

Mercado Consumidor

*Maria Bernadete Miranda*¹

Existem pelo menos dois significados para a palavra mercado. Um deles se refere ao local, onde comerciantes expõem produtos ou mercadorias em seus boxes, para serem vendidos, às pessoas que os desejam comprar. Pode ser que na cidade onde você mora exista esse tipo de mercado a que estamos nos referindo.

A palavra mercado tem ainda um outro significado: é o conjunto de pessoas existentes num determinado lugar, ou que vivem nesse lugar, e que compram e vendem produtos, mercadorias e serviços. Esse tipo de mercado é chamado de mercado consumidor.

Assim sendo, podemos falar em mercado consumidor da cidade onde você mora, da sua região, de seu estado, do Brasil ou do mundo (mercado mundial).

Para De Plácido e Silva o vocábulo mercado é proveniente “do latim mercatus (mercado, praça do mercado), de mercari (fazer comércio, traficar), indica, geralmente, o lugar em que se vendem gêneros alimentícios e outras mercadorias tendo, assim, sentido equivalente a feira, e, por extensão, à praça em que ela se realiza, pois que a feira sempre se efetiva em uma praça pública”.²

No caso do Brasil, o mercado consumidor é formado por toda população do país, entretanto, nem todos os brasileiros consomem quantidades iguais de produtos e serviços. O consumo deste ou daquele produto ou serviço depende de renda, ou seja, de quanto uma pessoa ganha por mês.

A princípio todas as pessoas são consumidoras. Mesmo os que vendem determinados produtos consomem diferentes produtos e serviços. Por exemplo, um vendedor de verduras não consome somente verduras, não “veste” ou “calça” verduras. Ele precisa de outros alimentos, de roupas, calçados, móveis, dos serviços de transportes etc.

Portanto, todos nós somos consumidores. E é essa soma que forma o mercado consumidor.

¹ Mestrado e Doutorado em Direito das Relações Sociais, sub-área Direito Empresarial, pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Professora de Direito Empresarial na Universidade de Sorocaba, Uniso; professora de Direito Empresarial na União das Instituições Educacionais do Estado de São Paulo, Uniesp - São Roque; professora supervisora das Monografias Jurídicas e Diretora responsável pela Revista Eletrônica da Faculdade de Administração e Ciências Contábeis de São Roque - Fac. Advogada.

² SILVA, De Plácido e. *Vocabulário jurídico*. Rio de Janeiro: Forense, 2004, p. 911.

Além dos significados estudados, a palavra mercado é utilizada em outras situações, com sentidos próprios.

Mercado externo é o mercado consumidor fora de um país, por exemplo, francês, alemão, espanhol, italiano, etc.

Mercado interno é o mercado consumidor de certo país, por exemplo, o mercado interno brasileiro refere-se ao conjunto da população brasileira.

Mercado negro é a expressão, usada para designar o comércio de produtos que estão em falta no mercado ou proibidos pelo governo de serem vendidos ou comprados. Por exemplo, em 1929 e 1930, os Estados Unidos proibiram a fabricação e a venda de bebidas alcoólicas. Entretanto muitas pessoas desrespeitavam a lei, fabricavam e vendiam bebidas escondidas. Essa expressão, mercado negro, é também usada para designar a venda de produtos que estão em falta, por preço mais alto. Por exemplo, no Brasil, em alguns momentos faltam certas marcas de automóveis novos, e certos vendedores que os possuem pedem preços mais elevados, ou seja, acima da tabela.

Mercado de grande poder aquisitivo, refere-se ao conjunto de pessoas de alta renda, ou poder de compra elevado.

Mercado de baixo poder aquisitivo, é o contrário da anterior.

Mercado consumidor é um termo utilizado quando se refere aos consumidores segmento ou à própria população economicamente ativa de um país que compre ou utilize os produtos de empresas específicas. Ou seja, todas as pessoas que tenham um poder de compra.

Maria Bernadete Miranda