calcular preço de venda por markup e margem de contribuição

Além dos artigos, disponibilizamos um e-book gratuito sobre Formação de Preço de Venda. Trata-se de um tutorial detalhado para o cálculo do preço ideal de venda dos produtos, mercadorias e serviços de sua empresa. Ele será bastante útil para ajudar sua empresa a definir os preços ideais que resultem em aumento do Market Share. Para baixá-lo, clique na imagem abaixo:



Já sobre o Planejamento Financeiro e Orçamentário, explicamos melhor no próximo tópico:

## Planejamento Financeiro para aumento de Participação de Mercado

O **Planejamento Financeiro** seria uma contabilidade de trás pra frente (como gostamos de falar aqui na Treasy). Trocando em miúdos, enquanto a contabilidade se preocupa em registrar as entradas e saídas financeiras que já ocorreram, o Planejamento Financeiro busca antecipar o futuro para que sua empresa possa se preparar melhor para o que está por vir.

De maneira geral, o Planejamento Financeiro de uma empresa geralmente é composto dos seguintes sub-planos:

Planejamento de Vendas

Projeção de Deduções de Vendas

Orçamento de Custos de Produção

Orçamento de Gastos com Pessoal

Orçamento de Despesas Operacionais

Orçamento de Investimentos

Perceba que ao realizar o Planejamento Financeiro, ou seja, ao antecipar o futuro, a empresa passa a definir o tanto que investirá para aumentar o Market Share, seja por meio de aumento de canais de distribuição, desenvolvimento de novos produtos, investimentos em publicidade, entre outros. Saber o quanto pode ser investido de maneira segura garante que a organização esteja preparada tanto para possíveis percalços quanto para atuar mais

fortemente a fim de ganhar uma fatia de mercado.

O Planejamento Financeiro tem a ver com planejar as Receitas, Custos, Despesas e Investimos que sua empresa estima para os meses ou anos à frente. É exatamente isso que fazemos quando elaboramos o **Orçamento Empresarial**.

Quando falamos de Market Share, estamos falando de ações e estratégias que façam nossas empresas abocanhar uma fatia de mercado, certo?. E, como você bem sabe, **nada deve ser feito sem planejamento e atenção ao que diz os números financeiros de sua empresa**. Isso significa que para pensar em aumentar o Market Share é essencial ter um planejamento orçamentário bem redondinho.

## Como começar?

Se toda essa história de fazer um planejamento financeiro e posteriormente elaborar um Orçamento é muito confuso para você, ou você nem tem pessoas capacitadas para executar isso, não se desespere!

Nós da Treasy temos uma solução completa para agilizar a gestão de médio e longo prazo de sua empresa e ajudá-la obter os melhores resultados! Com a nossa metodologia você conseguirá fazer análises de previsão de demanda, simulação de cenários, formação de preço e obter diversos relatórios para uma melhor gestão.

A solução é composta de:

Equipe de controllers experientes para auxiliar em todo o processo e dar mais velocidade a adoção e implantação em sua empresa.

Metodologia própria feita para empreendedores, mas também envolvendo os gestores. A combinação do software simples e intuitivo facilita a descentralização do Orçamento, aumentando o engajamento de todos com o processo.

Software especialista com projeções, simulações, cenários, indicadores de desempenho e tudo para seu planejamento financeiro e Gestão Orçamentária.

Clique no banner para conhecer nossas soluções para a sua empresa!



## Concluindo

Como vimos, o **Market Share é um indicador importantíssimo não só para comparar o desempenho de uma empresa com o de seus concorrentes, mas também para melhor definir estratégias e planos de ação que levem a organização a um novo patamar.**

Ao ter o conhecimento de sua participação de mercado, a companhia pode avaliar se está no rumo certo, se tem capacidade para aumentar sua fatia ou se precisa repensar estratégias. Por isso, além de um importante indicador, o **Market Share é uma ferramenta indispensável para gestores que se preocupam com o crescimento da empresa de forma sustentável.**

Por fim, não esqueça que a informação sobre a participação de mercado não fará muito sentido se você não conseguir utilizá-la para direcionar metas e objetivos. E isso só será possível se seu financeiro estiver muito bem preparado para definir com certeza até que ponto sua organização pode investir para aumentar sua quota. Trocando em miúdos: sem um planejamento orçamentário, não adianta nem começar a pensar em Market Share.

Esperamos que este artigo tenha sido útil a você. Deixe um comentário contando o que achou e compartilhe conosco qualquer outro conhecimento que possa contribuir com o tema. Fique à vontade também para compartilhar este post com seus colegas.

Toda semana publicamos aqui artigos relacionados a planejamento, orçamento e acompanhamento econômico-financeiro. Também publicamos mensalmente materiais gratuitos para download como modelos de planilhas, white papers e e-books.

Portanto, se você ainda não é assinante de nosso newsletter, cadastre-se para receber este e outros artigos por e-mail, ou nos adicione nas redes sociais para ficar por dentro de tudo que acontece por aqui.

---

*Também publicado em Medium.*