



STANDVIRTUAL

2021

MARKET
REPORT



2021 MARKET REPORT

Se o ano de 2020 foi desafiante, o ano de 2021 trouxe-nos desafios acrescidos. O retorno à normalidade proporcionado pelas medidas sanitárias e de vacinação, rapidamente deu lugar à crise logística que afecta a economia global e, em particular, a indústria automóvel.

No entanto, os desafios existem para serem superados. Em 17 anos de actividade, o Standvirtual constituiu-se num parceiro do mercado automóvel, tendo sido parte da solução para ultrapassar o impacto da pandemia no sector.

O ano de 2022 continuará a trazer mais desafios e, o Standvirtual, em conjunto com os seus parceiros irão encontrar formas de melhorar o mercado automóvel em Portugal.

Um agradecimento a todos os utilizadores, compradores e vendedores, e em particular à ACAP e BCA, que com os seus dados, permitiram a elaboração deste relatório.

Nuno Castel-Branco

Director-Geral

ÍNDICE

1. O Mercado
2. Evolução dos Registos de Propriedade
3. Anúncios Ativos e a Procura
4. Trafego Global
5. Tráfego por Regiões
6. Grupo Etário e Género
7. Os Mais Procurados por Combustível
8. Os Mais Procurados por Segmento
9. Evolução dos Preços de Venda
10. Evolução dos Preços por Segmento
11. Barómetro do Sector Automóvel

FINAL DE 2020

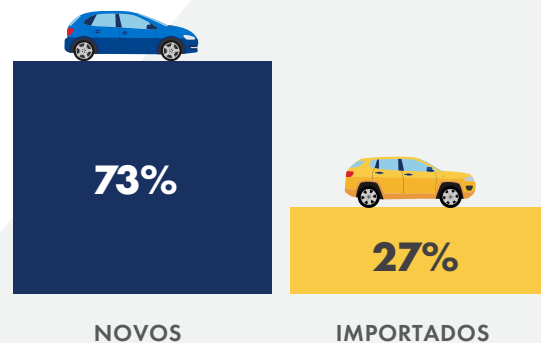
Após a quebra em Março de 2020, provocada pela pandemia e consequente confinamento, a procura de automóveis ligeiros usados recuperou, nos dois trimestres seguintes, para valores recorde de audiência e geração de contactos (mensagens e chamadas). Porém, no 4º trimestre desse ano, influenciada pelo aumento de casos de Covid-19 e sucessivos confinamentos temporários, a procura abranda.

No entanto, também é neste trimestre que se começam a verificar os sinais mais fortes de escassez de veículos. As empresas de rent-a-car (RAC), em virtude da diminuição do Turismo, não renovaram as frotas. Devido à incerteza da evolução da Economia, muitas empresas - principais clientes das gestoras de frota - decidem também prolongar contratos e não obter novas viaturas. Temos assim, uma diminuição da procura de automóveis novos. Todavia, também a falta de semicondutores, falta de matérias-primas, problemas logísticos e energéticos afectam a produção de novos automóveis e provocam uma falta de oferta.

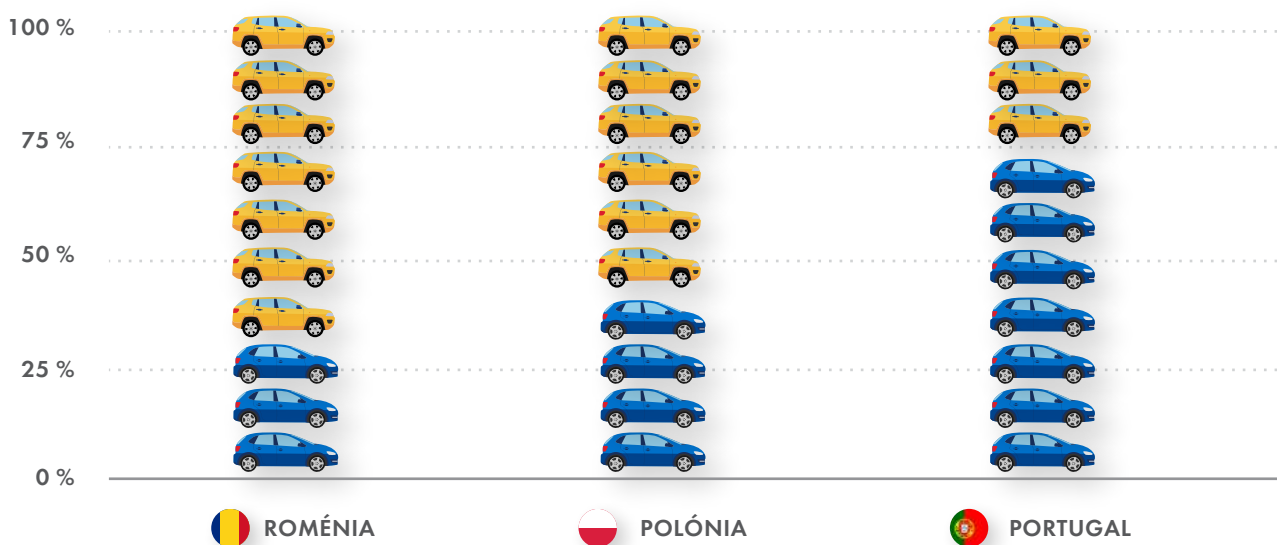


UM PAÍS DEPENDENTE DE NOVOS

O mercado nacional de usados é alimentado pela venda de automóveis novos e importados. Mais do que outros, o mercado de automóveis ligeiros usados em Portugal depende fortemente da venda de automóveis novos. Quando consideramos os 3 anos pré-pandemia e comparando diferentes mercados, vemos que **73%** dos veículos matriculados são novos e apenas **27%** são importados, ao invés de, por exemplo, a Polónia com 37% de novos e 63% de importados ou a Roménia com 26% e 74%, respectivamente.



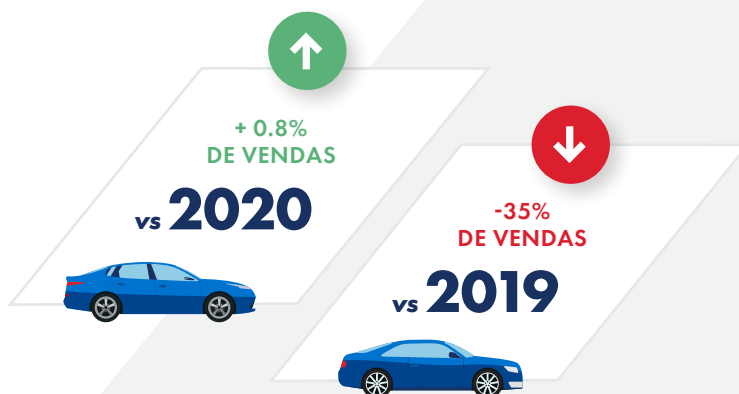
AUTOMÓVEIS MATRICULADOS POR PAÍS



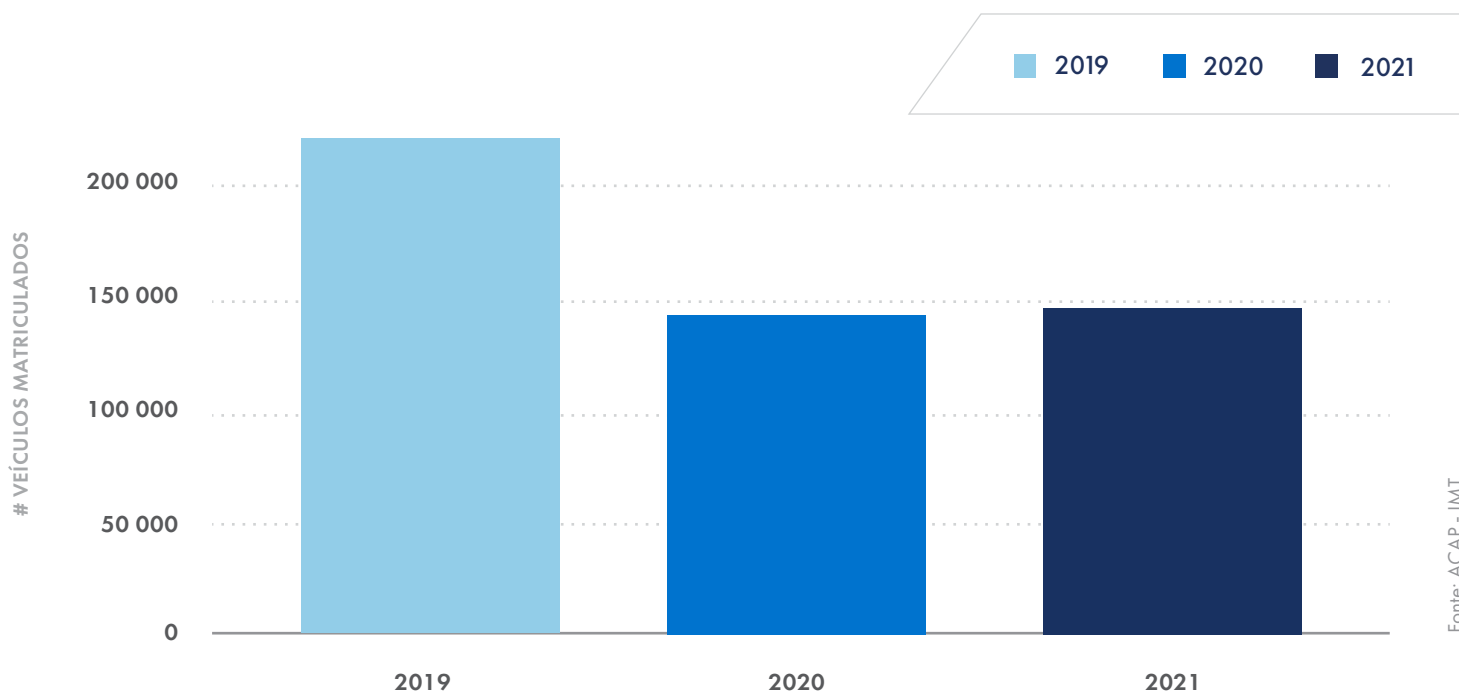
Obviamente que, estes últimos, serão sempre impactados também pela escassez de novas viaturas no mercado de importação, neste caso, a Alemanha. No entanto, o impacto é sempre menor e mais retardado, quando em comparação com um mercado que depende mais de automóveis novos, como é o caso do Português.

2021: LUZ AO FUNDO DO TÚNEL?

Em termos de automóveis novos, o ano de 2021 fechou empatado com o ano de 2020, com as vendas a crescer apenas **0.8%**, acabando por registar uma queda de 35% em relação a 2019 - o último ano de referência pré-pandemia.



AUTOMÓVEIS NOVOS LIGEIOS DE PASSAGEIROS



Fonte: ACAP - IMT

PRODUÇÃO EM CRISE

Apesar dos terríveis dois meses iniciais de 2021, com o fim do confinamento, a procura de novos retoma para apenas evidenciar os problemas de oferta que se tinham iniciado no ano anterior.



SEMICONDUCTORES: UM GRÃO NA ENGRENAGEM?

O cancelamento de encomendas, provocado pela imprevisibilidade da crise pandémica iniciada em 2020, levou os fabricantes de semicondutores a fornecer novos mercados que oportuniticamente emergiram e que se tornaram mais necessários em virtude do confinamento (consolas de jogos, placas gráficas, computadores, televisões, etc.). Desta forma, a indústria automóvel viu-se, no imediato, privada de um minúsculo componente mas que é peça essencial da electrónica automobilística.

Embora de relativa simplicidade, a tecnologia empregue no fabrico de semicondutores é complexa, levando a que o aumento da capacidade instalada de produção seja demorada. Segundo as mais recentes previsões, só no final de 2022 estarão construídas, e a fornecer, as novas instalações capazes de satisfazer a indústria automóvel.

MAGNÉSIO: MAIS UMA CÂMBRA NO SECTOR?

Outro componente essencial do automóvel moderno é o alumínio. Verdade que as experiências de construção de chassis totalmente em alumínio foram reduzidas mas elementos essenciais como caixas de velocidades, colunas de direcção, entre outros, são feitos desse metal.

O magnésio é um componente fundamental no fabrico de alumínio. Devido ao cumprimento de metas de consumo energético, a China - productora de 85% do metal a nível mundial - decidiu reduzir a produção em cerca de 50%. Tal decisão, desde logo acarretou um aumento de 75% no preço do mesmo e conseqüente impacto na indústria automóvel.

EVER GIVEN: O MENOR DOS PROBLEMAS?

Quando o mega-navio foi desencalhado do Canal do Suez, a Economia suspirou de alívio. Teria sido apenas um pequeno sobressalto no transporte marítimo mundial que, embora de custo elevado, seria e foi de relativa fácil resolução.

No entanto, as falhas do transporte marítimo foram muito mais extensas do que aquele incidente isolado. Os sucessivos confinamentos tiveram também impactos na regularidade do trânsito devido à intermitência dos portos marítimos. A ordem normal do caos foi perturbada causando um desequilíbrio logístico na localização dos contentores, com conseqüente escassez dos mesmos onde seriam mais necessários.

Estima-se que, de 2020 para 2021, o custo de transporte da Ásia para a Europa tenha sextuplicado, com as conseqüências para a Economia e, no caso em particular, para a indústria automóvel.

IMPORTADOS: A SOLUÇÃO?

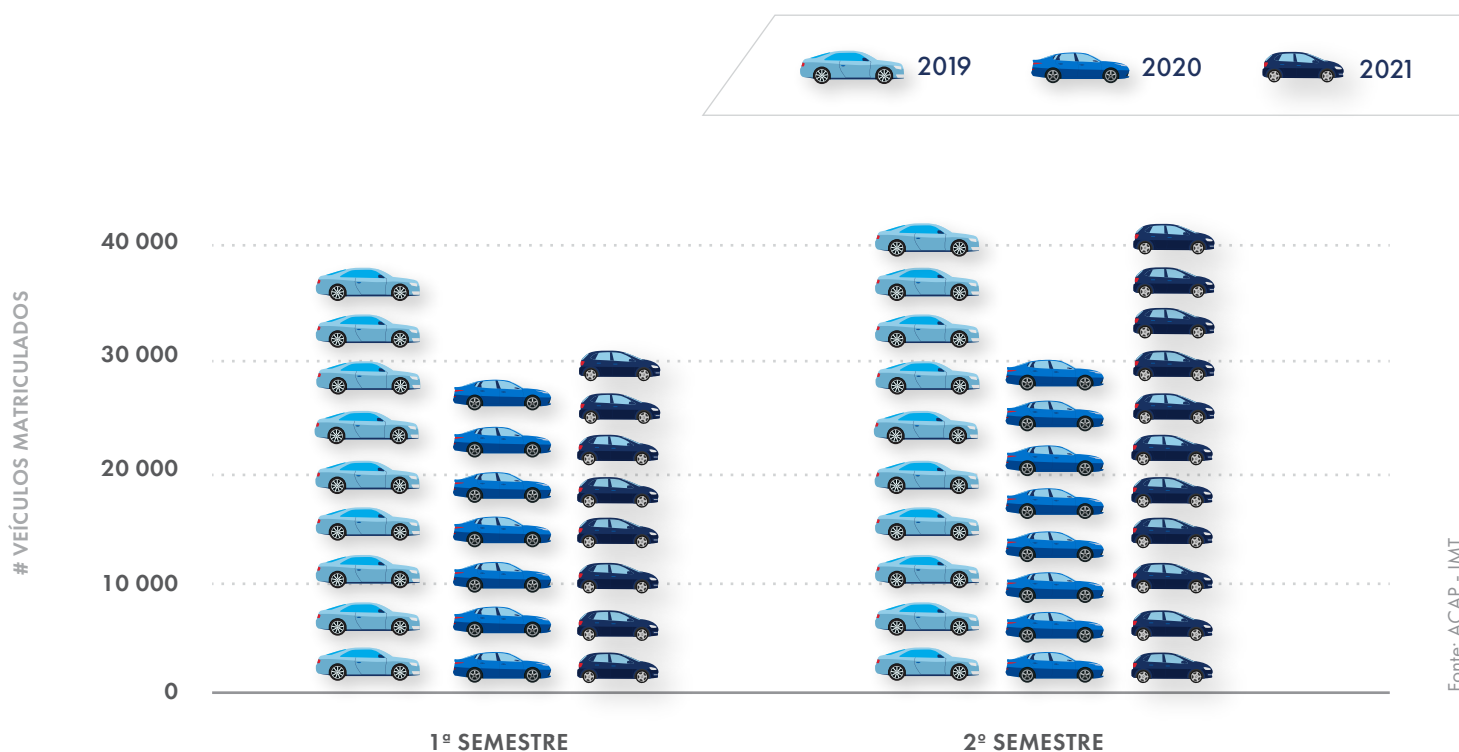
Com a diminuição das vendas de automóveis novos, não gerando os consequentes usados para fornecer o comércio, uma solução poderia passar pela importação, num mercado onde apenas 27% dos veículos matriculados são importados.

Embora se tenha verificado um confinamento nos 2 primeiros meses de 2021, a procura gerada no Standvirtual durante esse período, permitiu aos comerciantes perceber que o mercado estava a funcionar com dinamismo, o que os levou a continuar a focar a sua atenção no (re)abastecimento de inventário.

A inexistência de oferta nacional, levou ao aumento de veículos importados logo no primeiro semestre com a matriculação a crescer 12% face ao primeiro semestre de 2020 mas ainda 28% abaixo do semestre homólogo de 2019. Com o agravamento da escassez, o segundo semestre acelera, crescendo 37% acima de 2020 e acima, embora que ligeiramente, de 2019 (+0.5%).

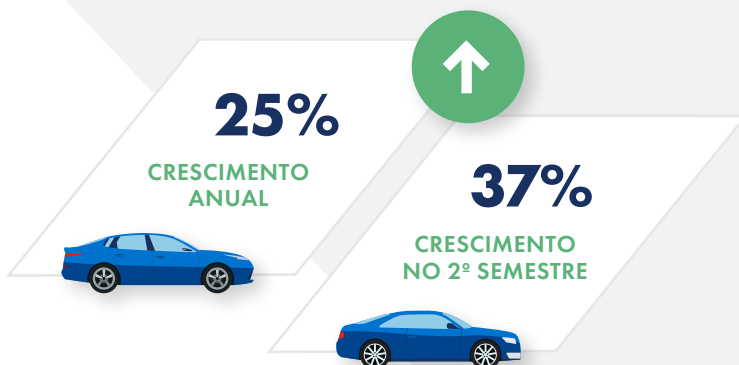
VEÍCULOS IMPORTADOS POR SEMESTRE

AUTOMÓVEIS LIGEIROS DE PASSAGEIROS - PORTUGAL



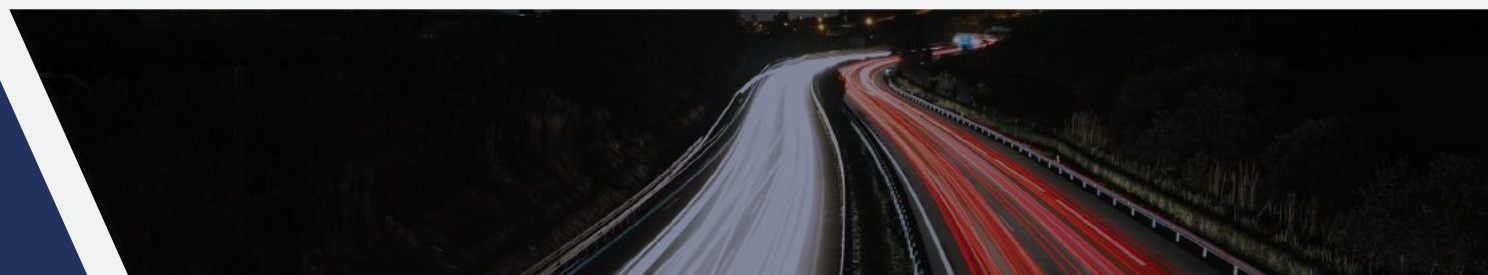
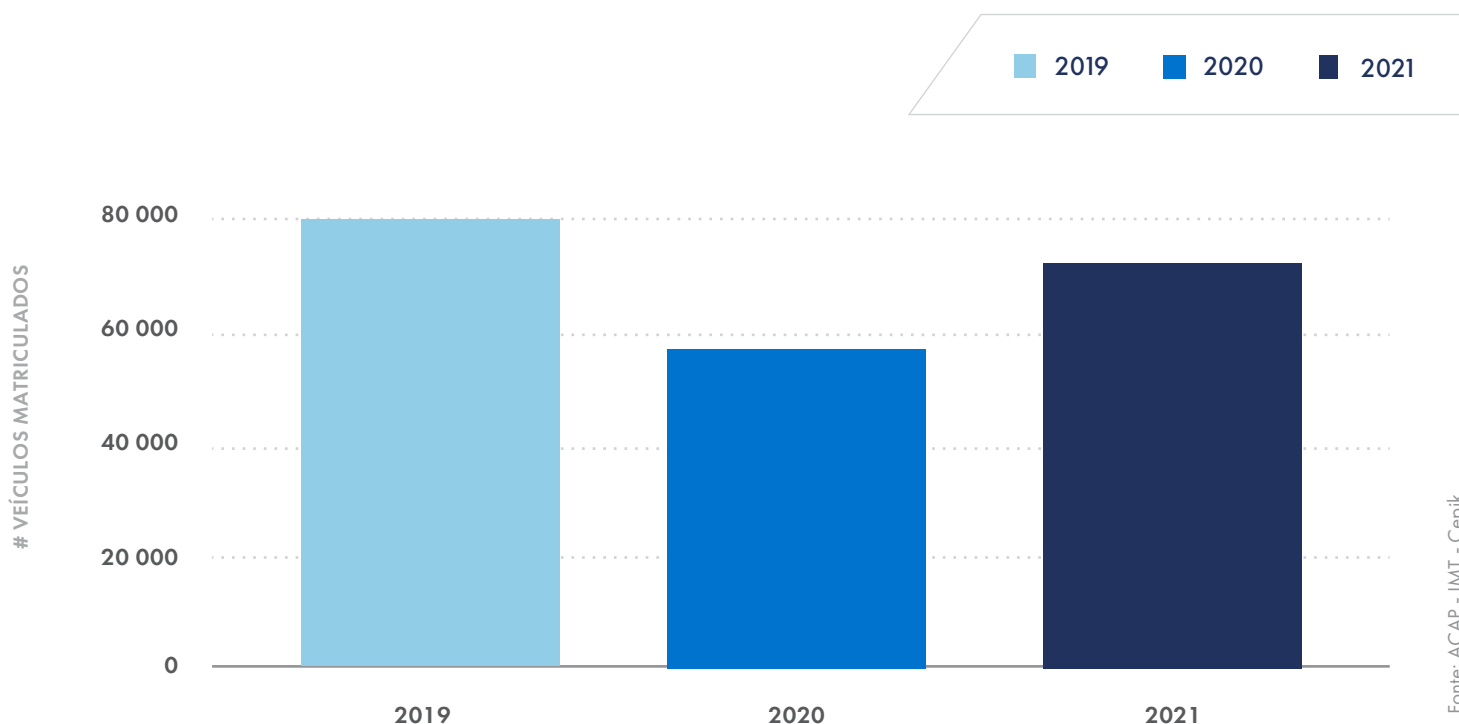
IMPORTADOS: A SOLUÇÃO? (cont.)

Desta forma, embora não tenha inteiramente recuperado valores de 2019 (-9%), um crescimento anual significativo de 25% relativamente ao ano 2020 e o crescimento acelerado no segundo semestre (+37%), o abastecimento nacional do mercado de usados, durante 2022, irá reforçar-se de importações.



VEÍCULOS IMPORTADOS

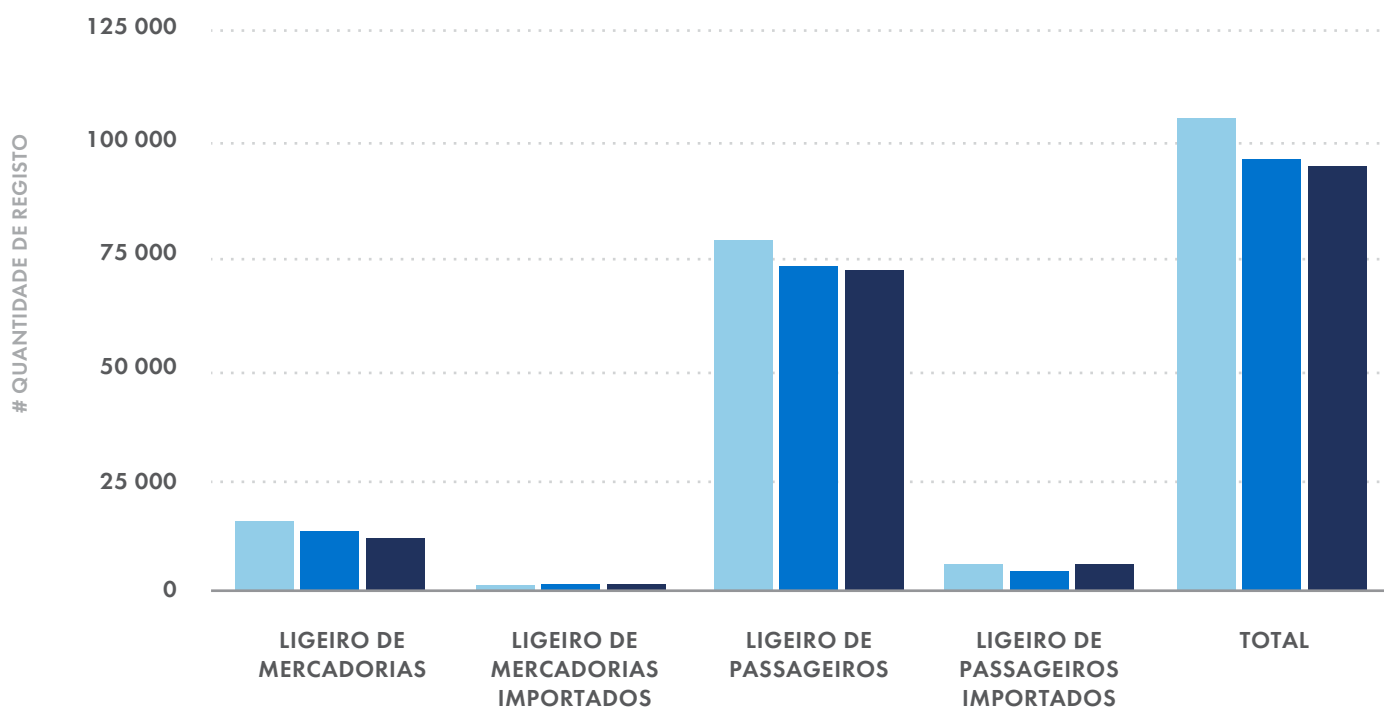
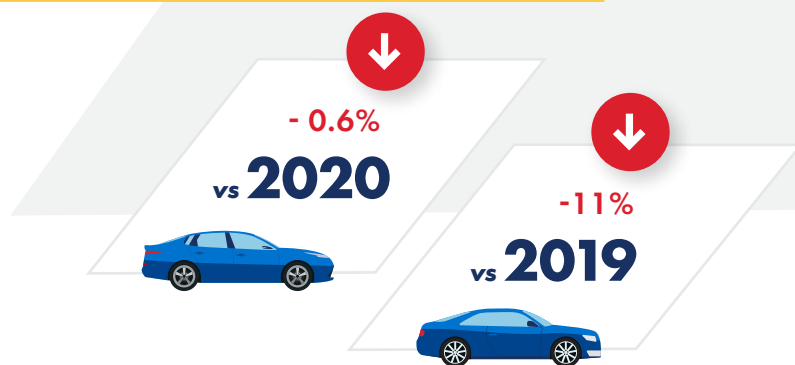
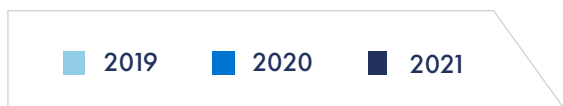
AUTOMÓVEIS LIGEIROS DE PASSAGEIROS - PORTUGAL



EVOLUÇÃO DOS REGISTOS DE PROPRIEDADE

Considerando a totalidade do mercado de automóveis ligeiros, e levando em conta que os registos oficiais incluem os duplicados obrigatórios por lei, em 2021, as vendas de automóveis ligeiros (passageiros e comerciais) estiveram em linha com 2020, caindo apenas -0.6%, agravando assim a queda relativa a 2019 para uns substanciais -11%.

USADOS - AUTOMÓVEIS LIGEIOS



Fonte: Motordata.pt - ACAP - IMT

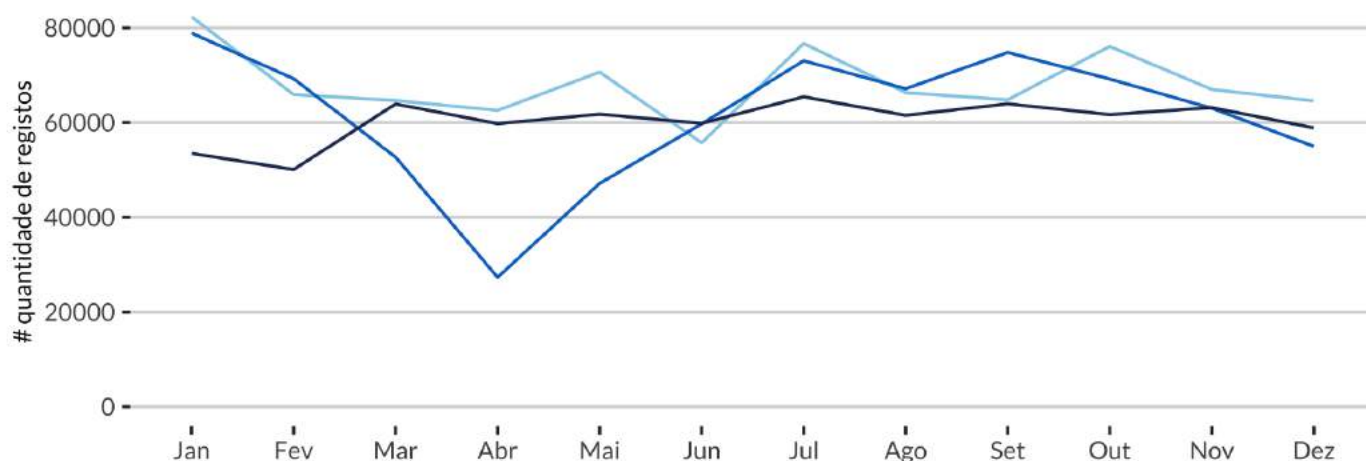


EVOLUÇÃO DOS REGISTOS DE PROPRIEDADE

USADOS / AUTOMÓVEIS LIGEIROS DE PASSAGEIROS

O confinamento geral de Janeiro e Fevereiro levou a que o ano se iniciasse com um volume de transferências de propriedade abaixo do que se iria verificar nos restantes meses, com os automóveis ligeiros de passageiros a cair -1.9% face a 2020 e -11.5% vs 2019.

— 2019 — 2020 — 2021

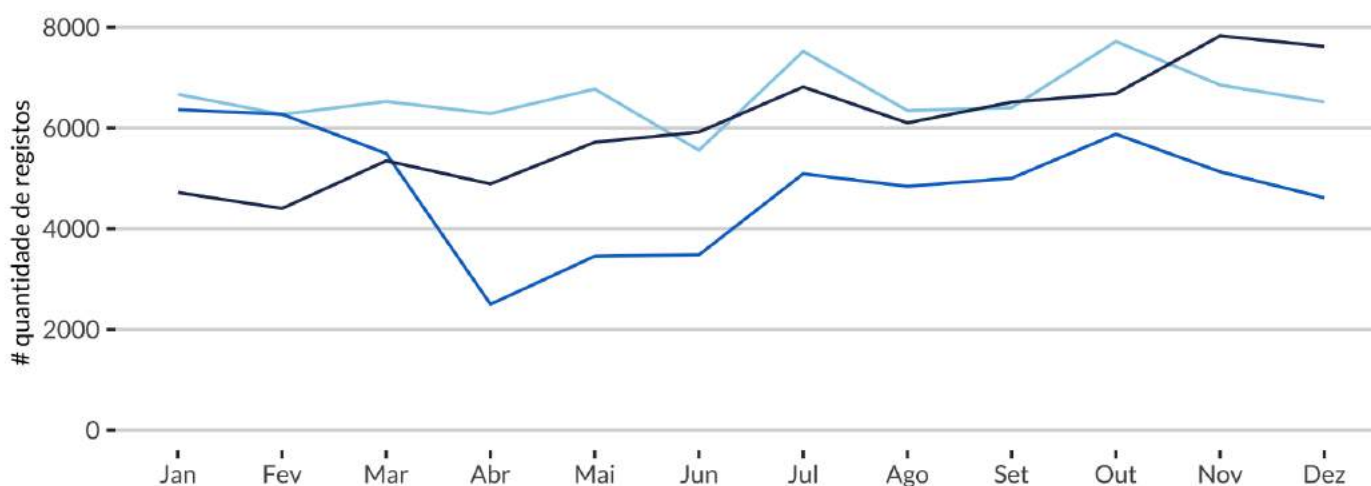


Fonte: Motordata.pt - ACAP - IMT

USADOS / AUTOMÓVEIS LIGEIROS DE PASSAGEIROS IMPORTADOS

— 2019 — 2020 — 2021

Os automóveis ligeiros de passageiros cresceram +25% face a 2020 e, embora tenham caído -9% face a 2019, verificou-se uma aceleração no 2º semestre que permitiu um crescimento +0.5% em relação ao semestre homólogo de 2019.



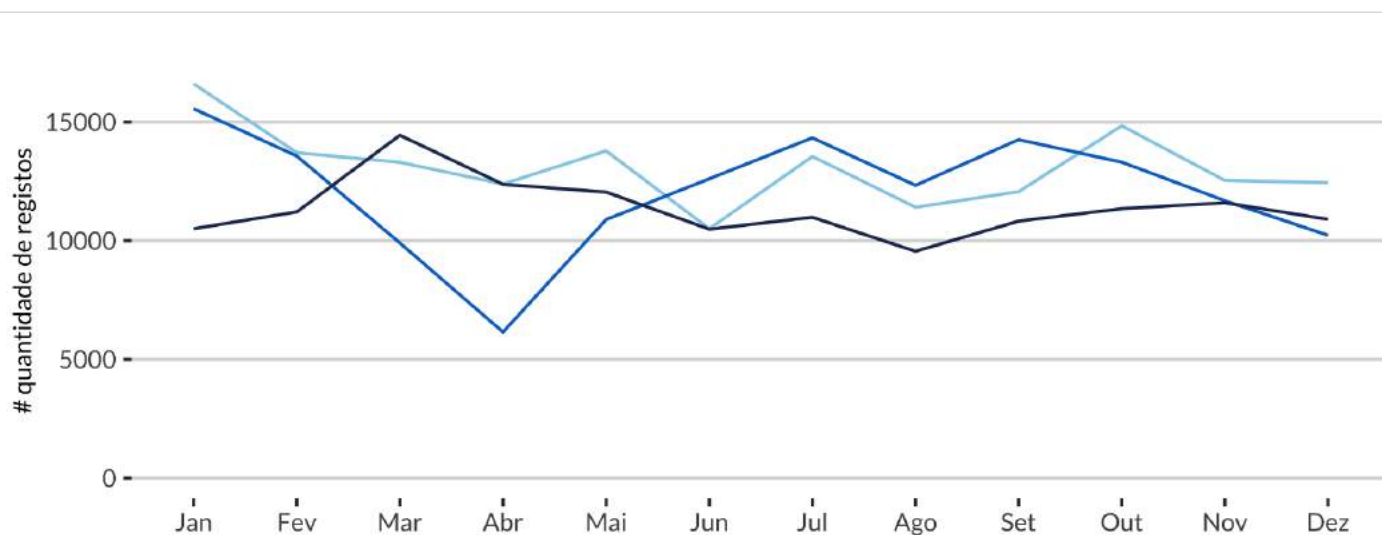
Fonte: Motordata.pt - ACAP - IMT

EVOLUÇÃO DOS REGISTOS DE PROPRIEDADE

USADOS / AUTOMÓVEIS LIGEIOS DE MERCADORIAS

Embora com perspectivas francamente positivas no mês de Março logo na saída do confinamento, os automóveis ligeiros de mercadorias verificaram uma queda de -13% face a 2019 e de -6% face a 2020.

— 2019 — 2020 — 2021

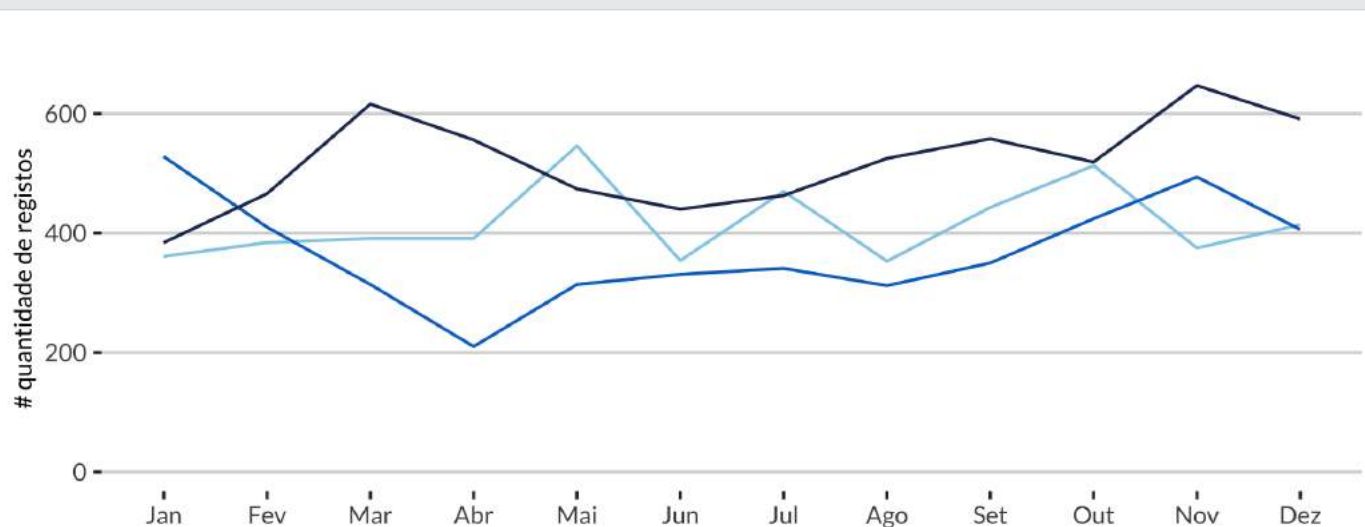


Fonte: Motordata.pt - ACAP - IMT

USADOS / AUTOMÓVEIS LIGEIOS DE MERCADORIAS IMPORTADOS

— 2019 — 2020 — 2021

Embora representem uma pequena fracção do volume total de transferência de propriedade de automóveis ligeiros de mercadorias, também neste segmento os importados apresentaram crescimentos significativos: +41% versus 2020 e +25% versus 2019.



Fonte: Motordata.pt - ACAP - IMT

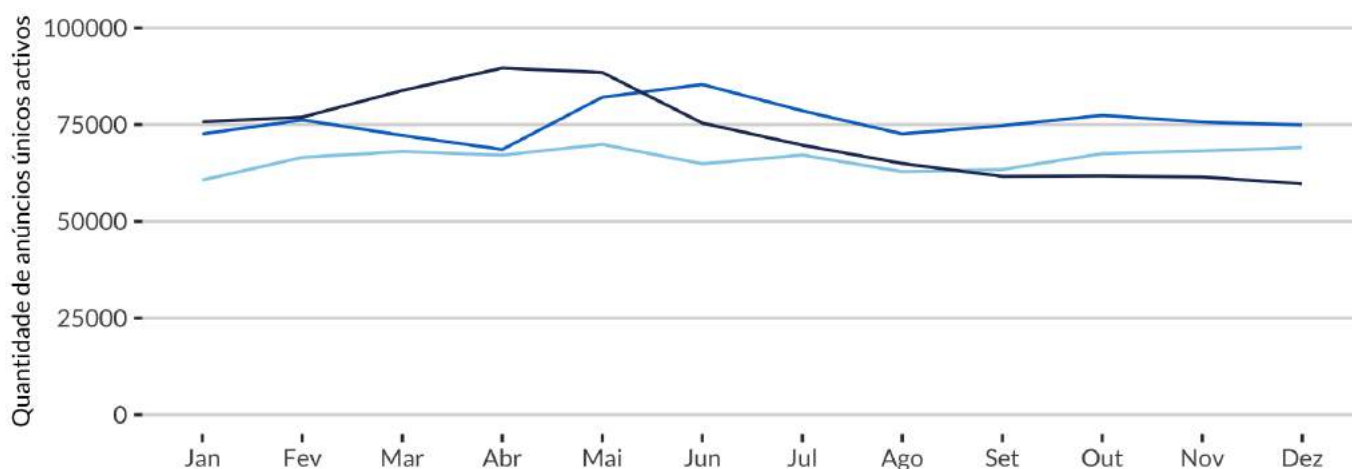
ANÚNCIOS ÚNICOS ATIVOS E A PROCURA

Como marketplace de referência, o Standvirtual, numa lógica de total transparência com o mercado, divulga as estatísticas de oferta (quantidade mensal de anúncios activos na plataforma) bem como de procura (mensagens e chamadas com origem na plataforma na forma de índice considerando Janeiro de 2020 com referência 100).

ANÚNCIOS LIGEIOS DE PASSAGEIROS

Ao contrário de confinamentos anteriores, a dinâmica de procura em Janeiro e Fevereiro de 2021, levou os comerciantes a reforçar os seus inventários até Maio numa altura a partir da qual se começam a verificar problemas mais severos de abastecimento.

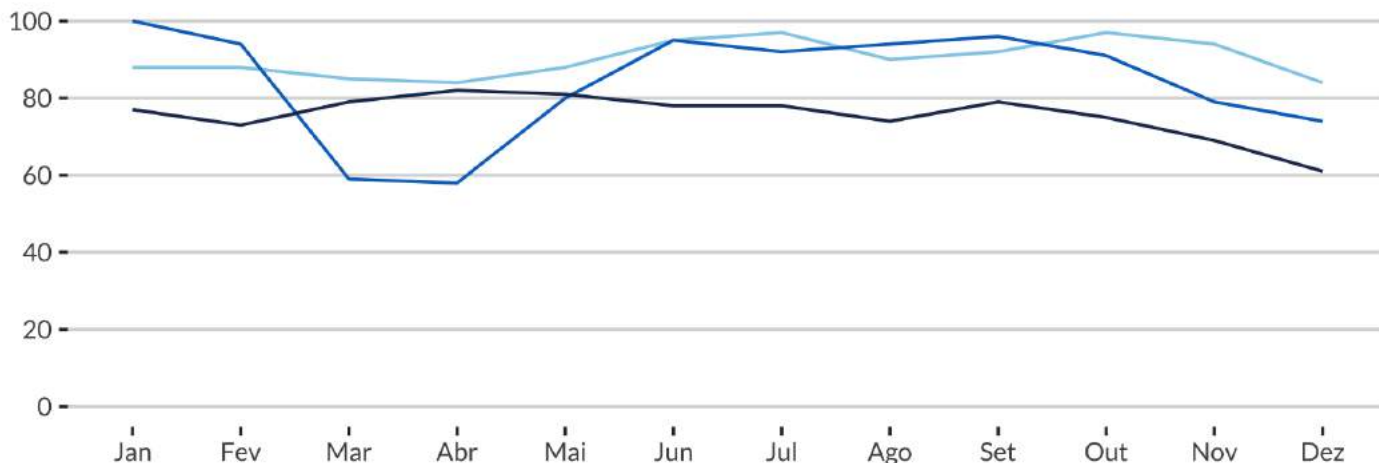
— 2019 — 2020 — 2021



PROCURA DE LIGEIOS DE PASSAGEIROS

Após a quebra de procura no último trimestre de 2020, durante o ano de 2021, a procura de automóveis ligeiros de passageiros manteve-se abaixo dos níveis de 2020 e 2019, agravando-se no 2º semestre, à semelhança de outros países europeus e em virtude do aumento de preços.

— 2019 — 2020 — 2021

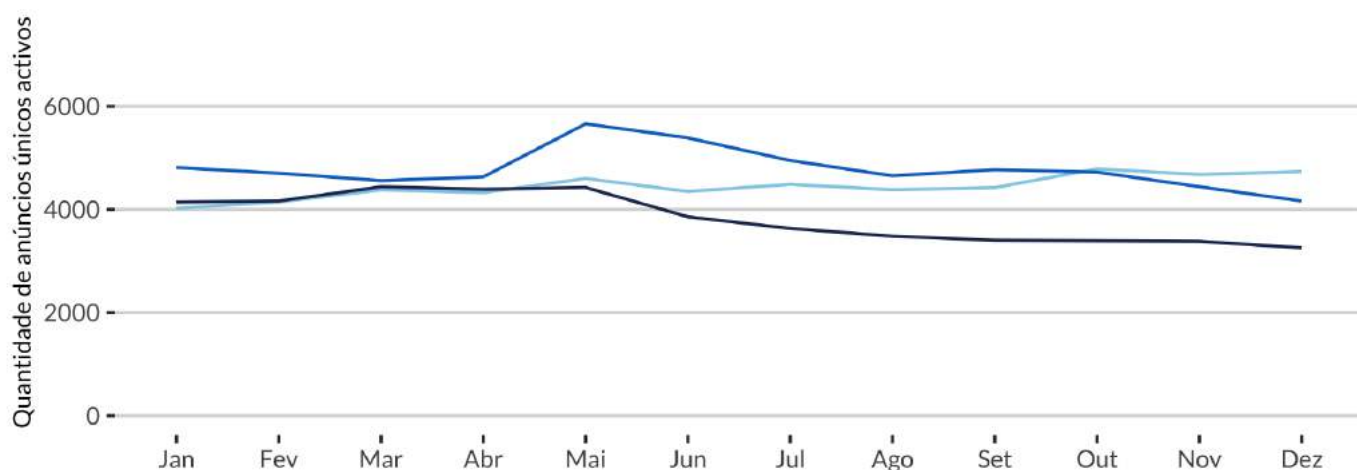


ANÚNCIOS ÚNICOS ATIVOS E A PROCURA (Cont.)

ANÚNCIOS LIGEIOS MERCADORIAS

À semelhança dos ligeiros de passageiros, também nos ligeiros comerciais foi evidente as dificuldades de abastecimento e reposição deste segmento, agravando-se na 2ª metade do ano de 2021.

— 2019 — 2020 — 2021

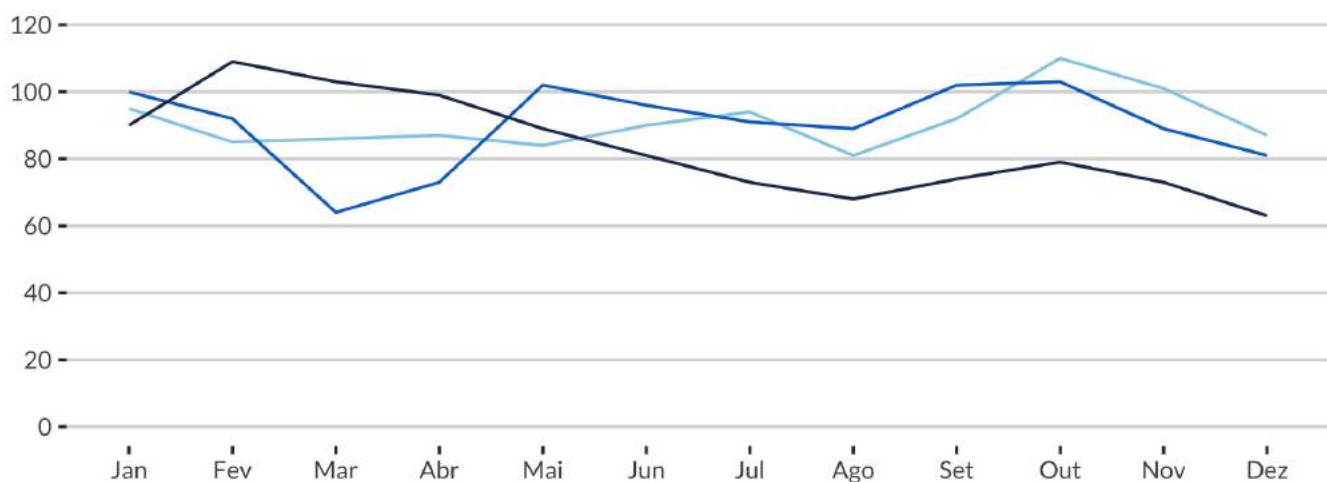


Fonte: Standvirtual

PROCURA DE LIGEIOS MERCADORIAS

O ano de 2021 iniciou-se com bastante procura, batendo os níveis de 2019 e 2020, no entanto as dificuldades de abastecimento, conseqüente falta de oferta e aumento de preços, levou à diminuição da procura mesmo antes do início do 2º semestre até ao final do ano.

— 2019 — 2020 — 2021



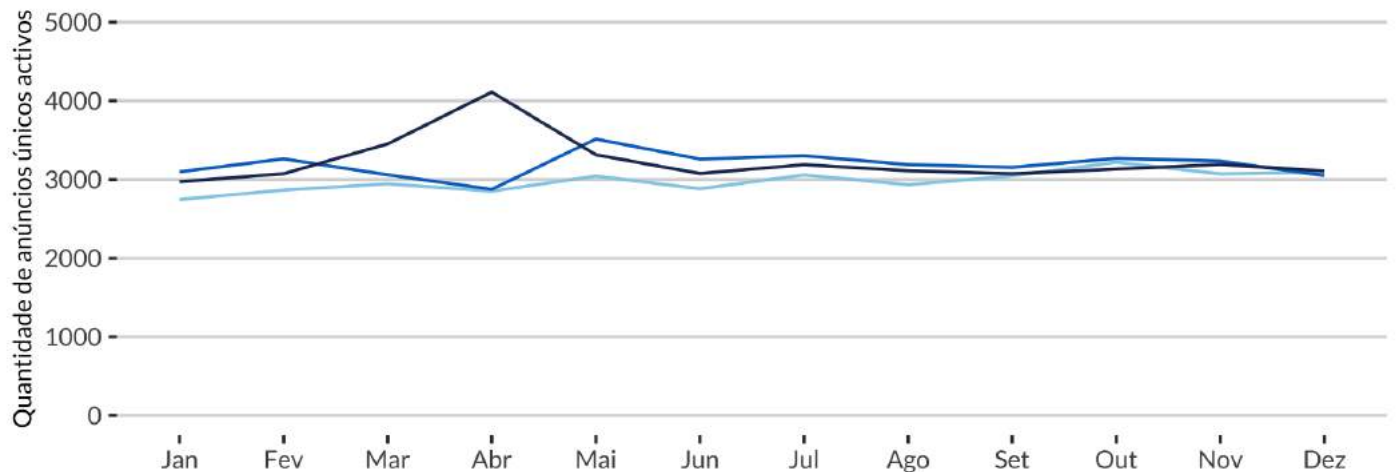
Fonte: Standvirtual

ANÚNCIOS ÚNICOS ATIVOS E A PROCURA (Cont.)

ANÚNCIOS DE MOTOCICLOS

No ano de 2020, logo após o primeiro confinamento de Março, deu-se um aumento da procura de motociclos correspondido de imediato pela oferta, sobretudo pelos receios de utilização de transportes públicos nos grandes centros urbanos. Em 2021, e após um confinamento mais prolongado, a reacção foi aumentar ainda mais a oferta de motociclos.

— 2019 — 2020 — 2021

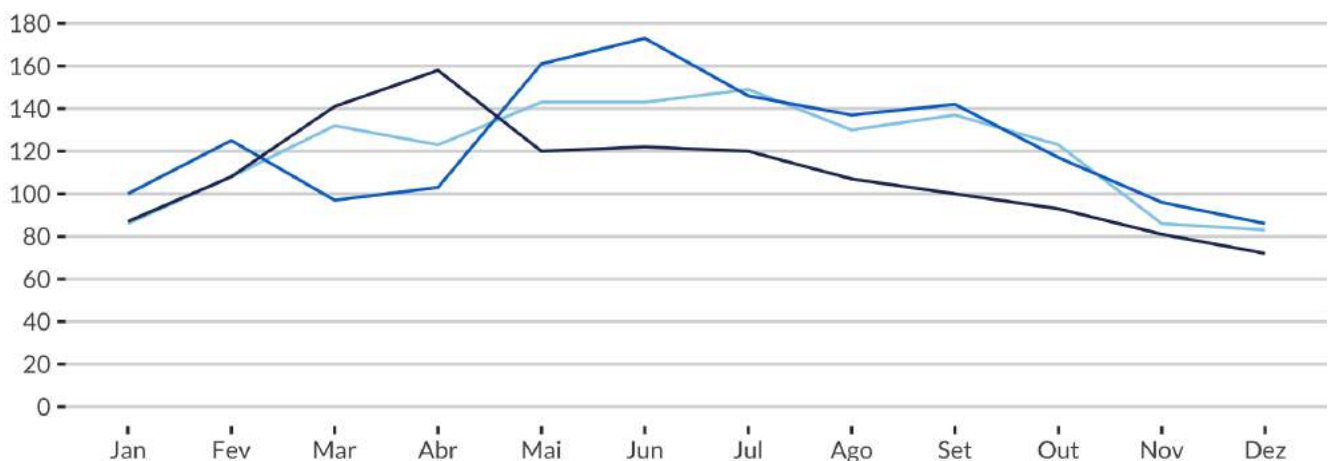


Fonte: Standvirtual

PROCURA DE MOTOCLICOS

Tal como em 2020, na sequência da pandemia e consequente contágio, reforçado pelo pior período da Covid-19 em Janeiro e Fevereiro de 2021, a procura por um meio de transporte alternativo ao público, normalmente de alta densidade, levou a um aumento significativo, e em linha com 2020, da procura de motociclos, normalizado para níveis de anos anteriores.

— 2019 — 2020 — 2021

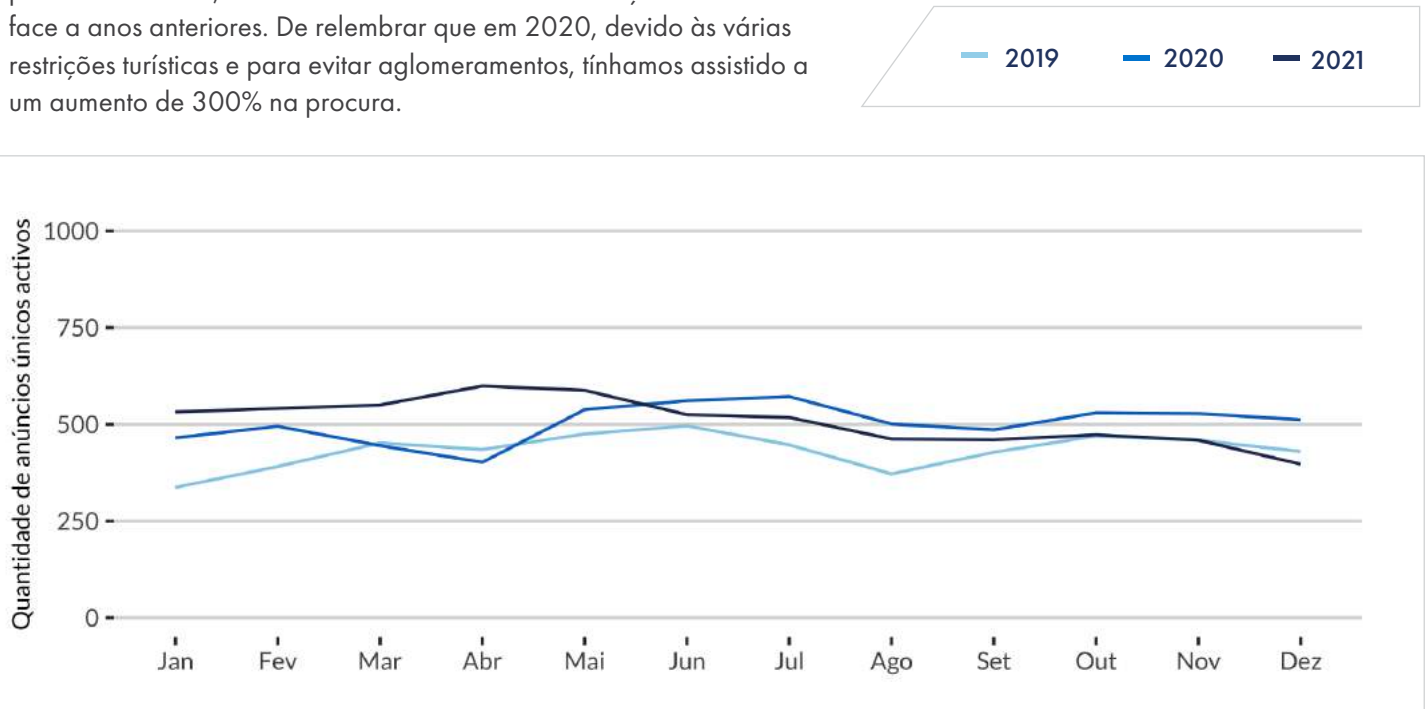


Fonte: Standvirtual

ANÚNCIOS ÚNICOS ATIVOS E A PROCURA (Cont.)

ANÚNCIOS DE AUTOCARAVANAS

Tal como no segmento motociclos, e em resposta a um aumento de procura em 2020, a oferta de autocaravanas foi reforçada em 2021 face a anos anteriores. De relembrar que em 2020, devido às várias restrições turísticas e para evitar aglomeramentos, tínhamos assistido a um aumento de 300% na procura.

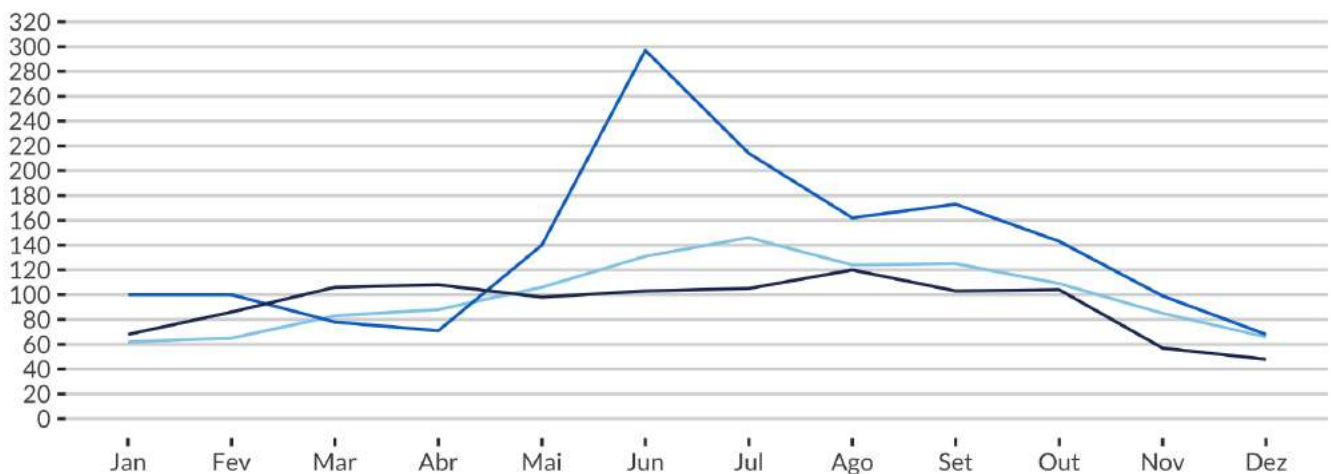


Fonte: StandVirtual

PROCURA DE AUTOCARAVANAS

Ao contrário de 2020, quando, em reacção às restrições pandémica, a procura aumentou 3x, em 2021 a procura manteve-se muito mais moderada e em linha com 2019, embora os primeiros meses do ano - tipicamente de procura neste segmento e de preparação do Verão - tenham dado sinais positivos.

— 2019 — 2020 — 2021

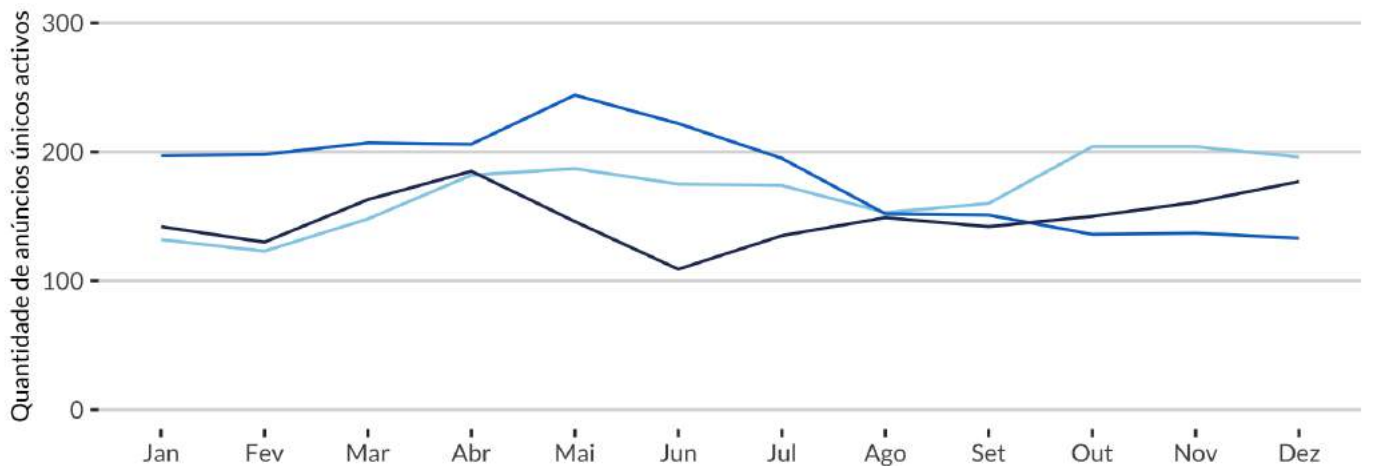


Fonte: StandVirtual

ANÚNCIOS ÚNICOS ATIVOS E A PROCURA (Cont.)

ANÚNCIOS DE BARCOS

Em linha com a quebra de oferta verificada no 2.º semestre de 2020, durante o ano de 2021, embora com sinais positivos nos primeiros 4 meses, a oferta de Barcos manteve-se alinhada com os anos anteriores.

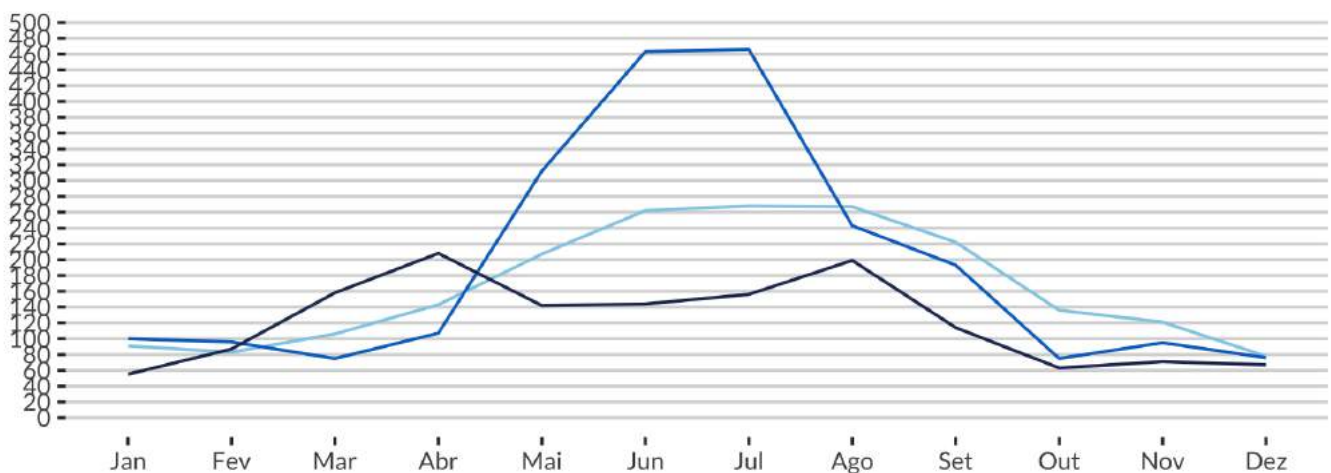


Fonte: Standvirtual

PROCURA DE BARCOS

Da mesma forma que os portugueses evitaram os aglomeramentos turísticos, recorrendo às Autocaravanas, também em 2020 se verificou um aumento de quase 500% na procura de Barcos. Não obstante, no 2.º semestre a queda levou a procura para níveis inferiores aos de 2019 e 2020.

— 2019 — 2020 — 2021



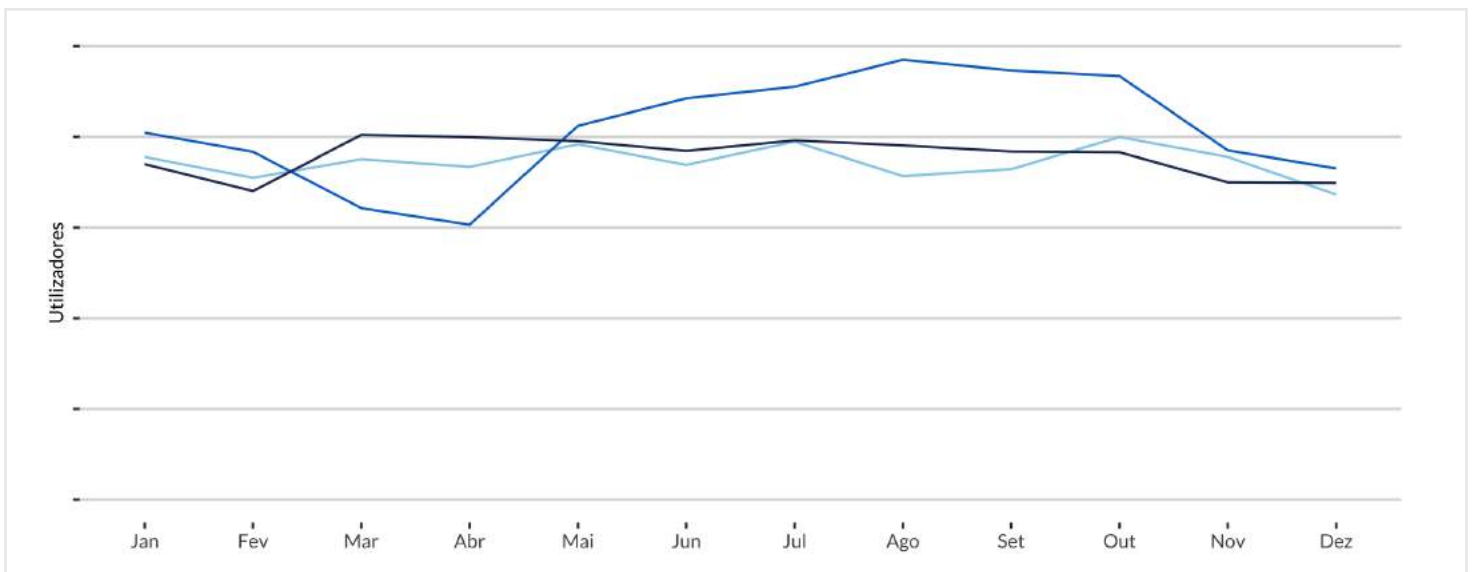
Fonte: Standvirtual

TRÁFEGO GLOBAL

O ano de 2020 foi incontornável por diferentes motivos. A utilização da internet em muitos domínios foi essencial para ultrapassar as limitações causadas pelos sucessivos confinamentos e restrições. O reforço das vendas online foi evidente no sector do retalho e o automóvel não foi excepção.

Consolidando a sua posição de referência no sector, e num ano em que as restrições foram menores, excepção feita para Janeiro e Fevereiro, o Standvirtual, mesmo partindo de níveis de audiência muito elevados, conseguiu crescer 2% em relação ao ano de 2019 - ano de referência pré-pandemia.

— 2019 — 2020 — 2021

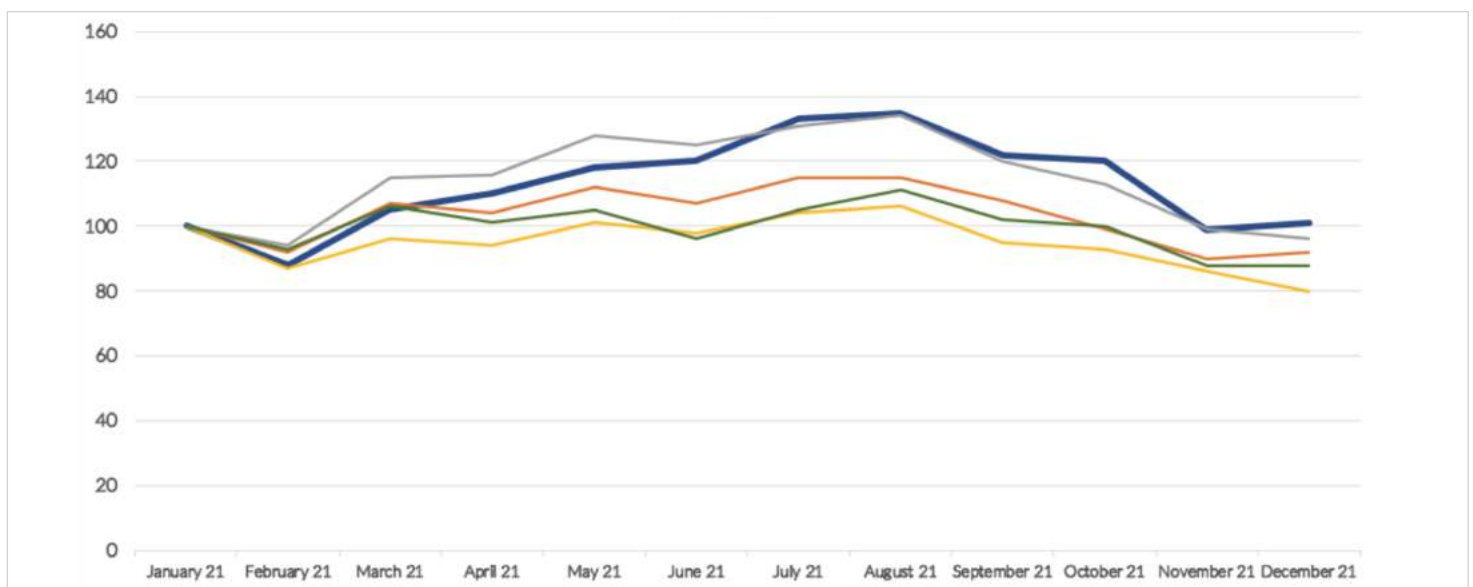


Fonte: Google Analytics

Embora respeitando uma sazonalidade natural de queda no 2º semestre, em toda a Europa e no marketplaces mais relevantes, assistimos a uma aceleração da mesma em virtude do aumento de preços verificados e comuns a todos os países.

— standvirtual — otomoto.pl
 — coches.net — mobile.de
 — autotrader.co.uk

VISITAS | Índice: jan 2021 = 100



TRÁFEGO POR REGIÕES

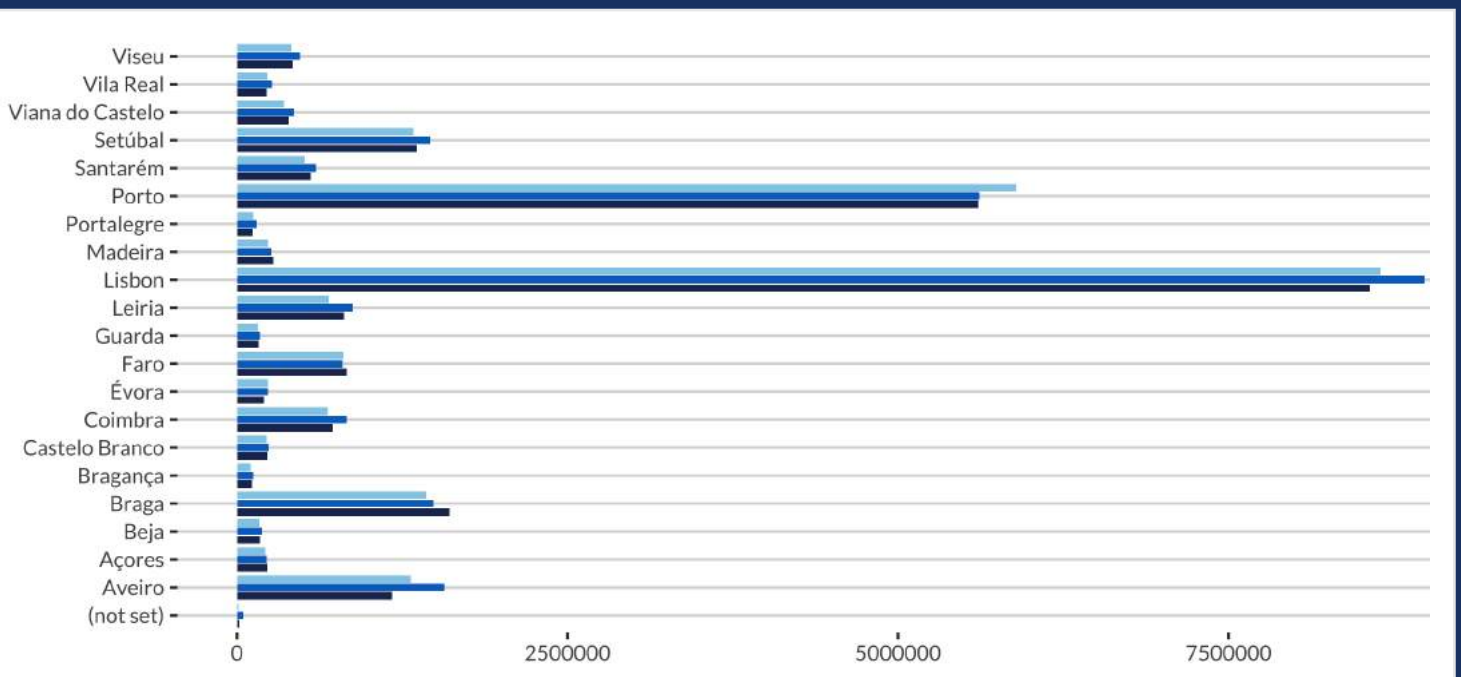
AÇORES



MADEIRA



2019 2020 2021



GRUPO ETÁRIO E GÊNERO

Durante o ano de 2020, já tínhamos assistido ao aumento da quota de utilizadores em duas faixas etárias: 18-24 anos e acima dos 55 anos.

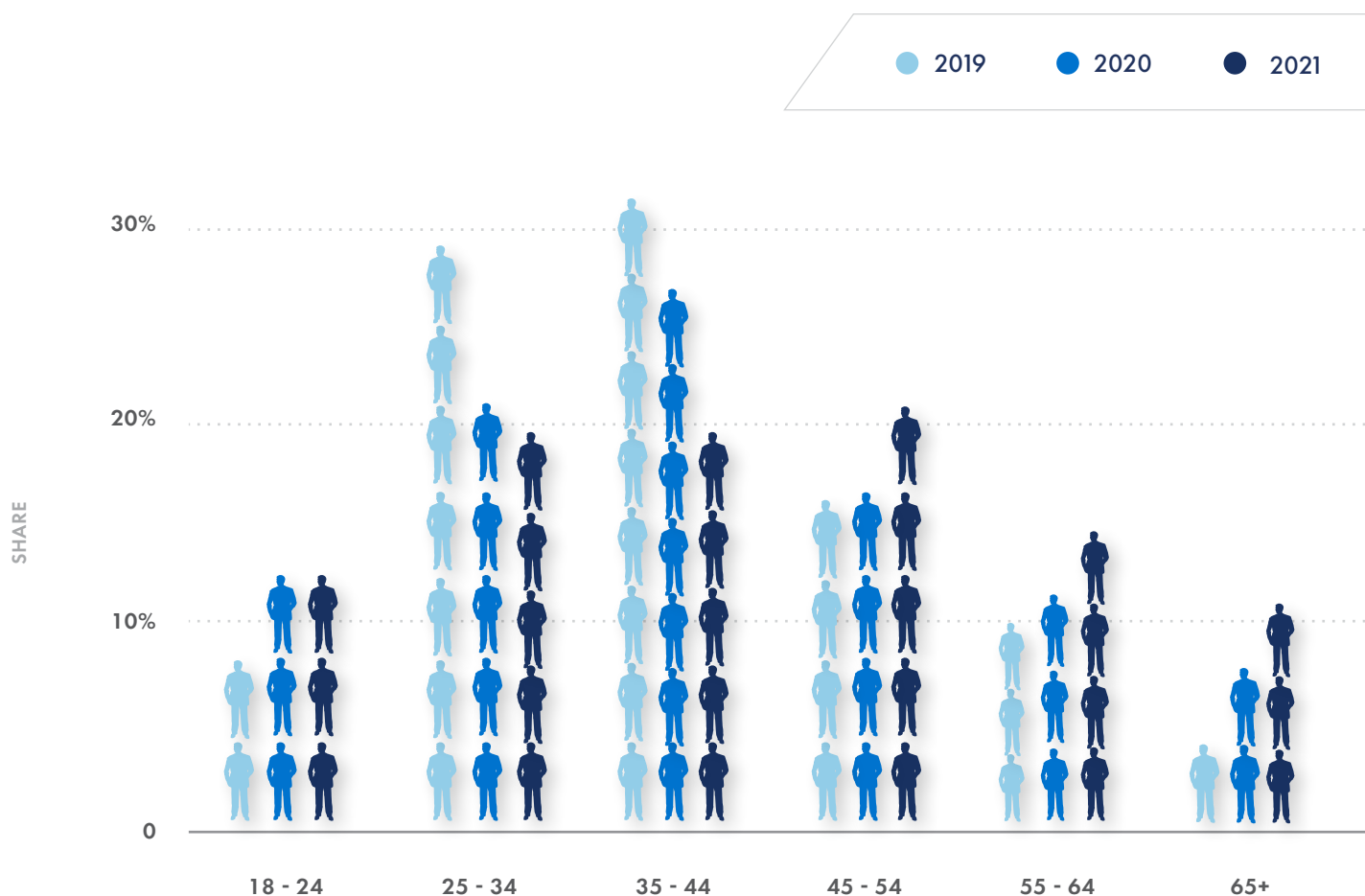
Por motivos diferentes, o peso destas faixas etárias no tráfego do Standvirtual tem sido reforçado, com todas as faixas acima dos 45 anos a registar crescimentos.

Por um lado, é inegável que as gerações mais novas, pelo contexto do seu próprio desenvolvimento pessoal, estão mais dispostas à utilização do digital na sua jornada de compra.

Por outro lado, se a pandemia trouxe estabelecimentos encerrados e o risco de contágio mais elevados nas faixas etárias mais altas, gerando maiores receios, no ano de 2021, quando, pela introdução de mais medidas de protecção e vacinação, assistimos a um crescimento contra-intuitivo no tráfego do Standvirtual nas faixas acima dos 45 anos.

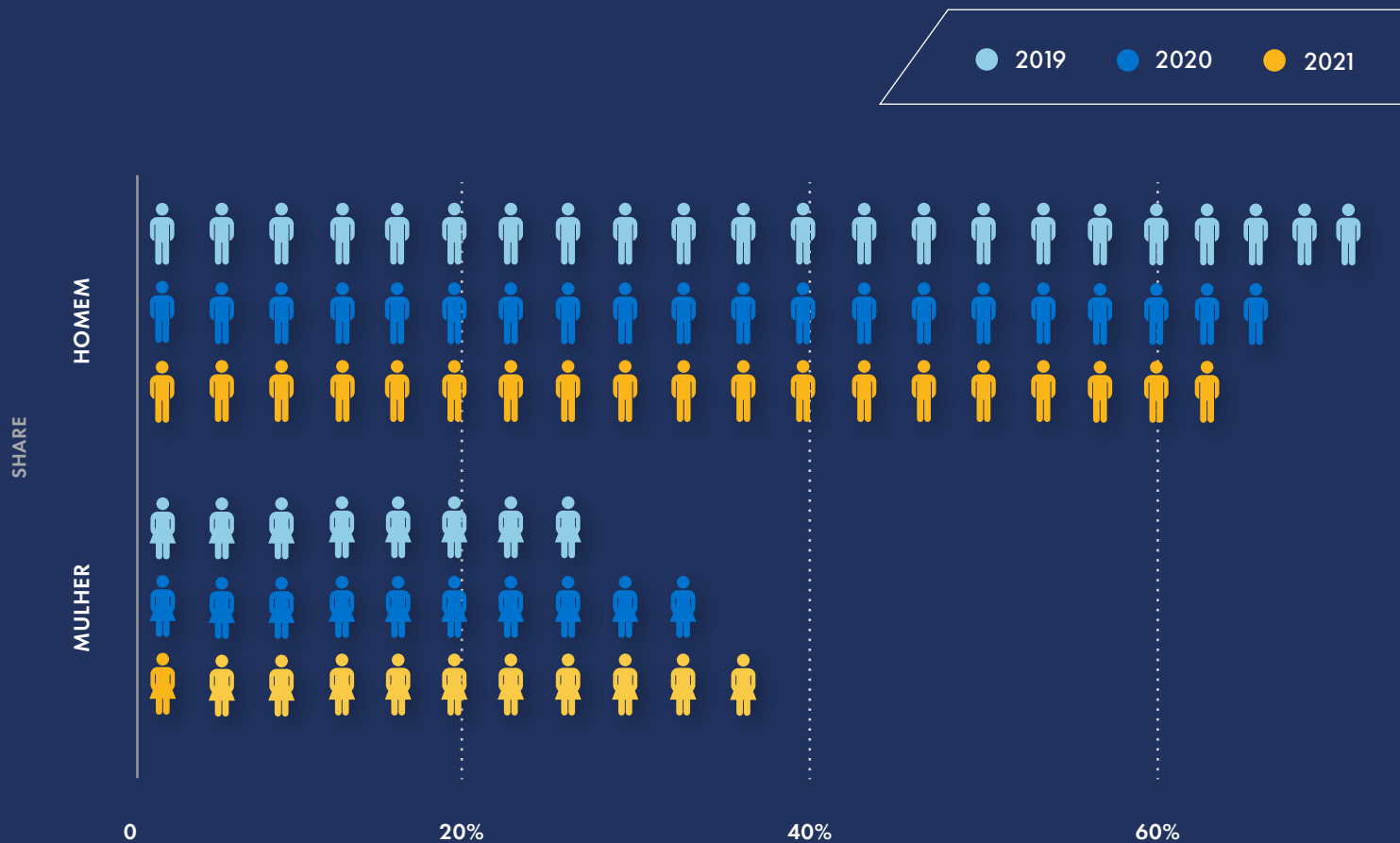
Estes dados são particularmente relevantes na construção dos anúncios e forma de comunicação. A geração mais nova prefere o vídeo e as mensagens - às quais esperam uma resposta instantânea. A geração mais velha prefere as fotografias e descrições detalhadas, bem como utiliza a chamada como meio preferencial de comunicação. É importante referir que estas considerações são generalizações abrangentes. No entanto, a criação dos anúncios deverá atender as necessidades de todas as faixas etárias, bem como as necessidades dos diferentes meios de comunicação.

FAIXA ETÁRIA



GRUPO ETÁRIO E GÉNERO

UTILIZADORES POR GÉNERO



Também no género, continuamos a registar alterações significativas no tráfego. Tal como em 2020, o dado mais relevante é o contínuo aumento em 2021 da utilização do Standvirtual por mulheres. É uma estatística que tem sido reforçada em muitas áreas da sociedade e que também na compra de automóvel fortalece a sua posição.

Tal como na utilização por faixa etária, este dado demográfico é extremamente importante na construção dos anúncios, pois tradicionalmente, e mais uma vez tratando-se de uma generalização, os géneros darão importâncias particulares a diferentes características de um veículo. Sendo um anúncio único para todos os géneros, deverão satisfazer as diferentes necessidades, incluindo fotografias e vídeos de todas as perspectivas e uma descrição o mais completa possível.



OS MAIS PROCURADOS

COMO CALCULAMOS OS MAIS PROCURADOS

Os mais procurados são calculados com base na divisão da quantidade de mensagens, chamadas e SMS recebidas pelo número de anúncios únicos de cada marca e modelo, que em seguida é transformado no seu peso/quota percentual no segmento em análise (por exemplo: Citadino ou Híbrido Gasolina).



PROCURA POR COMBUSTÍVEL

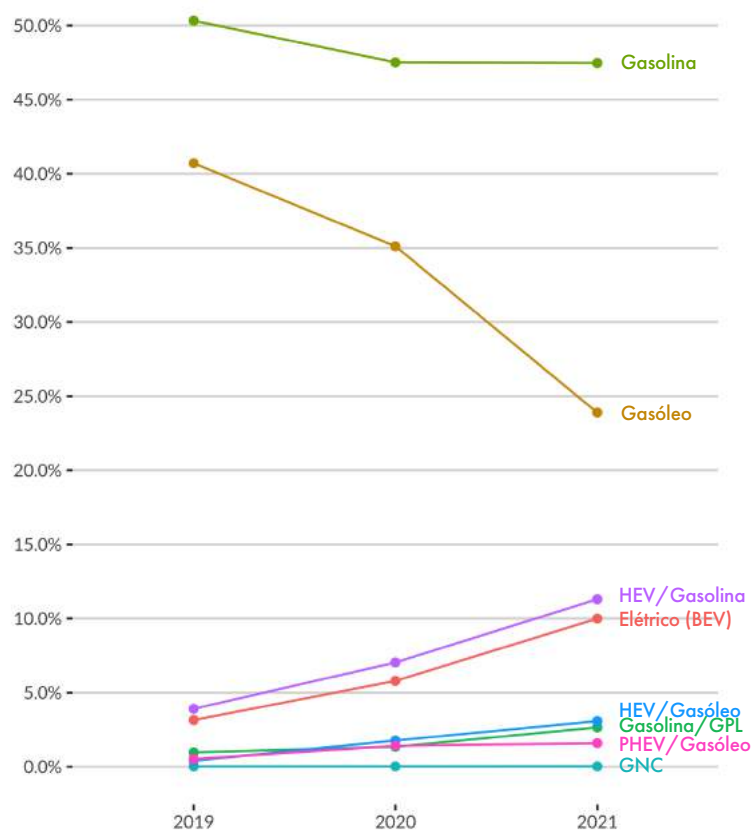
No que toca à procura por segmento de combustível, o gasóleo continua a liderar isolado no topo das preferências, que embora tenha vindo a perder terrenos nos últimos anos, continua a gerar mais de 68% das mensagens e chamadas no Standvirtual, o que contrasta com os 22% de vendas de Novos em 2021.

Por outro lado, embora com uma tendência de crescimento nos últimos anos, Gasolina e Eletrificados ainda estão longe dos valores de vendas de Novos em 2021 (43% e 33%, respectivamente).

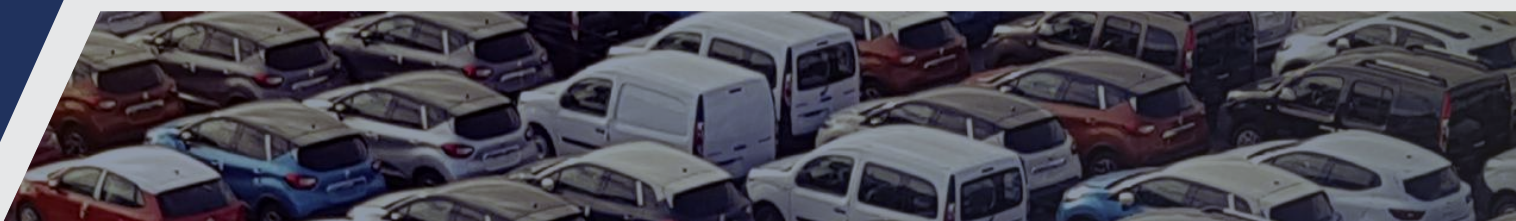
Com um parque de 5.6 milhões de automóveis e mesmo que o nível de produção alcance valores normais de produção anteriores à pandemia, permitindo a substituição por estes tipos de combustível, é de esperar que a aproximação da procura de usados ainda se vá lentamente aproximando das vendas de novos.

É um facto que a venda de Eléctricos têm vindo a crescer, no entanto muitas dúvidas subsistem e que se agravam quando falamos da compra de um electrificado, nomeadamente as relacionadas com as garantias das baterias.

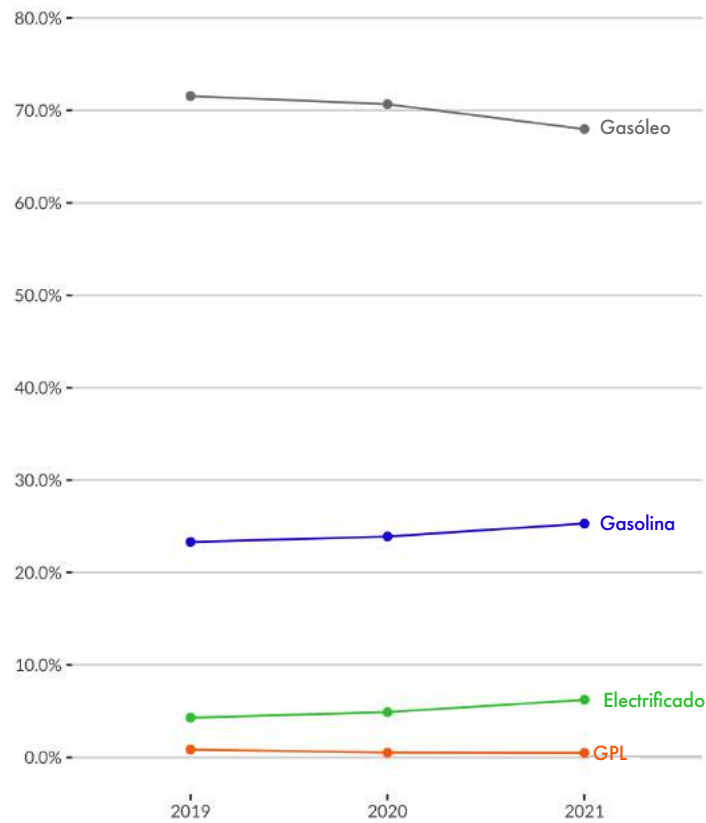
NOVOS MATRICULADOS POR COMBUSTÍVEL



Fonte: ACAP



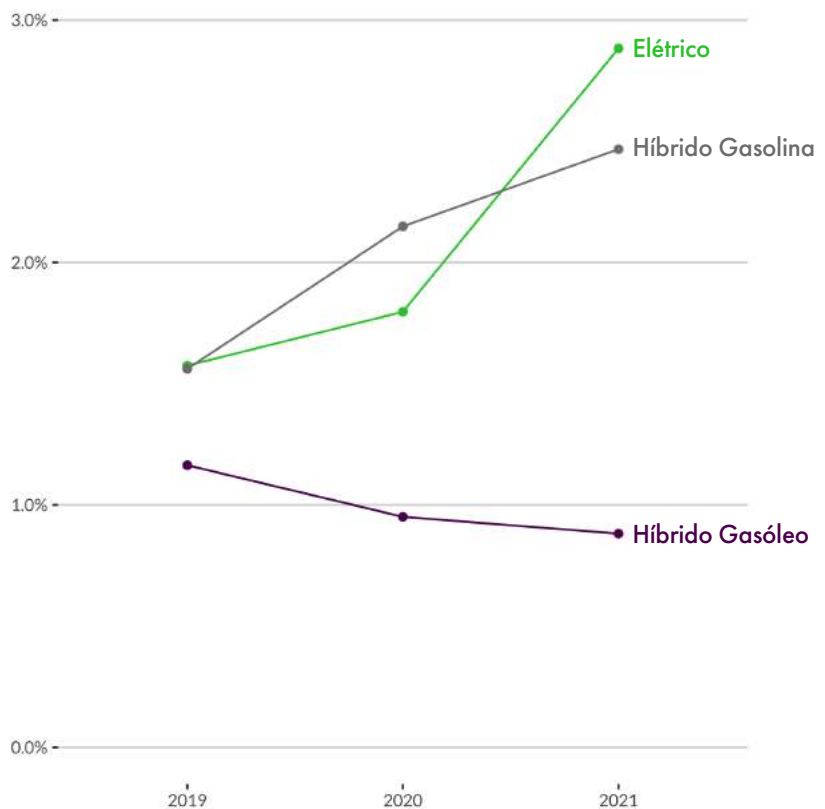
PROCURA DE USADOS | POR TIPO DE COMBUSTÍVEL



Fonte: Standvirtual

PROCURA DE USADOS | POR TIPO DE ELETRIFICADOS


Nota: Híbrido agrega veículos que utilizam combustível fóssil e electricidade, estando equipados com um gerador para carregar as baterias (BEV) ou veículos cujas baterias podem ser carregadas através de uma ligação à rede eléctrica (Plug-In/PHVE).




Fonte: Standvirtual

OS MAIS PROCURADOS POR COMBUSTÍVEL


ELÉTRICOS

		2021	2020	Pos. 2020	↑ ↓
1	Renault Zoe	23.51%	26.86%	1	=
2	Nissan Leaf	13.14%	13.67%	3	1 ↑
3	BMW Serie i3	12.33%	15.27%	2	-1 ↓
4	Tesla Model S	8.78%	11.81%	4	=
5	Tesla Model 3	7.43%	5.34%	5	=

GASÓLEO

		2021	2020	Pos. 2020	↑ ↓
1	BMW Serie 3	4.91%	5.16%	1	=
2	Mercedes-Benz Classe C	4.00%	4.61%	2	=
3	BMW Serie 1	3.71%	3.60%	4	=
4	BMW Serie 5	3.44%	3.62%	3	-1 ↓
5	Mercedes-Benz Classe A	2.59%	2.38%	7	2 ↑

GASOLINA

		2021	2020	Pos. 2020	↑ ↓
1	Smart ForTwo	3.67%	3.86%	1	=
2	VW Golf	3.25%	2.78%	4	2 ↑
3	Renault Clio	3.12%	3.27%	2	-1 ↓
4	VW Polo	3.04%	3.18%	3	-1 ↓
5	Seat Ibiza	2.64%	2.32%	5	=

OS MAIS PROCURADOS POR COMBUSTÍVEL

HIBRIDO GASOLINA



		2021	2020	Pos. 2020	↑ ↓
1	Porsche Panamera	8.29%	9.94%	1	=
2	Porsche Cayenne	5.47%	7.37%	2	=
3	VW Golf	5.36%	7.09%	3	=
4	BMW Serie 3	5.29%	3.09%	9	5 ↑
5	BMW Serie 1	4.91%	5.74%	4	-1 ↓

HIBRIDO DIESEL



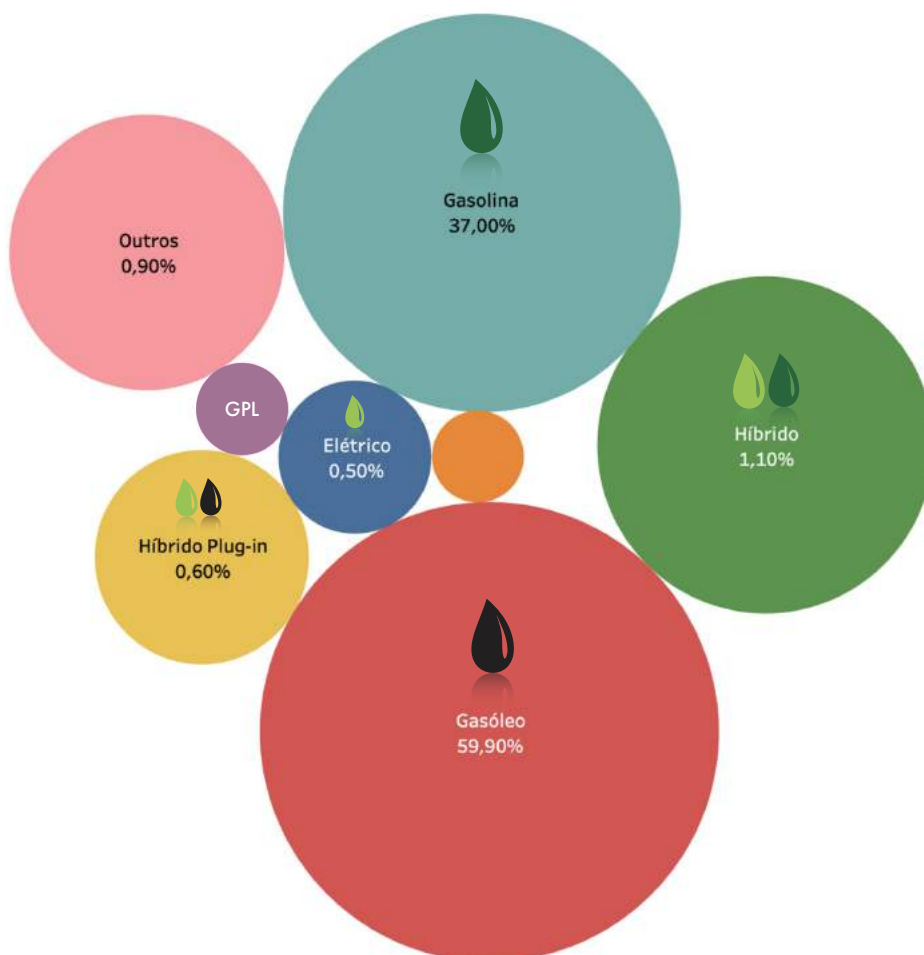
		2021	2020	Pos. 2020	↑ ↓
1	Mercedes-Benz Classe E	17.85%	17.01%	3	2 ↑
2	Peugeot 508 Rxh	17.58%	18.97%	2	=
3	Mercedes-Benz Classe C	16.98%	13.59%	5	2 ↑
4	Citroen DS5	14.37%	16.88%	4	=
5	Volvo V60	13.57%	20.36%	1	-4 ↓



ESTUDO DE SUSTITUIÇÃO POR ELÉTRICOS

Apesar das dificuldades enfrentadas durante a pandemia, 2021 foi um ano de crescimento do parque automóvel em Portugal. Dados do Instituto de Mobilidade e Transportes (IMT) e do Instituto Nacional de Estatística (INE) revelam que há 5,6 milhões de veículos ligeiros de passageiros atualmente em circulação no país. De acordo com o estudo da European Automobile Manufacturers Association (ACEA), os automóveis com energias alternativas representam 2,2% da frota total. A substituição dos veículos a combustão é essencial para reduzir os níveis de emissão de carbono no país. Porém, com a venda de aproximadamente 200 mil automóveis por ano, a conversão da frota total de veículos a combustão para eletrificados será lenta. Grandes construtoras como a Mercedes-Benz, Peugeot e Renault, já revelaram as datas a partir das quais a sua produção será 100% elétrica. A Jaguar divulgou oficialmente que a partir de 2025 apenas comercializará modelos 100% elétricos. Outras fabricantes como Renault, Peugeot, Mercedes-Benz, Volvo, Land-Rover e Mini, estabeleceram como 2030 o ano do fim da produção de veículos a combustão. Por outro lado, a BMW anunciou que terá 50% da sua produção eletrificada em 2030, porém não deixará de produzir carros a combustão.

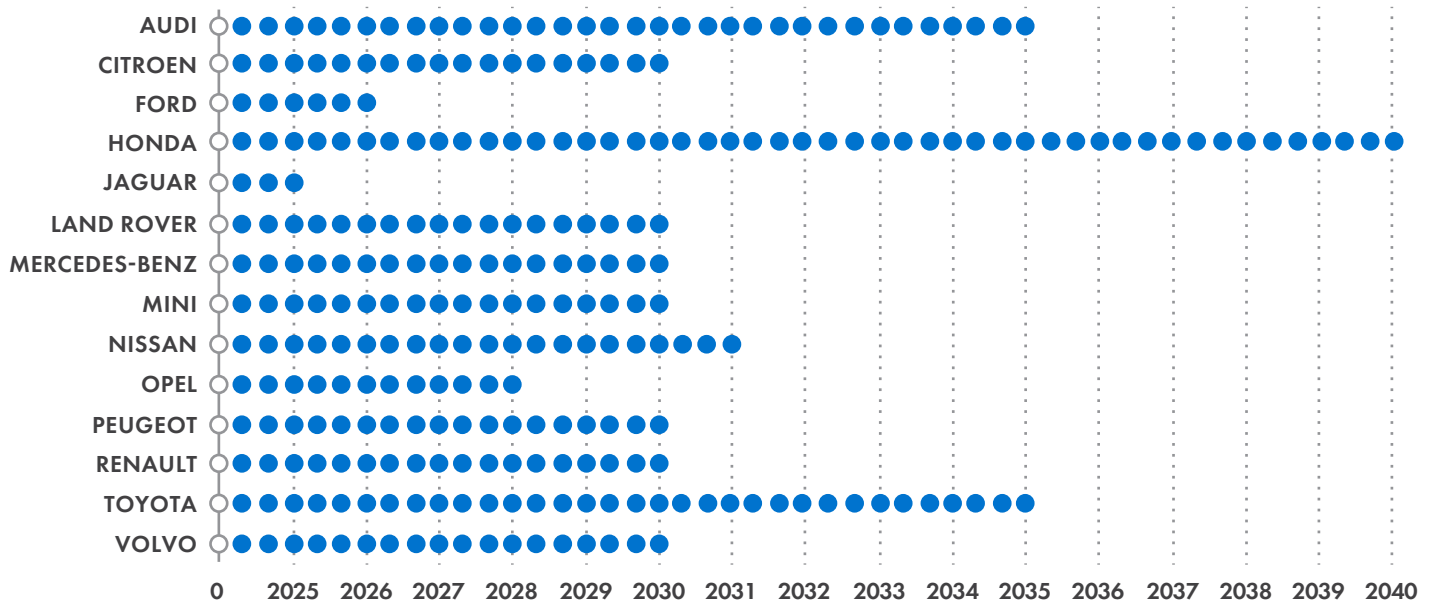
MARKET SHARE POR COMBUSTÍVEL



ESTUDO DE SUSTITUIÇÃO POR ELÉTRICOS

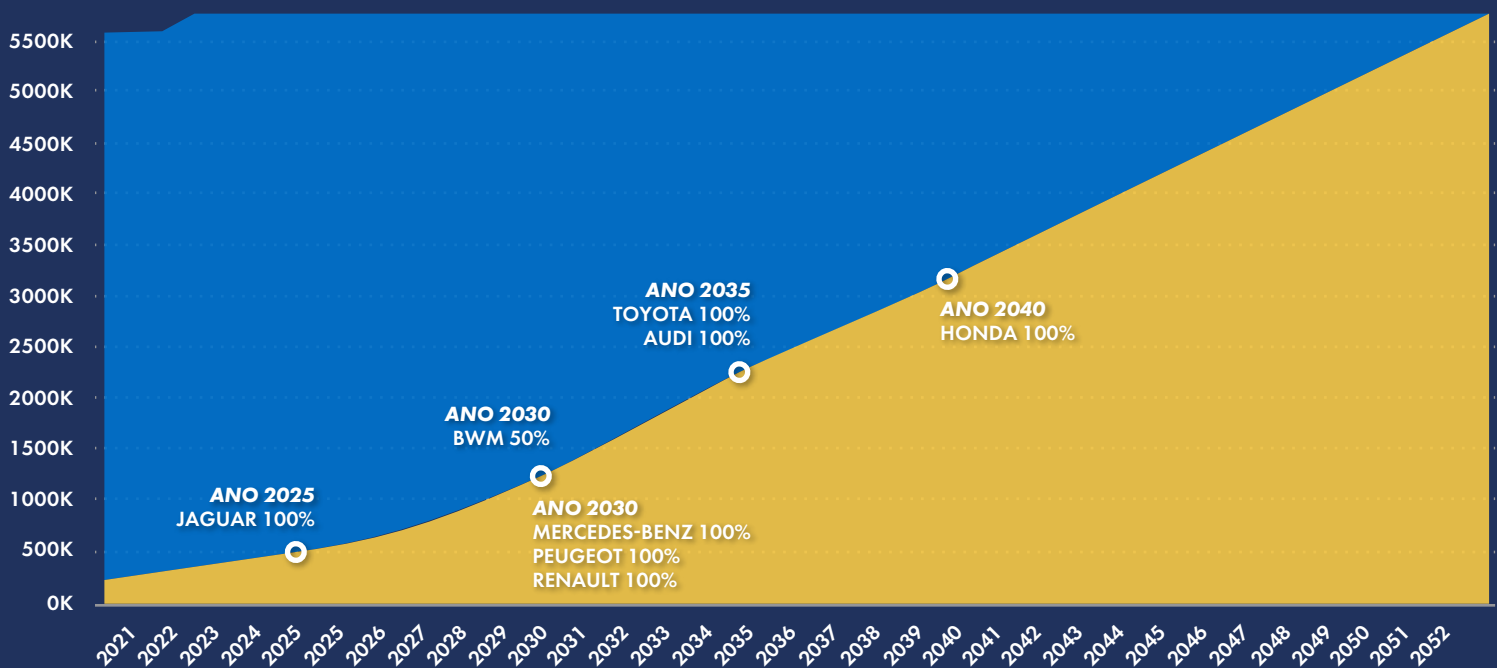
ANO DE TOTAL ELECTRIFICAÇÃO DAS MARCAS

As estimativas de venda de carros eletrificados sofrem variações movidas por influências de taxas, preços, incentivos, entre outros fatores. Entretanto, com base nos dados de vendas fornecidos pela ACAP, nas notas de eletrificação fornecidas pelos construtores, e com dados internos, realizamos uma projeção de crescimento da frota de veículos elétricos em Portugal. Neste cenário, assumimos que a frota de veículos do país se manterá constante.



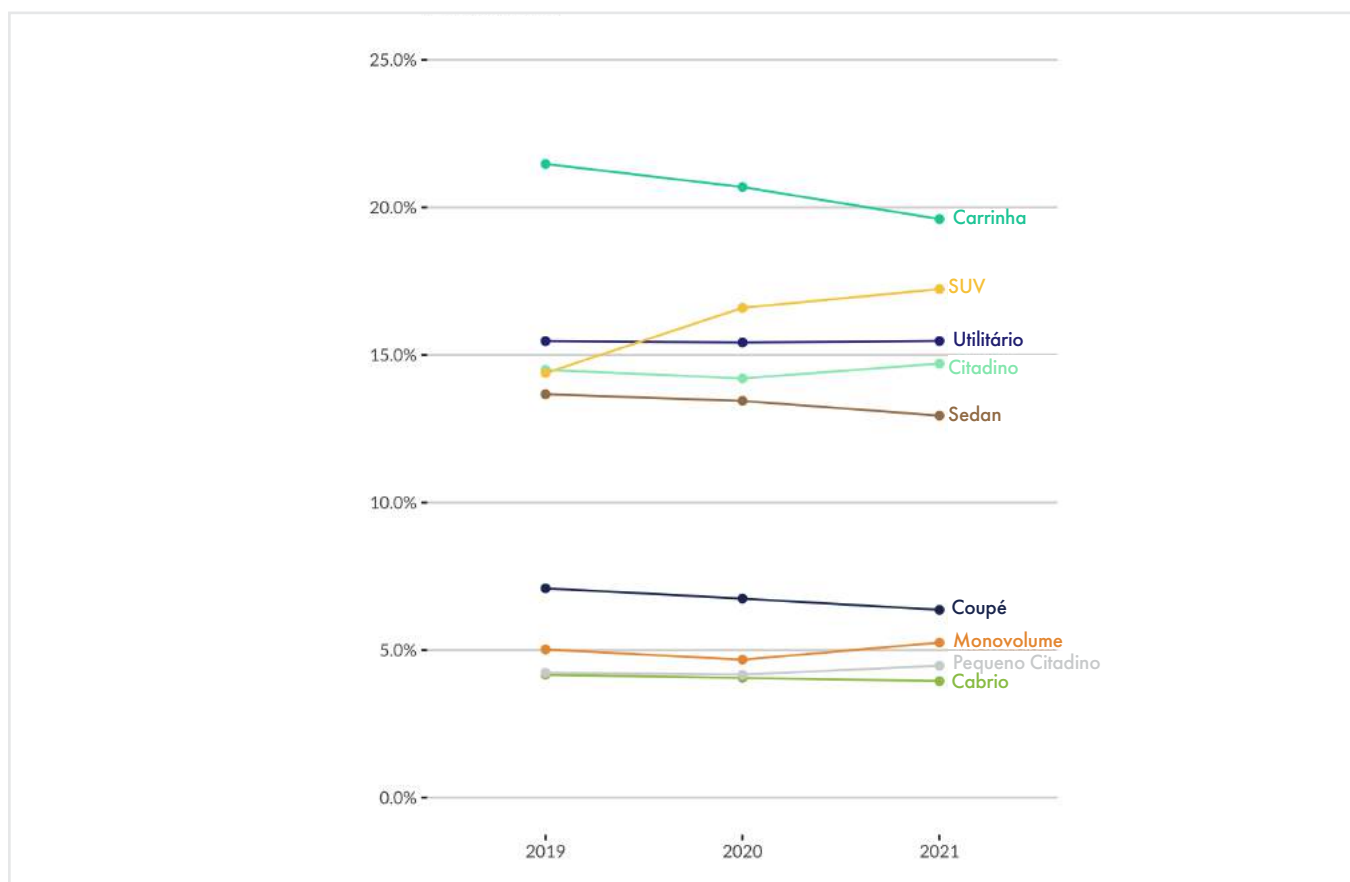
Fonte: Motordata.pt - ACAP - IMT

Com as grandes marcas a projetarem ter os seus modelos 100% elétricos em 2030, a partir deste ano, o crescimento dos eletrificados será intensificado, alcançando mais de 50% da frota total em 2039. A totalidade da eletrificação do parque automóvel português só deverá acontecer em 2052.



Embora existam muitas incertezas quanto à eletrificação automóvel, estas previsões fornecem uma visão geral do processo de transição dos veículos elétricos. Para acelerar o crescimento dos veículos de zero emissões, as construtoras, os concessionários e as entidades devem considerar outras medidas para melhorar o acesso a este tipo de veículos.

EVOLUÇÃO DA PROCURA POR SEGMENTO



Fonte: Standvirtual



OS MAIS PROCURADOS POR SEGMENTO

SUV



		2021	2020	Pos. 2020	↑ ↓
1	BMW Serie X5	10.19%	11.20%	1	=
2	Nissan Qashqai	6.57%	7.47%	2	=
3	Peugeot 3008	6.16%	4.97%	3	=
4	Land Rover Evoque	3.34%	2.76%	6	2 ↑
5	Renault Captur	3.25%	3.40%	4	-1 ↓

CABRIO



		2021	2020	Pos. 2020	↑ ↓
1	Mercedes Benz SLK	7.33%	7.38%	1	=
2	Mini	5.35%	5.12%	3	1 ↑
3	BMW Série 3	5.15%	5.70%	2	-1 ↓
4	BMW Série Z	4.69%	4.93%	5	1 ↑
5	Fiat 500c	4.54%	5.06%	4	-1 ↓


COUPÉ




		2021	2020	Pos. 2020	↑ ↓
1	BMW Série 3	7.55%	8.11%	1	=
2	BMW Série 4	6.96%	6.81%	3	1 ↑
3	BMW Série 1	6.61%	5.90%	4	1 ↑
4	Mercedes Benz Classe C	5.87%	7.31%	2	-2 ↓
5	Mercedes Benz Classe E	4.49%	4.92%	6	1 ↑

OS MAIS PROCURADOS POR SEGMENTO


PEQUENO CIDADINO

		2021	2020	Pos. 2020	↑ ↓
1	Smart ForTwo	28.91%	30.15%	1	=
2	Fiat 500	13.00%	14.73%	3	1 ↑
3	Renault Zoe	12.60%	10.61%	4	1 ↑
4	Citroen C1	4.78%	4.43%	2	-2 ↓
5	Fiat Panda	3.99%	3.75%	6	1 ↑

CIDADINO

		2021	2020	Pos. 2020	↑ ↓
1	Renault Clio	9.78%	10.39%	1	=
2	VW Polo	7.30%	7.59%	2	=
3	Opel Corsa	6.31%	6.87%	3	=
4	Mini Cooper	5.86%	6.70%	4	=
5	Seat Ibiza	5.72%	5.83%	5	=

CARRINHA

		2021	2020	Pos. 2020	↑ ↓
1	BMW Serie 3	9.09%	9.20%	2	1 ↑
2	Mercedes Benz Classe C	8.86%	9.64%	1	-1 ↓
3	BMW Serie 5	6.95%	6.33%	3	=
4	Renault Megane Sport Tourer	5.73%	5.00%	6	2 ↑
5	Audi A4 Avant	5.73%	5.98%	4	-1 ↓

OS MAIS PROCURADOS POR SEGMENTO

MONOVOLUME



		2021	2020	Pos. 2020	↑ ↓
1	Renault Grand Scenic	9.51%	7.85%	3	2 ↑
2	Citroen C4 Grand Picasso	8.62%	10.10%	1	-1 ↓
3	Peugeot 5008	7.28%	6.07%	4	1 ↑
4	Ford S Max	6.86%	8.06%	2	-2 ↓
5	Renault Scenic	4.96%	5.35%	5	=

UTILITÁRIO



		2021	2020	Pos. 2020	↑ ↓
1	VW Golf	11.43%	12.07%	1	=
2	BMW Serie 1	10.33%	10.50%	2	=
3	Mercedes Benz Classe A	10.22%	10.36%	3	=
4	Renault Megane	4.50%	4.68%	4	=
5	Audi A3 Sportback	3.99%	4.09%	5	=

SEDAN

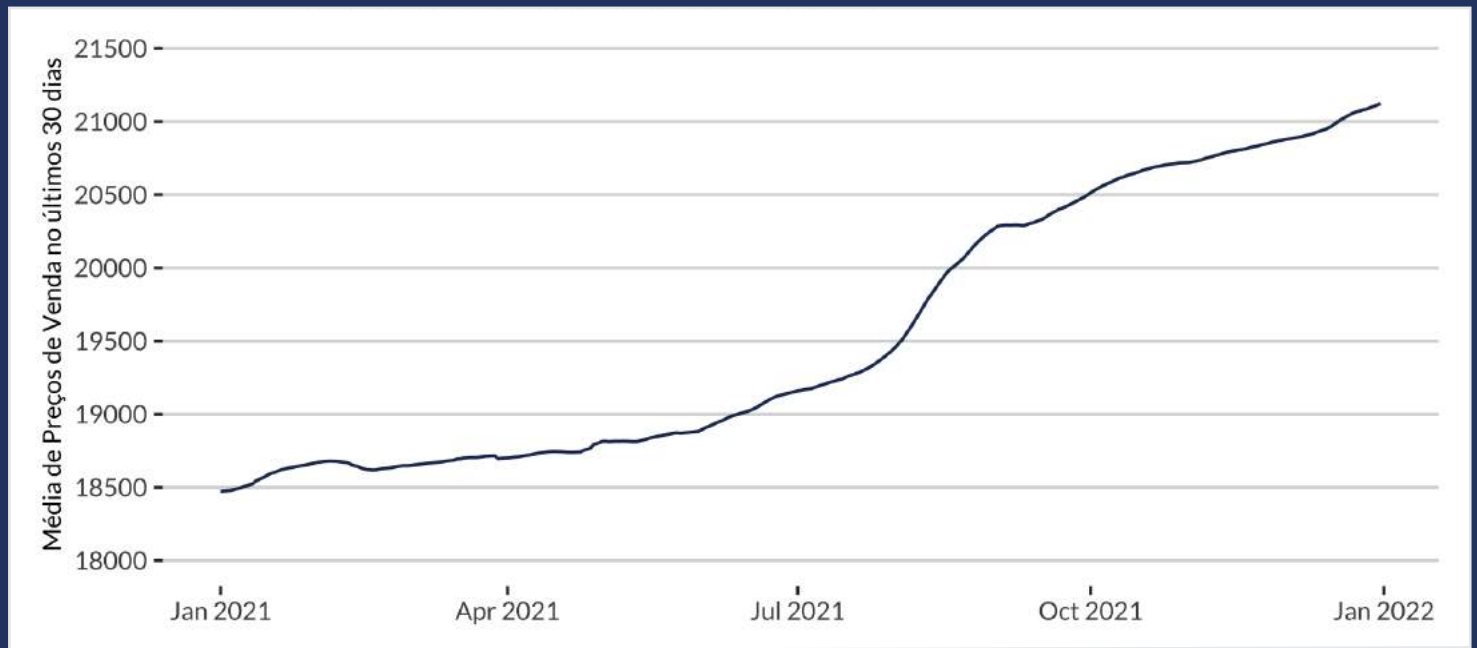


		2021	2020	Pos. 2020	↑ ↓
1	BMW Serie 3	9.51%	9.69%	2	1 ↑
2	BMW Serie 5	8.53%	10.24%	1	-1 ↓
3	Mercedes Benz Classe C	7.01%	7.92%	3	=
4	Mercedes Benz Classe E	5.29%	5.63%	4	=
5	Audi A4	3.31%	3.56%	5	=

EVOLUÇÃO DOS PREÇOS DE VENDA

PREÇOS EM 2021

COMERCIANTES PROFISSIONAIS



EVOLUÇÃO DOS PREÇOS DE VENDA

EVOLUÇÃO DE PREÇOS LIKE-FOR-LIKE

Embora o nível de preços geral do mercado seja indicativo, é importante fazer análises mais segmentadas para eliminar alguns efeitos alisadores que a média estatística possa enviesar. Desta forma, escolhemos quatro viaturas representativas do mercado de usados, mantendo o mesmo combustível e faixa de quilometragem: Nissan Qashqai, Mercedes-Benz Classe A, Renault Clio e Renault Mégane Sports Tourer.

Tal como na média agregada de todo o mercado, também nestas viaturas específicas, verificamos aumentos de preços a partir de Maio e afectando todo o restante ano.



+15%

Nissan Qashqai, Diesel, 50 mil kms



+22%

Mercedes-Benz A180, Diesel, 50 mil kms



EVOLUÇÃO DOS PREÇOS DE VENDA

EVOLUÇÃO DE PREÇOS LIKE-FOR-LIKE



+14%

Renault Clio, Diesel, 50 mil kms



Fonte: Standvirtual



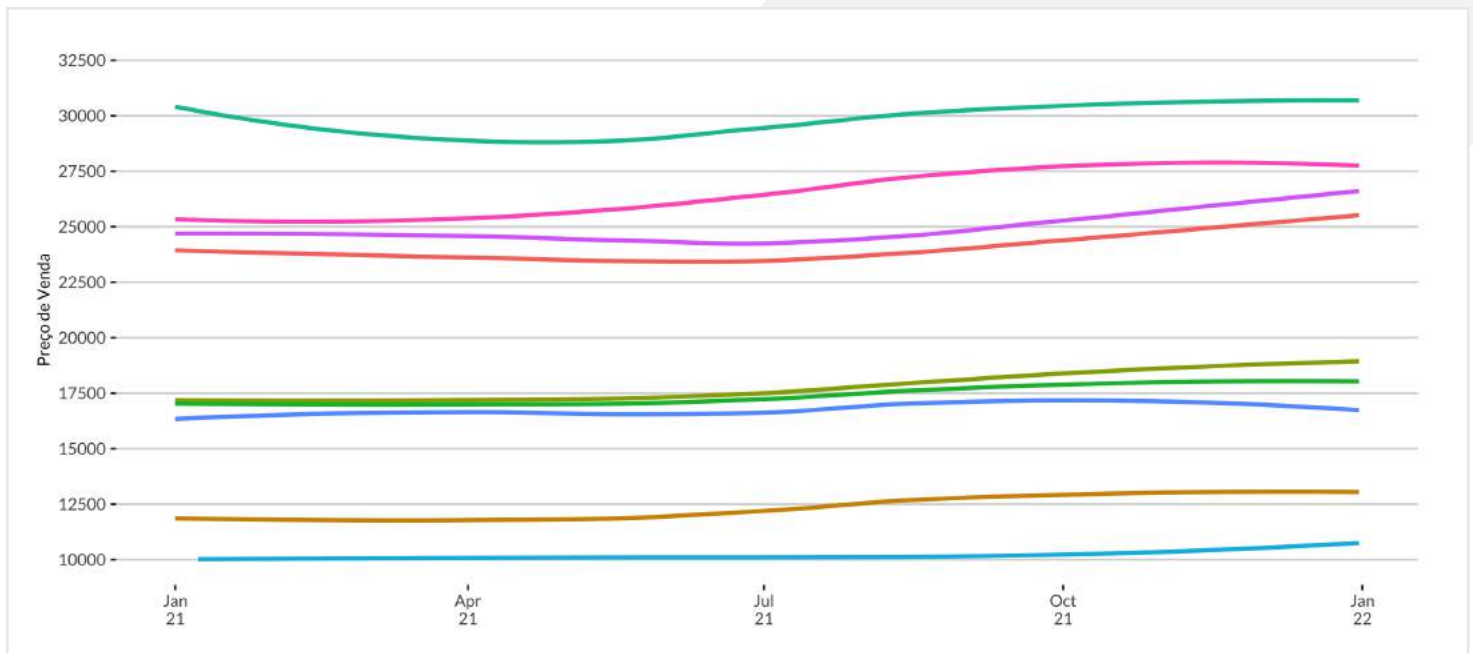
+13%

Renault Megane Sport Tourer, Diesel, 50 mil kms



EVOLUÇÃO DOS PREÇOS POR SEGMENTO

— Cabrio — Carrinha — Coupé — Monovolume — SUV — Citadino — Compact — Peq. Citadino — Sedan



BARÓMETRO DO SECTOR AUTOMÓVEL

Com a queda de 37% nas vendas de veículos novos, incapaz de dinamizar o mercado, bem como as importações a crescer mas não o suficiente para compensar a queda, a pressão para repor inventário prolongou-se de 2020 para 2021.

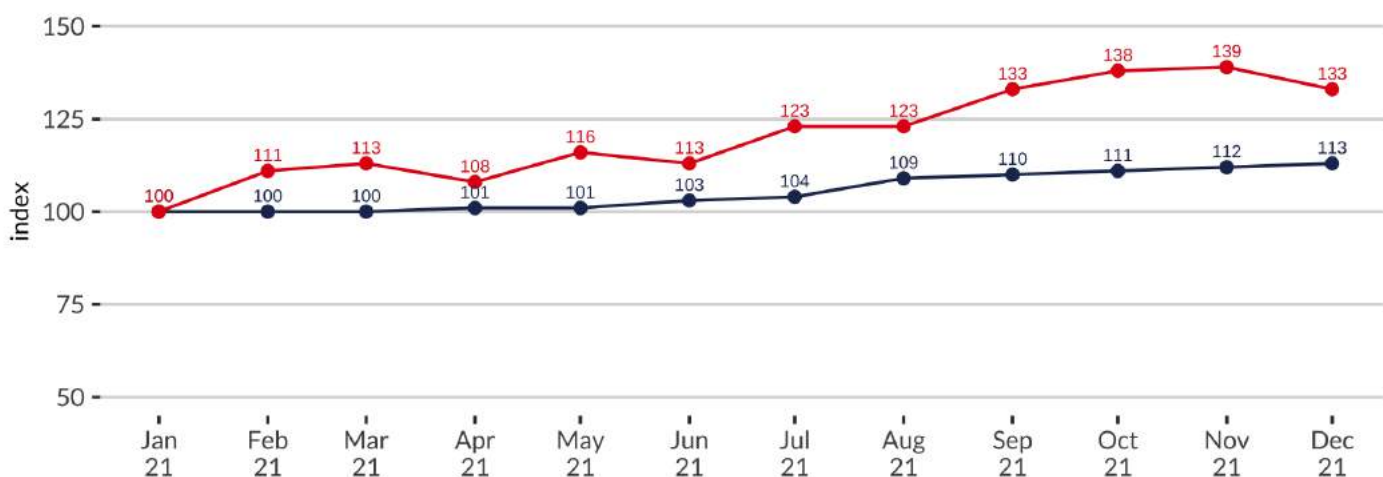
Verificamos a existência de uma correlação entre os preços de venda a comércio, cedidos pela BCA (bca.pt), e o preços de venda anunciados no Standvirtual, embora com seis meses de defasamento, sendo que o aumento de preço a comércio de Fevereiro refletem-se mais evidentemente no preço de retalho a partir de Agosto.

O aumento do preço a retalho levou ao aumento da procura por veículos mais baratos, consequentemente com mais idade e quilometragem. Esta alteração nas preferências, acaba por criar um ciclo vicioso, e pressionar para um aumento de preços neste segmento.

PREÇO DE RETALHO vs PREÇO A COMÉRCIO | JANEIRO 2021



● Comércio ● Retalho





2021 MARKET REPORT