

ANÁLISE MERCADO DE CARROS DE LUXO 2012-2016

XXVIII Encontro de Iniciação à Docência

Jaine Ferreira de Lima, Ana Larissa Lima Rocha, Antonio Victor Oliveira Felix, Letícia Araújo da Silva, Rodrigo Matias Parente, Eveline Barbosa Silva Carvalho

O objetivo desse estudo é apresentar uma análise de dados dos licenciamentos no setor de automóveis de luxo de 2012 a 2016. Para mensurar o nível de concentração do mercado, foram calculados dois índices: razão de concentração e índice de Herfindahl-Hirschman (HHI), os quais tinham como objetivo analisar a concentração no mercado de automóveis de luxo. Como resultado, considerando as sete maiores empresas do setor: BMW, Land Rover, Mercedes, Audi, Mini, Porscher e Jaguar, os índices calculados mostram que as empresas que apresentaram os mais elevados graus de concentração de mercado foram, BMW, Mercedes, Audi e Land Rover, com CR4 superior a 90% do mercado durante toda a série analisada. Dessa forma, entende-se que o mercado está muito concentrado e as empresas, em busca de maximizar os lucros, podem atuar de forma coordenada, precificando seus produtos em valores muito acima do que seriam caso não houvesse cooperação podendo, então, acarretar prejuízos ao consumidor. No entanto, devemos nos atentar ao fato de que o consumo desse tipo de bem é conspícuo, ou seja, esses bens são adquiridos principalmente com o propósito de mostrar riqueza, tal exibição serve como meio para ter ou manter um status social perante um grupo social, que determina socialmente objetos e bens, como uma classificação de um status mais elevado ou mais baixo por conta dessas respectivas aquisições, determinando assim uma classificação social.

Palavras-chave: CARROS DE LUXO. OSTENTAÇÃO. CONCORRÊNCIA. CONCENTRAÇÃO DE MERCADO.