



MOTORS — 2020 MARKET REPORT

POWERED BY 

STANDVIRTU@L
STANDVIRTU@L
STANDVIRTU@L



BEM-VINDOS

O ano de 2020 trouxe-nos desafios acrescidos. Em todas as suas dimensões, a incerteza afetou e continuará a afetar a indústria automóvel nos próximos tempos. No entanto, a forte capacidade de adaptação permitiu reagir de forma a minimizar os impactos da crise. Como parceiro essencial do mercado automóvel, também o Standvirtual procurou forma de contribuir para a rápida normalização e recuperação do setor.

Aprofundámos a nossa ligação ao setor automóvel. Desenvolvemos medidas de apoio e apostámos bastante numa maior comunicação para aumentar a transparência e informação. Reunimos, neste relatório, muita da informação que fomos partilhando ao longo do ano de 2020.

Como aliados neste investimento, não podemos deixar de agradecer à Associação Automóvel de Portugal (www.acap.pt) e à BCA (www.bca.com), não só por todos os dados que nos disponibilizaram mas sobretudo pelo envolvimento para a rápida melhoria do setor.

ÍNDICE

- 03. Mercado
- 04. Evolução dos Registos de Propriedade
- 05. Crise Sanitária
- 06. Apoio ao Setor
- 07. Ligeiros
- 09. Motociclos
- 11. Autocaravanas
- 13. Tráfego Global
- 14. Tráfego Regiões
- 15. Grupo Etário
- 16. Género
- 17. Segmento
- 18. Os mais procurados por segmento
- 23. Combustível
- 24. Procura
- 25. Elétricos
- 26. Os mais procurados por combustível
- 29. Evolução dos Preços de Venda
- 30. Mix de Preços
- 31. Barómetro do Setor Automóvel
- 32. Quilometragem
- 33. Conclusão
- 34. Agradecimentos



MERCADO

A crise sanitária afetou grande parte dos setores da economia, do qual a indústria automóvel não foi exceção. O encerramento de todas as atividades ligadas à produção automóvel provocou, desde logo, uma quebra na oferta de viaturas novas.



Usados

Transferências de propriedade de automóveis ligeiros de passageiros e comerciais

-11%



Novos

Registos de matrículas de novos veículos ligeiros

-34%



Portugal

Num país tão atrativo como Portugal, a quebra do turismo implicou a correspondente diminuição da atividade de *rent-a-car*, fazendo com que estas diminuíssem o seu investimento na compra de novas viaturas.

Por outro lado, a incerteza sobre o futuro, seja pela duração da pandemia ou pela prudência da gestão empresarial, levou a que muitos dos contratos de *renting* automóvel fossem prolongados para além do seu prazo inicial, fazendo cair a venda de novas viaturas.

Como não poderia deixar de acontecer, também os compradores particulares adiaram ou desistiram de um novo investimento.

O mercado de usados vive em permanente equilíbrio com o de novos. Desta forma, para além das condicionantes próprias que afetam os usados, o mercado é influenciado pelos novos. A diminuição de vendas diretas de novas viaturas, que implica o conseqüente decréscimo de retomas e uma retenção de viaturas nos concessionários, a redução de viaturas de *rent-a-car*, originando menos semi-novos, e menos viaturas provenientes da conclusão de contratos de *renting*, provocaram uma escassez de oferta no mercado de usados.

No entanto, não podemos esquecer o outro lado da equação. A crise sanitária causou a perda de rendimentos a muitos portugueses e lançou o receio sobre o futuro da economia. Também estes fatores se refletem na concessão de crédito automóvel. Muitos adiaram e continuarão a adiar a compra de uma nova viatura, seja ela usada ou nova.

Apesar de todas estas condicionantes, os portugueses continuam a alimentar o sonho de aquisição de uma nova viatura.

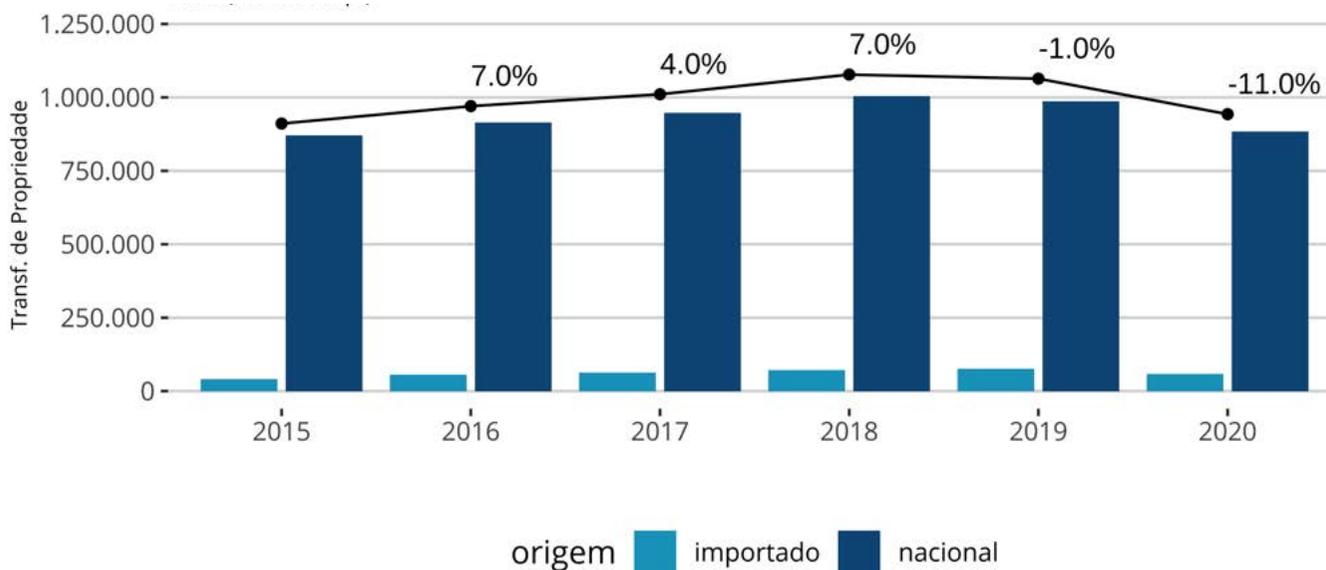
Nunca como antes, foi criada uma vacina eficaz em tempo recorde. Os apoios financeiros da União Europeia foram delimitados antes de uma crise mais severa chegar. Uma grande maioria da população conseguiu manter os seus rendimentos, com 2020 a atingir a maior colecta de IRS de sempre. Falta ainda anunciar como serão suavizadas as moratórias de crédito concedidas.

EVOLUÇÃO



Evolução dos Registos de Propriedade

ACAP (motordata.pt)

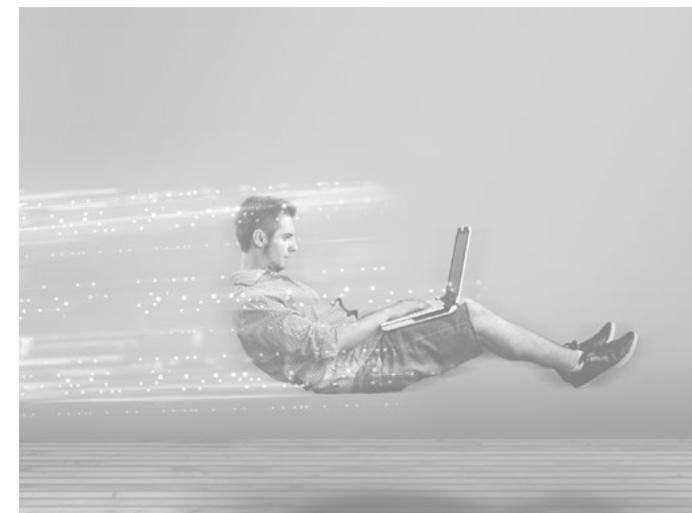


A aceleração do digital

O confinamento acelerou as mudanças que estavam a acontecer de forma lenta. O tele-trabalho tornou-se normal e as vendas digitais a retalho destacaram-se como forma de diminuir risco e aglomerações.

O comércio automóvel não foi exceção. Uma maior quantidade de anúncios foi publicada e algumas formas de interação com o cliente ganharam uma maior relevância, como a videochamada, processos documentais e financeiros, e eventos de vendas 100% online. A entrega de viaturas no domicílio do cliente e a garantia de devolução permitiram fechar o ciclo.

No entanto, outros fatores conjunturais não permitiram que a aceleração dos comerciantes atingissem um melhor desempenho, como o aumento do desemprego, diminuição do rendimento disponível, redução da concessão de crédito e incerteza no futuro.



É preciso recuar até aos anos da grande crise global de 2009 para encontrar um volume de transferências de propriedade mais baixo do que em 2020. O setor cresceu a bom ritmo nos últimos anos, mas estagnou em 2019.

CRISE SANITÁRIA

O ano de 2020 foi marcado por uma série de eventos relevantes para a sociedade e para o setor automóvel em particular. Comerciantes, associações, parceiros e o Governo trabalharam em conjunto para minimizar os impactos da crise sanitária.

● Anúncio do Confinamento Geral

18 de Março de 2020

Encerramento de estabelecimentos de comércio automóvel.

● Medidas de apoio ao Setor

20 de Março de 2020

Prolongar por mais 31 dias todos os anúncios que estiverem ativos; Novos anúncios terão a duração de 28 dias, em vez dos 14 habituais.

● Primeiro Webinar Standvirtual

03 de Abril de 2020

É lançado o Webinar sobre o "Impacto do Covid-19 no setor automóvel" - o primeiro da série do Barómetro do Mercado Automóvel em parceria com a ACAP e BCA.

● Reabertura de Stands

04 de Maio de 2020

Passam a poder estar abertos tal como já acontecia com os estabelecimentos de reparação e manutenção automóvel, de venda de peças e acessórios e ainda os serviços de reboque.



APOIO AO SETOR

Em Março de 2020, num momento de extrema incerteza sobre os riscos e impactos da pandemia e confinamento, o Standvirtual decidiu, desde logo, reforçar a sua parceria com o setor automóvel, implementando um conjunto de soluções.

Extensão da Validade dos Anúncios

Face ao encerramento dos estabelecimentos comerciais, de forma a manter todos os potenciais compradores focados na sua jornada de compra, tornou-se evidente que o Standvirtual teria de ser proativo em demonstrar que, a existir, a solução seria apostar, mais do que nunca, na venda digital. É de relembrar que, nesta altura, a indefinição sobre a duração da crise sanitária lançava a inquietação sobre a economia e, em particular, sobre o setor automóvel.

Duplicação da Duração dos Anúncios

A forma entusiástica com que o setor recebeu a extensão da validade dos anúncios e, o aumento do ritmo de colocação de novo conteúdo levou-nos a não hesitar em partilhar o esforço de digitalização do setor, duplicando a duração dos anúncios o que, na prática, se traduziu num desconto de 50% por anúncio.

Lançamento do Selo Sanitário ACAP nos Anúncios

Das negociações entre as associações do setor, entre as quais a ACAP, e o Governo, resultou num compromisso para a reabertura dos estabelecimentos de comércio automóvel, formalizado no Protocolo Sanitário para o Setor Automóvel.

De forma a informar os consumidores para o estrito cumprimento do protocolo, foi disponibilizado pela ACAP, um logotipo para afixação física bem como utilização online. Por ser de extrema relevância, também o Standvirtual passou a inclui-lo na página de detalhe dos anúncios.



- ✓ Este Stand detem o selo **ACAP - Associação Automóvel de Portugal**.
- ✓ O selo indica que este stand é um "**Estabelecimento Seguro**".
- ✓ **Cumpre todas as normas** de segurança e higiene orientadas pelo protocolo sanitário.

- ✓ O Selo Sanitário é dirigido às empresas associadas da ACAP com o compromisso de respeitarem o Protocolo Sanitário para o Setor Automóvel, assinado com o Governo e validado pela DGS.
- ✓ O cumprimento do Protocolo Sanitário, garante que os estabelecimentos são seguros para colaboradores, parceiros comerciais e clientes.
- ✓ Saiba mais <https://carros.standvirtual.com/parceria-acap>

LIGEIROS

A instabilidade provocada pela pandemia levou à necessidade de uma rápida adaptação do comércio automóvel. Pela sua dimensão, o mercado de ligeiros de passageiros e comerciais é aquele onde essas alterações foram mais impactantes. Desde logo, pelo reconhecimento que se teria de seguir o caminho da venda digital, com a disponibilização de mais conteúdo online, a realização de eventos 100% digitais e do alargamento de novas formas de comunicação (videochamada).

Por outro lado, tendo a queda de venda de novos sido significativamente superior à de usados, com a consequente redução de viaturas de retoma, começa, na segunda metade do ano, a assistir a uma escassez de viaturas usadas para venda.

Anúncios Ativos no Standvirtual

Fonte: Standvirtual



- O ano de 2020 arrancou a bom ritmo mantendo o volume de anúncios ativos acima dos 50.000.
- Embora com stands encerrados, com as medidas de apoio, foi possível aos comerciantes manter os anúncios ativos sem investimento adicional.
- A oferta do dobro da duração dos anúncios, levou a que muitos comerciantes colocassem mais viaturas online, superando as 60.000 viaturas.
- Em Julho começam a verificar-se as primeiras falhas de oferta de viaturas até 15.000 euros.

Os medos e receios sentidos na segunda metade do mês de Março de 2020, levou à interrupção da jornada de compra, recuperando progressivamente até ao início de Maio os níveis de procura anterior. Com a reabertura dos stands e com os portugueses confinados, a procura manteve-se elevada até ao final do verão.

Procura de automóveis ligeiros

Fonte: Standvirtual



- Em termos de procura, o ano de 2020 iniciou com um crescimento substancial relativamente a 2019.
- A 15 de Março, mesmo antes de ser decretado o confinamento, a atenção dos compradores desviou-se completamente da compra de automóvel.
- No entanto, menos de um mês depois, os portugueses, em confinamento, retomam a sua jornada de compra.
- Com mais viaturas disponíveis abaixo dos 15.000 euros, aumenta também a procura.
- Em confinamento, em teletrabalho, e com os calendários de férias destrutturados, a sazonalidade normal desaparece e a procura continua em alta.
- Com o regresso às aulas e início do tempo frio, inicia-se uma 2.^a vaga com aumento de casos de infeção por Covid-19.
- Com o receio de um novo confinamento e algumas medidas de confinamento temporário, especialmente ao fim-de-semana, a procura abranda.

MOTOCICLOS

Nas grandes cidades, os motociclos demonstram a sua utilidade como forma de mobilidade e fluidez inigualável. Para aqueles que a utilização de transportes públicos deixou de ser uma forma segura de deslocação, devido ao risco de transmissão da Covid-19, a compra de um motociclo foi a solução óbvia.

Anúncios Ativos no Standvirtual

Fonte: Standvirtual



- À semelhança de outras categorias, também os motociclos beneficiaram das medidas de apoio do Standvirtual.
- A extensão gratuita dos anúncios e a duplicação da duração dos mesmos, originou um aumento de mais de 20% da oferta.
- De referir que, também no OLX Portugal foram tomadas semelhantes medidas de apoio com efeitos similares.

A necessidade de uma solução de mobilidade, que minimizasse a possibilidade de transmissão do vírus e permitisse a circulação nos grandes centros urbanos, levou a um aumento da procura por motocicletas.

Procura de Motociclos

Fonte: Standvirtual



- Embora seguindo a mesma tendência de queda com as primeiras notícias de confinamento, a procura de motocicletas não sofreu o mesmo impacto.
- O risco de contágio percebido que poderia ocorrer nos transportes públicos, aumentou a necessidade de uma solução de mobilidade individual.
- Nos grandes centros urbanos, circundado por vias de comunicação interditas a ciclomoteres, a utilização de motociclo torna-se uma solução segura.

AUTOCARAVANAS

Anúncios Ativos no Standvirtual

Fonte: Standvirtual

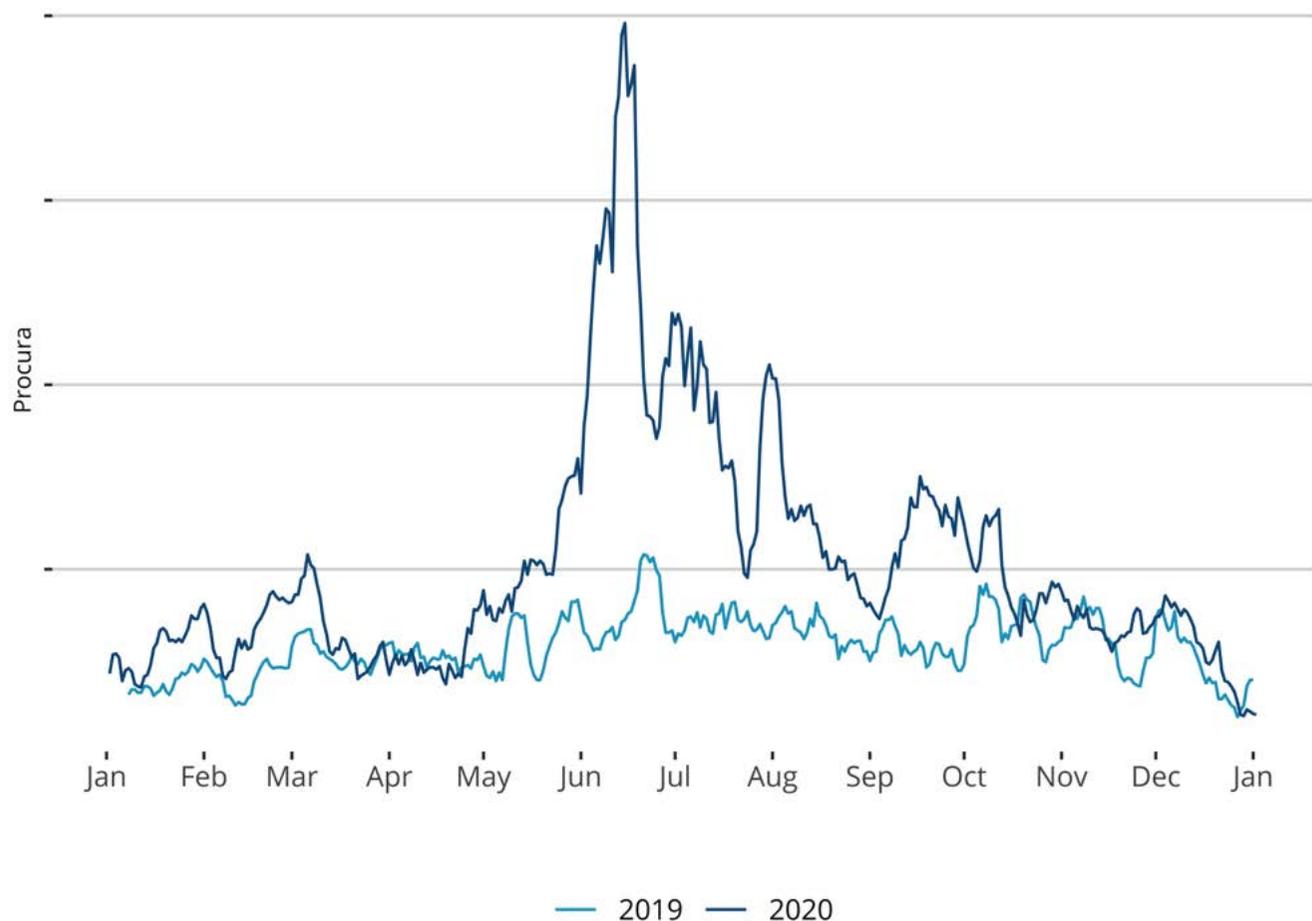


- À semelhança de outros segmentos do mercado automóvel, também a sazonalidade na oferta de autocaravanas sofreu alterações.
- A quebra esperada no final da época de verão não se verificou.
- Face excesso de procura no período pós-pandemia e que não foi correspondida do lado da oferta, no final do ano assistimos ao aumento da quantidade de anúncios de autocaravanas.

Depois do primeiro confinamento, com o aproximar do Verão, os riscos da pandemia e a incerteza sobre quais as medidas que iriam ser aplicadas pelas autoridades, muitos portugueses começam a procurar por autocaravanas atingindo valores record.

Procura de Autocaravanas

Fonte: Standvirtual



- No início do ano, mesmo antes do impacto das primeiras notícias sobre a Covid-19, já se evidenciava um aumento da procura por estas viaturas.
- Com o confinamento, em Março e Abril, a procura parece arrefecer um pouco mas, mesmo assim, em valores superiores ao período homólogo de 2019.
- No pós-confinamento de Março, com as muitas incertezas sobre a doença e restrições sobre concentração de pessoas, e, embora mantendo parte da sua sazonalidade, a **procura por autocaravanas** no Standvirtual (e no OLX) atingiu **valores recorde**.

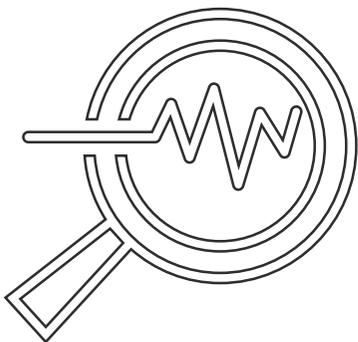


TRÁFEGO GLOBAL

Ser o website líder e de referência não basta. Ser o website com mais conteúdo também não é suficiente. É preciso criar um ambiente no qual o consumidor se sinta confortável para fazer a sua compra, no qual se sinta confiante e encontre o que procura. Sabemos que estes são os valores que os nossos clientes defendem e, por isso, queremos que essa experiência comece logo desde a primeira visita ao Standvirtual.

- ✓ + 15% de Novos Utilizadores
- ✓ - 28% Bounce Rate
- ✓ + 8% Utilizadores Ativos
- ✓ + 9% Anúncios vistos por visita

+14%
UTILIZADORES



Bounce Rate

Quando um utilizador inicia uma sessão no Standvirtual, poderá ver apenas uma ou múltiplas páginas. A Bounce Rate é o rácio entre a quantidade sessões com apenas uma visualização e quantidade total de sessões. Um utilizador interessado em adquirir uma viatura faz uma pesquisa com mais que uma visualização por sessão, logo a sua diminuição é um sinal muito positivo.

Utilizador Ativo

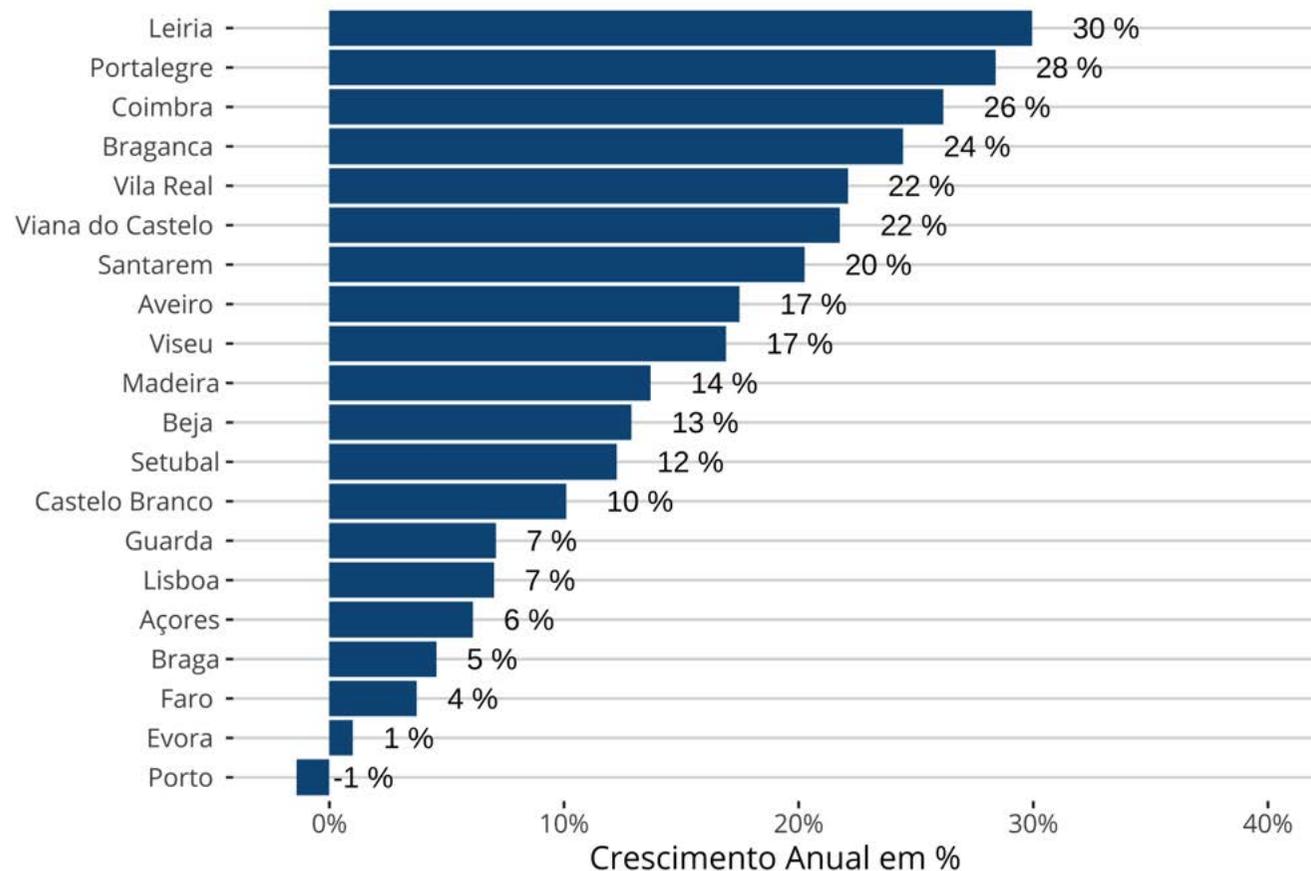
É uma métrica que permite perceber o quanto os utilizadores estão efetivamente à procura de comprar uma viatura. Um utilizador que está na sua jornada de compra, visita o Standvirtual de forma mais regular do que outro qualquer, sendo por isso mesmo, um indicador claro de quantos irão concretizar uma aquisição.

TRÁFEGO REGIÕES

Embora Portugal seja um país relativamente pequeno, a aquisição de automóvel estava muito limitada à região de origem do comprador. Todavia, com o início da pandemia em Março de 2020, assistimos a alterações relevantes nesse comportamento.

Tráfego por região

Fonte: Google Analytics



- O confinamento dos portugueses à sua habitação forçou à única forma de continuar a sua jornada de compra: online.
- Com stands fechados e com as medidas de apoio ao setor, os comerciantes aumentaram a quantidade de anúncios publicados.
- Com videochamada, test-drive mais abrangentes, entrega ao domicílio, extensão de garantias, entre outros, a venda tornou-se mais digital.

Desta forma, foram quebradas as barreiras regionais na aquisição de viaturas, com comerciantes a vender de Évora para Bragança e de Vila Real para Faro.



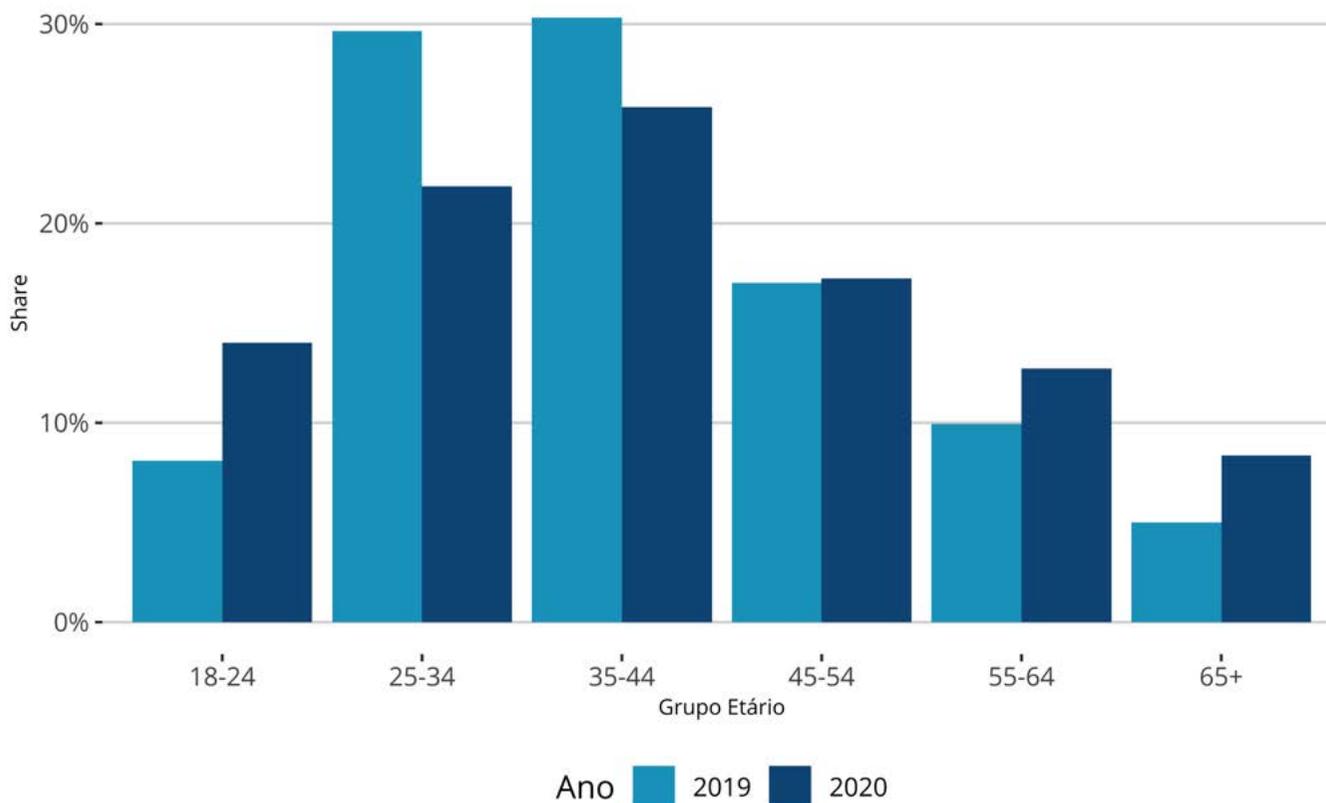
- As regiões Norte e Centro foram aquelas onde o crescimento foi mais acentuado, com taxas de crescimento entre os 20% e 30%.
- Em áreas já bem estabelecidas como Lisboa, Setúbal e Braga, o crescimento foi mais moderado devido à grande adoção do digital nas mesmas.

GRUPO ETÁRIO

O conhecimento detalhado do grupo etário dos visitantes do Standvital é de extrema importância para a elaboração dos anúncios. Torna-se necessário conhecer as preferências de cada grupo no que concerne às formas de mobilidade e comunicação.

Tráfego por Grupo Etário

Fonte: Google Analytics



Alteração durante 2020

Durante o ano de 2020 assistimos a algumas mudanças na composição etária. Dum lado do espectro, as gerações mais novas atingiram a idade de compra de viatura e, por outro lado, devido ao confinamento e ao maior risco, as gerações mais velhas também alteraram a sua forma de comprar.

18-14

Este grupo etário mais do que duplicou a sua quota de visitas no Standvital. Deve-se, sobretudo, ao facto de ser uma geração 100% digital. Uma geração muito mais preocupada com o ambiente e que dá menos valor ao automóvel como símbolo de estatuto social, que usa o vídeo como forma privilegiada de consumir informação e comunicar (videochamada e chat). Se possível, fará toda a sua jornada totalmente online.

25-34 / 35-44

Continua a ser o grupo dominante no Standvital, tendo aumentado o seu valor absoluto mas perdendo peso por via do aumento de outras gerações. É a geração da internet e que cresceu com o Standvital. Prefere a imagem, e-mail e chamada telefónica como meios preferenciais de comunicação. Faz a sua jornada alternando entre o digital e o físico.

45-54

Grupo que se manteve estável. Mais do que qualquer outra geração, é aquela que mais valoriza o automóvel e a sua marca como símbolo de estatuto social. Uma geração mais competitiva que as restantes. Bem adaptada ao digital, usa o e-mail e chamada telefónica.

55-64 / 65+

O encerramento de stands aumentou em mais de 30% a presença deste grupo etário. Mais do que noutros grupos, valorizam a relação pessoal e a confiança nos vendedores. Este facto, leva a que escolham a chamada telefónica como meio preferencial de comunicação.

GÉNERO

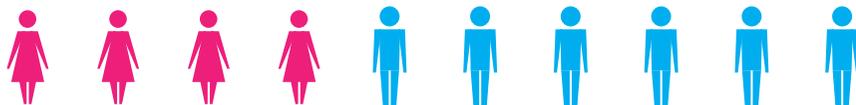
Embora não seja novidade, temos vindo assistir, cada vez mais, ao aumento da presença de mulheres num espaço, tipicamente, dominado por homens.

2019



33% mulheres vs 67% homens

2020



40% mulheres vs 60% homens

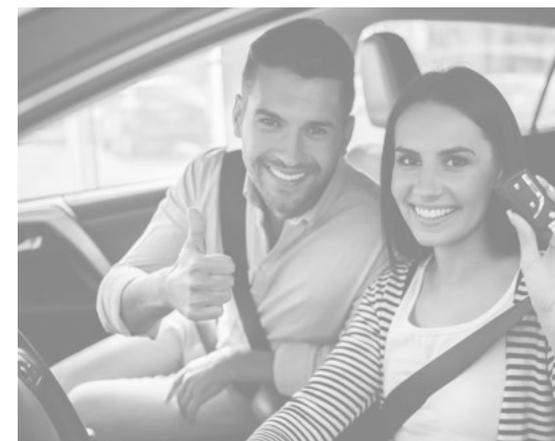
A importância do conhecimento dos dados demográficos

Cada uma das gerações tem as suas preferências no que toca a escolher uma solução de mobilidade. Embora muito se tenha falado sobre a não-aquisição de automóvel pelas **gerações mais novas**, a verdade é que modelo de subscrição ainda está longe de ser uma realidade significativa. Estas gerações continuam a adquirir viaturas mais relacionadas com os seus ideais e estilo de vida. Embora pressionados pelo baixo poder de compra, da incerteza do futuro e também pela alteração de políticas, irão adquirir **automóveis mais económicos** e percecionados como **mais ecológicos**.

São também estas gerações que não dispensam **reviews online** especialmente na forma de **video** mas também a opinião e **ratings** que outros compradores têm sobre o veículo. Desta forma, a **compra totalmente online** é uma consequência natural, levando à necessidade dos comerciantes se adaptarem (ex. quantidade e qualidade das informações online, incluindo vídeo e mais fotos, verificações pós-venda, períodos de devolução, etc.)

As preferências dos grupos etários, bem como o seu género, implica uma maior sofisticação na elaboração dos anúncios e respetivo conteúdo. Cada indivíduo terá, concerteza, as suas preferências pessoais mas, seja em função da idade ou do género, é necessário atender, para cada anúncio, aos segmentos a quem se dirige e enfatizar as características e benefícios que melhor se adequam.

Os estudos mais recentes, mostram que o conhecimento dos dados demográficos é de extrema importância para o setor.

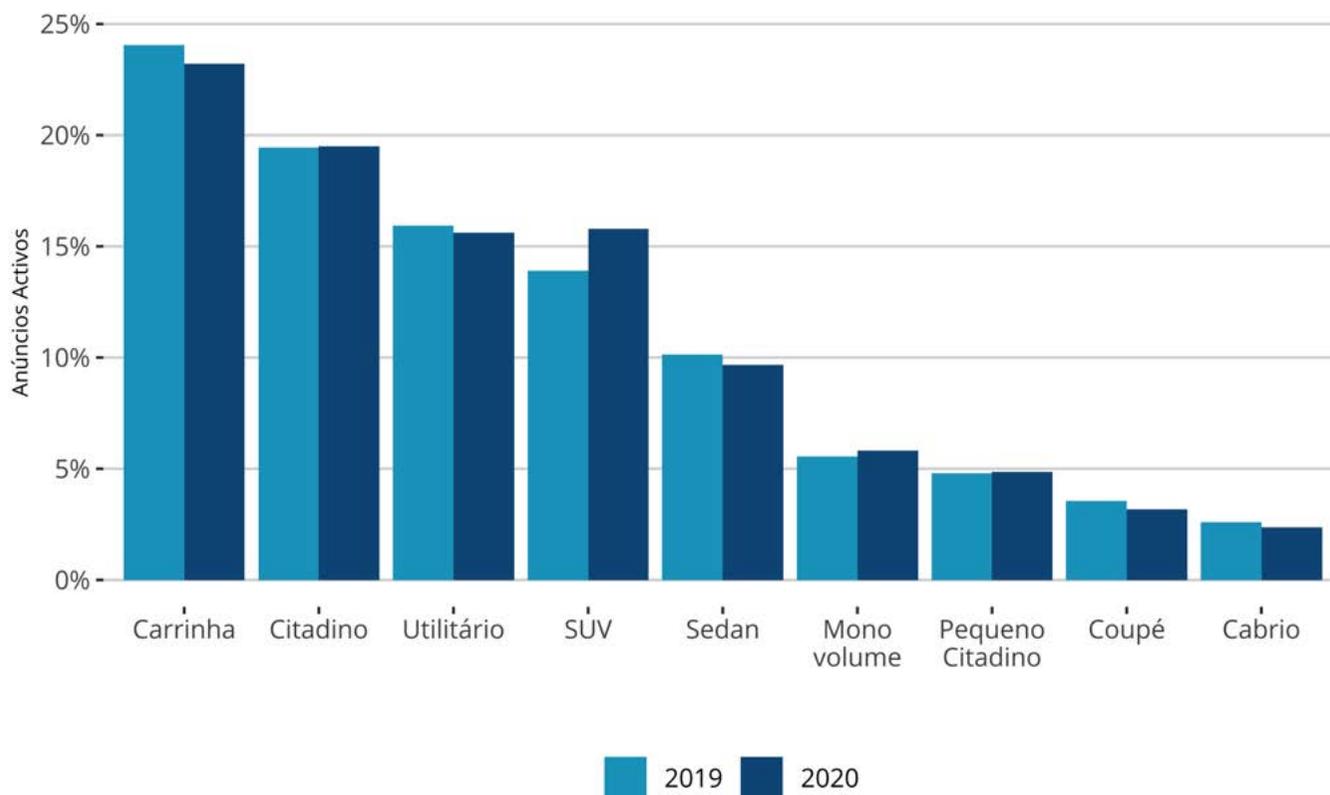


SEGMENTO

Conhecer as tendências de mercado, ajuda os profissionais do setor a melhor planejar o seu negócio. O utilizador do Standvirtual, após filtrar os anúncios por marca e modelo, tendencialmente irá pesquisar outros fabricantes que se enquadrem no mesmo segmento.

Anúncios Ativos no Standvirtual

Fonte: Standvirtual



Como calculamos os mais procurados?

Quando um comprador inicia a sua procura no Standvirtual, fá-lo, na grande maioria dos casos, utilizando os filtros de marca e modelo.

Sendo assim, existe já uma primeira intenção de qual a viatura a adquirir. Segue-se a busca por outros parâmetros como ano, quilometragem e preço (entre outros) e, sobretudo, como se encontra anunciada (qualidade das fotos, vídeo, descrição e, claro, adequação de preço).

Há então que distinguir entre a vontade inicial do comprador por determinada marca e modelo e, a concretização de um contacto com o vendedor (performance do anúncio).

Para efeito do cálculo dos mais procurados mantivemo-nos fiés à intenção inicial do comprador. Utilizámos os filtros que existem no Standvirtual para classificar os anúncios por marca, modelo, segmento e combustível, utilizando as visualizações de anúncio como indicador de preferência por determinado automóvel.

Os valores indicados são então a quota de visualizações nas segmentações apresentadas.

- As carrinhas continuam a ser o segmento mais procurado, embora tendo perdido uma ligeira importância no último ano.
- Citadinos e utilitários continuam a estar no topo das preferências dos portugueses.
- Tendo ultrapassado os utilitários durante o ano de 2020, os SUV consolidam a sua posição e função utilitária que conjuga o espaço da carrinha e a agilidade de um citadino.

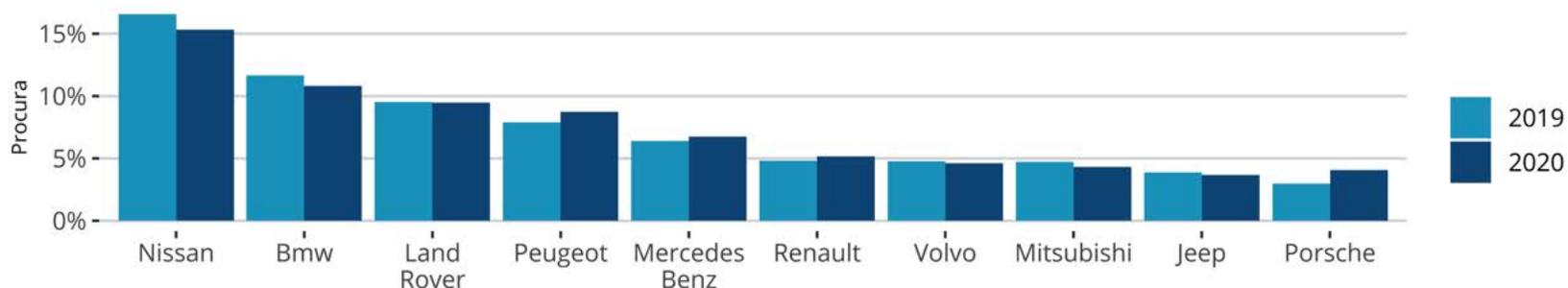
OS MAIS PROCURADOS POR SEGMENTO

Temos assistido à ascensão dos modelos SUV, especialmente na sua variante crossover.

A crescente necessidade de um automóvel familiar, com capacidades todo-o-terreno, mas bem adaptado à cidade, seja do ponto de vista dos consumos como do conforto e agilidade, leva a que muitos escolham esta categoria em detrimento de outras, como por exemplo, as carrinhas ou os monovolumes.

Procura de SUV

Fonte: Standvirtual



SUV	2020	2019	Posição em 2019	Subida/Descida
1. Nissan Qashqai	0.82%	0.87%	1	=
2. Peugeot 3008	0.71%	0.74%	2	=
3. BMW X5	0.55%	0.54%	3	=
4. Porsche Cayenne	0.52%	0.37%	6	+2
5. Land Rover Evoque	0.48%	0.38%	5	=



OS MAIS PROCURADOS POR SEGMENTO

CABRIO		2020	2019	Posição em 2019	Subida/Descida
1. Porsche Boxster		0.25%	0.28%	1	=
2. Mercedes-Benz SLK200		0.23%	0.23%	2	=
3. Mazda MX-5		0.21%	0.20%	3	=
4. BMW Z4		0.20%	0.17%	4	=
5. Porsche 911		0.20%	0.11%	9	+4
COUPÉ		2020	2019	Posição em 2019	Subida/Descida
1. Audi A5		0.40%	0.42%	1	=
2. Mercedes-Benz C220		0.36%	0.32%	4	+2
3. Porsche 911		0.36%	0.28%	5	+2
4. Audi TT		0.30%	0.33%	3	-1
5. BMW 320		0.30%	0.35%	2	-3

Veja na página 17 como calculamos os mais procurados

OS MAIS PROCURADOS POR SEGMENTO

PEQUENO CITADINO	2020	2019	Posição em 2019	Subida/Descida
1. Smart ForTwo 	0.58%	0.69%	1	=
2. Fiat 500	0.42%	0.41%	2	=
3. Renault Zoe	0.26%	0.32%	3	=
4. Citroen C1	0.15%	0.16%	4	=
5. Fiat Panda	0.14%	0.15%	5	=
CITADINO	2020	2019	Posição em 2019	Subida/Descida
1. Renault Clio 	1.29%	1.23%	1	=
2. Volkswagen Polo	0.87%	0.97%	2	=
3. Opel Corsa	0.84%	0.92%	3	=
4. Mini Cooper	0.73%	0.86%	4	=
5. Seat Ibiza	0.67%	0.70%	5	=

Veja na página 17 como calculamos os mais procurados

OS MAIS PROCURADOS POR SEGMENTO

CARRINHA



1. Audi A4 Avant

2020

1.08%

2019

1.19%

Posição em 2019 Subida/Descida

1

=

2. BMW 320

1.03%

1.13%

3

+1

3. Mercedes-Benz C220

1.03%

1.16%

2

-1

4. BMW 520

0.76%

0.84%

4

=

5. Peugeot 308 SW

0.73%

0.80%

5

=

MONOVOLUME



1. Citroen C4 Grand Picasso

2020

0.24%

2019

0.30%

Posição em 2019 Subida/Descida

1

=

2. Ford S-Max

0.24%

0.30%

2

=

3. Peugeot 5008

0.22%

0.20%

5

+2

4. Renault Grand Scenic

0.22%

0.25%

3

-1

5. Renault Scenic

0.18%

0.23%

4

-1

Veja na página 17 como calculamos os mais procurados

OS MAIS PROCURADOS POR SEGMENTO

UTILITÁRIO



1. Volkswagen Golf

2020

1.81%

2019

1.92%

Posição em 2019 Subida/Descida

1

=

2. Mercedes-Benz A180

1.05%

1.09%

2

=

3. BMW 116

0.79%

0.74%

3

=

4. Ford Focus

0.67%

0.71%

4

=

5. Audi A3 Sportback

0.65%

0.65%

6

+1

SEDAN



1. BMW 320

2020

0.73%

2019

0.77%

Posição em 2019 Subida/Descida

1

=

2. Mercedes-Benz C220

0.59%

0.71%

2

=

3. BMW 520

0.54%

0.55%

3

=

4. Audi A4

0.49%

0.52%

4

=

5. Porsche Panamera

0.46%

0.37%

6

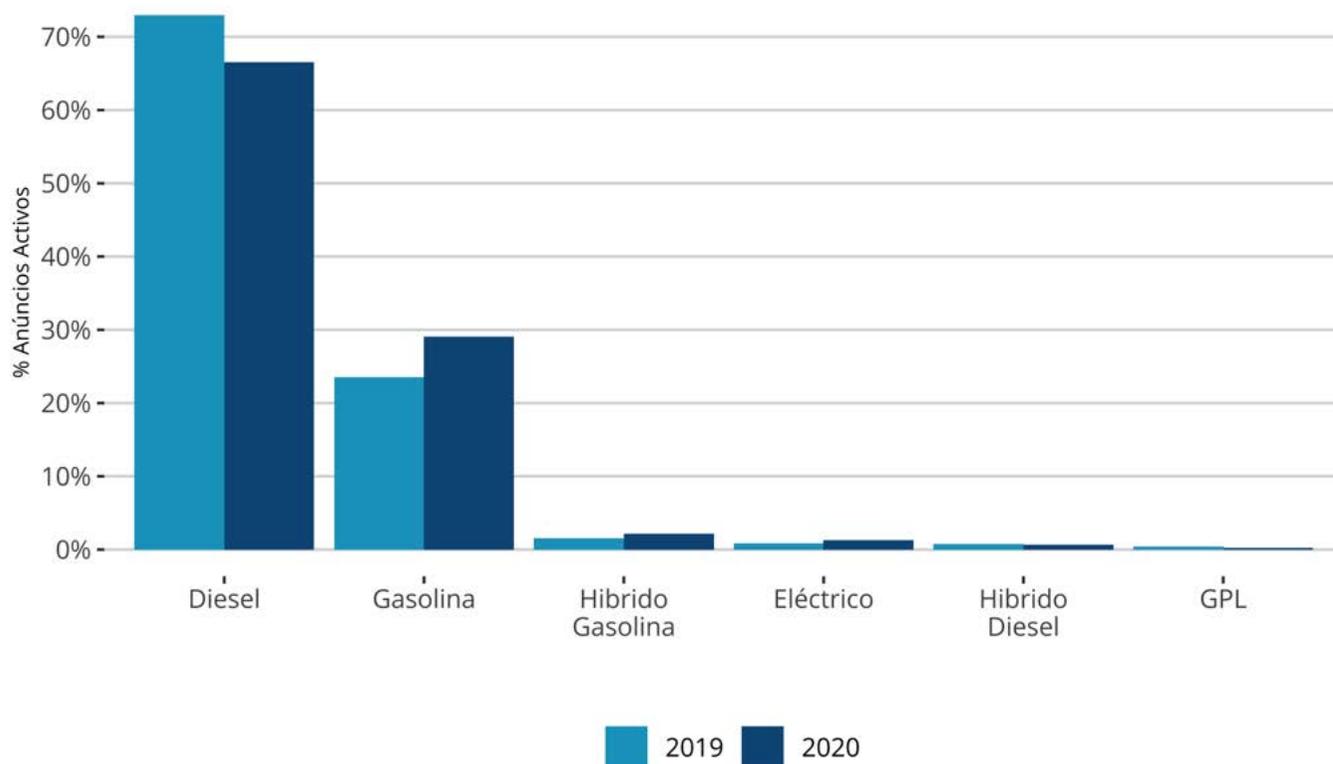
+1

Veja na página 17 como calculamos os mais procurados

COMBUSTÍVEL

Anúncios Ativos no Standvirtual

Fonte: Standvirtual



A consciência ambiental, os incentivos fiscais, a redução de custos, a aproximação de preços entre combustíveis e o investimento dos construtores, têm levado a uma alteração da oferta automóvel quando segmentada por combustível.

Sobretudo pressionada pela oferta de novos veículos, o mercado de usados começa a refletir lentamente as mesmas tendências.

Embora os veículos a diesel continuem a constituir a esmagadora maioria do conteúdo, em apenas 1 ano, conseguimos ver alterações significativas na quota de mercado de um dos combustíveis.

O mercado de elétricos e eletrificados, ainda que com valores pouco significativos, começa a crescer a taxas relevantes.

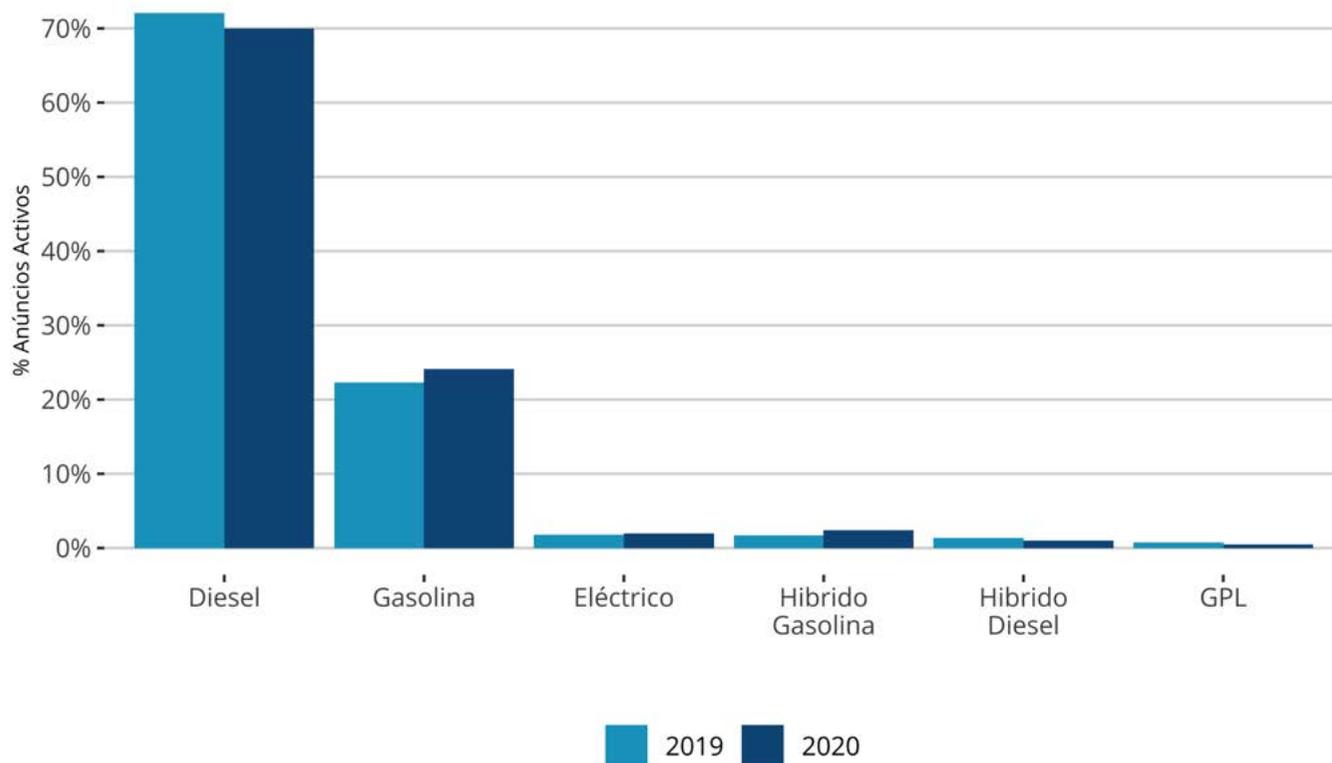
PROCURA

A tendência de alteração da oferta, quando segmentada por combustível, com o diesel a perder quota de mercado para os veículos elétricos e a gasolina, não tem a mesma dimensão quando analisamos a procura.

Embora existam sinais de uma alteração das preferências dos compradores, estas estão sobretudo condicionadas pela alteração da oferta existente.

Procura por texto de combustível

Fonte: Standvirtual

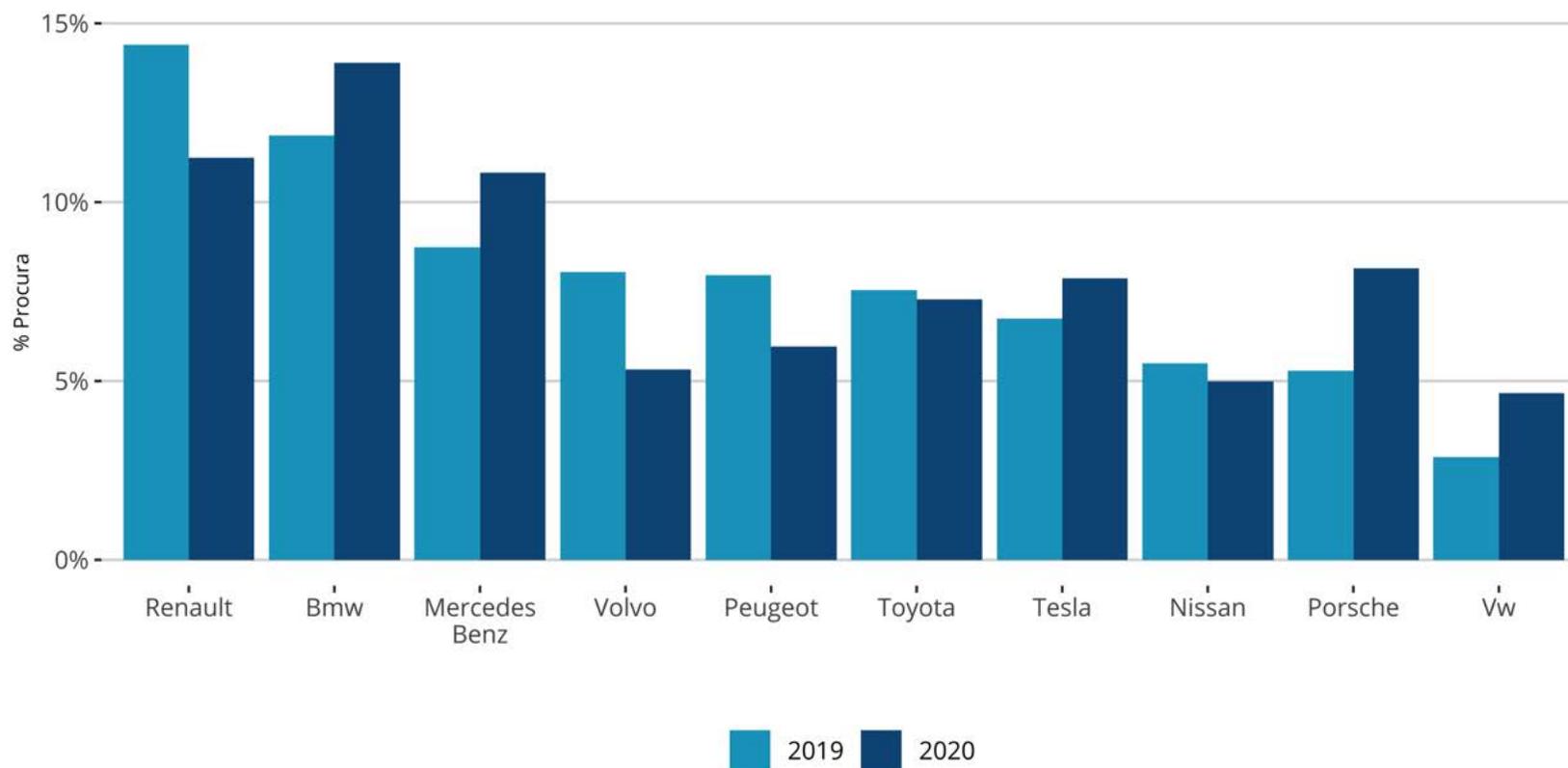


ELÉTRICOS

A aposta dos fabricantes no mercado dos elétricos e eletrificados (híbridos a diesel e gasolina) tem sido feita de forma gradual mais a diferentes ritmos por diferentes marcas. Devido à, ainda, pequena dimensão deste segmento, é normal que vejamos significativas mudanças na composição da quota de mercado de acordo com os investimentos e lançamentos de novos modelos nos próximos anos.

Procura de elétricos e híbridos por marcas

Fonte: Standvirtual



OS MAIS PROCURADOS POR COMBUSTÍVEL



ELÉTRICOS	2020	2019	Posição em 2019	Subida/Descida
1. Renault Zoe 	0.28%	0.36%	1	=
2. Tesla Model S	0.23%	0.30%	2	=
3. BMW i3	0.18%	0.20%	3	=
4. Nissan Leaf	0.17%	0.19%	4	=
5. Tesla Model 3	0.10%	0.02%	16	11

Veja na página 17 como calculamos os mais procurados

OS MAIS PROCURADOS POR COMBUSTÍVEL

HÍBRIDO GASOLINA		2020	2019	Posição em 2019	Subida/Descida
1. Porsche Panamera		0.22%	0.15%	1	=
2. Porsche Cayenne		0.15%	0.09%	5	+3
3. BMW 330		0.13%	0.05%	14	+11
4. Volkswagen Golf		0.13%	0.08%	8	+4
5. Toyota C-HR		0.12%	0.13%	2	-3
HÍBRIDO DIESEL		2020	2019	Posição em 2019	Subida/Descida
1. Mercedes-Benz E300		0.19%	0.14%	3	+2
2. Mercedes-Benz C300		0.18%	0.14%	4	+2
3. Volvo V60		0.14%	0.21%	1	-2
4. Peugeot 508 RXH		0.12%	0.15%	2	-2
5. Citroen DS5		0.09%	0.13%	5	=

Veja na página 17 como calculamos os mais procurados

OS MAIS PROCURADOS POR COMBUSTÍVEL

GASÓLEO		2020	2019	Posição em 2019	Subida/Descida
1. BMW 320		2.30%	2.50%	1	=
2. Mercedes-Benz C220		2.09%	2.30%	2	=
3. BMW 520		1.33%	1.41%	3	=
4. Mercedes-Benz A180		1.24%	1.34%	4	=
5. Audi A4 Avant		1.07%	1.18%	5	=
GASOLINA		2020	2019	Posição em 2019	Subida/Descida
1. Volkswagen Golf		0.73%	0.70%	1	=
2. Renault Clio		0.72%	0.64%	3	=
3. Volkswagen Polo		0.60%	0.65%	2	=
4. Porsche 911		0.56%	0.39%	9	+5
5. Seat Ibiza		0.53%	0.54%	4	-1

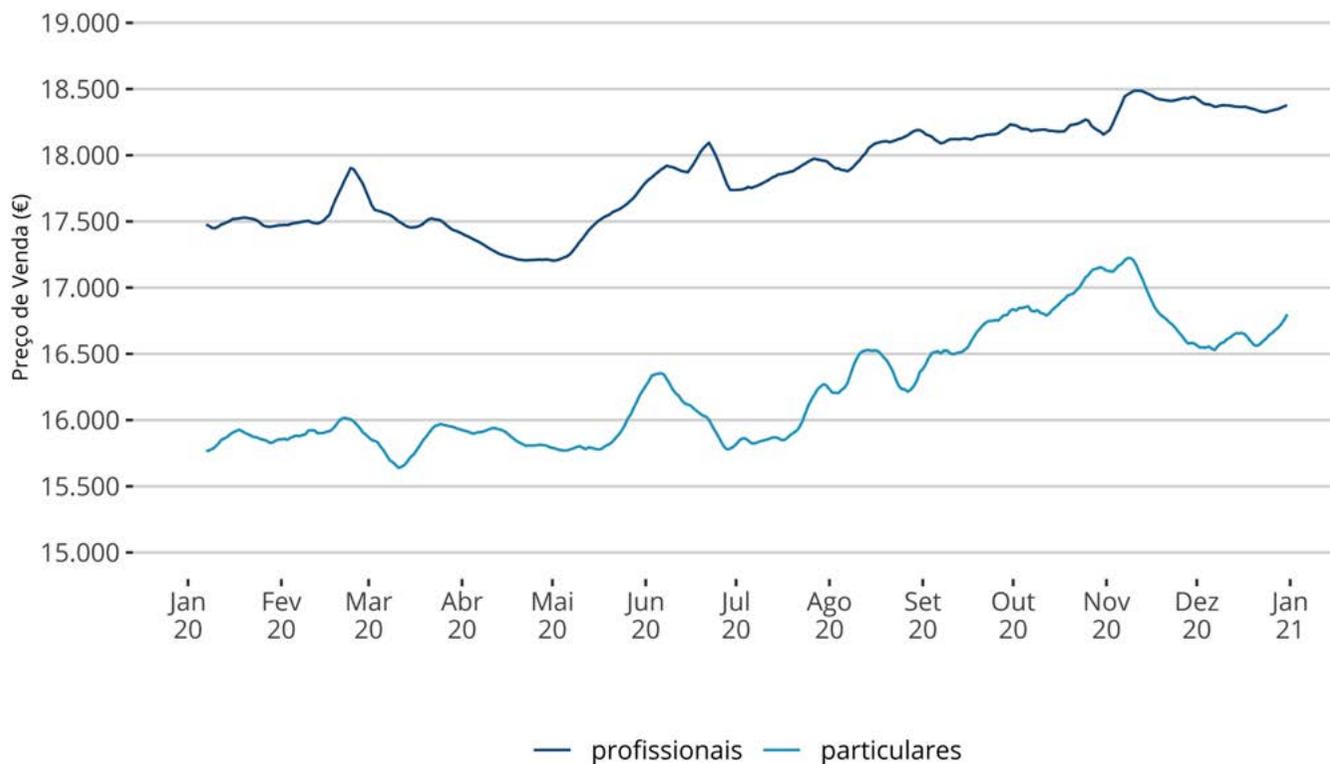
Veja na página 17 como calculamos os mais procurados

EVOLUÇÃO DOS PREÇOS DE VENDA

No início da pandemia, com alguns rumores no mercado, tornou-se necessário acelerar algumas iniciativas previstas, de forma a providenciar mais informação e transparência no mercado de usados. Com o receio do início de uma espiral de redução de preços, que poderia afetar todo o setor, ficou claro que este seria um tópico onde o Standvirtual poderia ter particular relevância. Sendo o principal website de classificados automóvel, é também uma fonte privilegiada de informação para os profissionais.

Evolução dos Preços de Venda

Fonte: Standvirtual



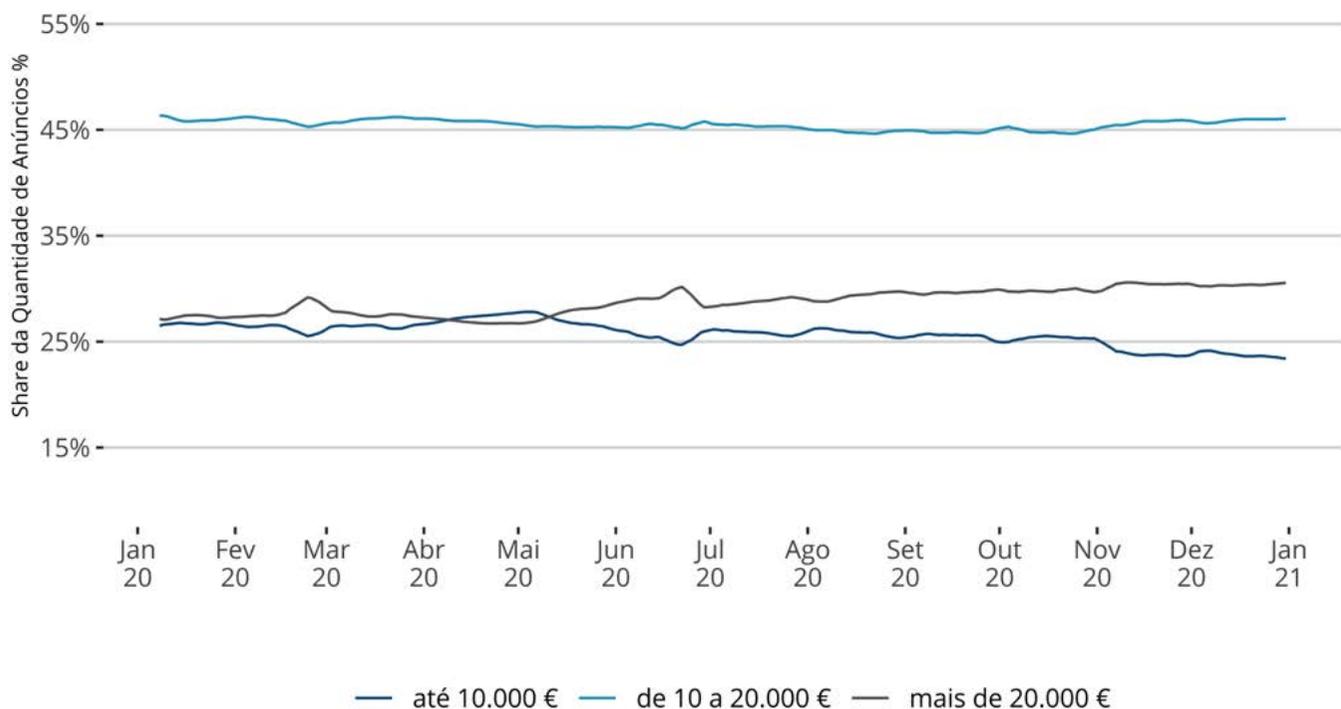
- Os preços de venda a retalho mantiveram-se estáveis até ao início do confinamento em Março.
- Anúncios de profissionais e particulares seguem a uma tendência geral de aumento mas por diferentes motivos.
- Durante o primeiro confinamento dá-se uma ligeira quebra nos preços.
- Até ao final do ano assistimos a um aumento do preço médio.

MIX DE PREÇOS

A variação no preço médio pode ocorrer por várias razões. Um dos fatores poderá ser um aumento generalizado dos preços que afete todos os segmentos. Outro fator poderá ser uma alteração na quantidade de viaturas presentes em cada um dos segmentos de preço,

Share de anúncios por preço

Fonte: Standvirtual



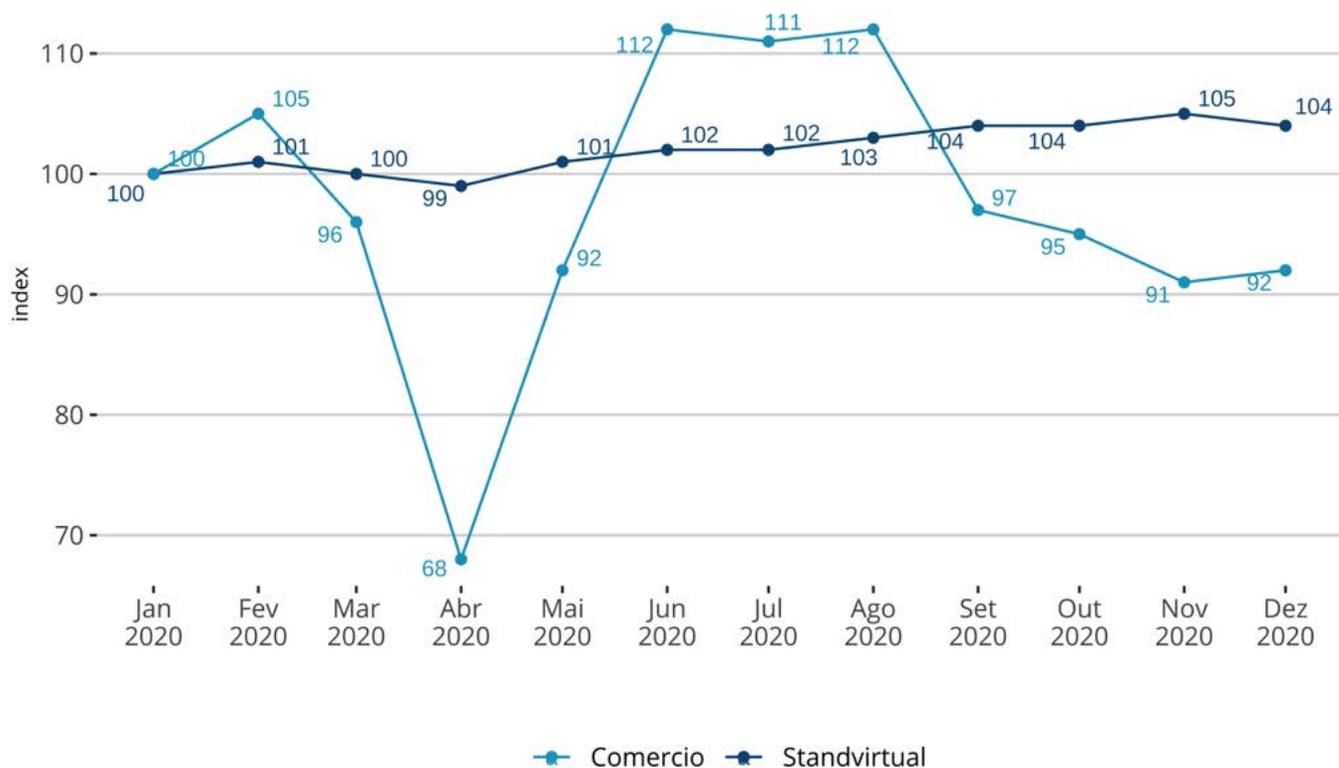
- Os preços de venda a retalho mantiveram-se estáveis até ao início da confinamento em Março.
- Em finais de Fevereiro, com a possibilidade de um confinamento semelhante ao de outros países europeus, alguns comerciantes começaram, desde logo, a aumentar a sua presença online. Pela sua dimensão, e por possuírem stocks de valor mais elevados, procuraram um aumento temporário dos preços.
- A conjugação da oferta da extensão dos anúncios e duplicação da duração dos mesmos, com o canal digital a tornar-se o meio privilegiado de venda, muitos comerciantes decidiram colocar todo o seu stock online o que levou a um aumento de viaturas de menor valor (abaixo dos 10.000 euros).
- A enorme procura que se verificou no segmento mais barato e devido à quebra de venda de veículos novos, que provocou uma redução das retomas e conseqüente escassez deste stock, provocou um aumento dos preços que se fez sentir até ao final do ano.

BARÓMETRO DO SETOR AUTOMÓVEL

O conhecimento do mercado de venda a comércio é essencial para antecipar os movimentos no mercado de venda a retalho.

Barómetro de Preços do Setor Automóvel

Fonte: Standvirtual/BCA



As alterações que ocorrem no mercado de venda a comércio são significativamente mais voláteis do que no mercado de venda a retalho pois, este último, pela sua maior dimensão em compradores, não permite alterações de curtíssimo prazo.



No entanto, dependendo das suas causas, é possível antever movimentações no mercado a retalho a partir dos valores de comércio.



No ano de 2020, tanto no comércio como no retalho, as grandes alterações foram ditadas não por alterações estruturais mas antes por eventos conjunturais.



A contração do mercado de novos provocou uma escassez de retomas automóvel, bem como uma retenção das mesmas por parte das concessões, a fim de evitar um rutura de stock neste segmento e disponibilizando apenas para o comércio as viaturas de menor valor.



A tal facto, temos de somar, a redução de viaturas provenientes de *rent-a-car* e *renting*, normalmente, de valor mais elevado.



Assim sendo, o aumento da representatividade de viaturas de menor valor provocou uma queda generalizada dos preços médios de venda a comércio.



Apenas no período pós-confinamento esta tendência se alterou, fruto da elevada procura do mercado de retalho, com as viaturas de menor valor também a escassear.

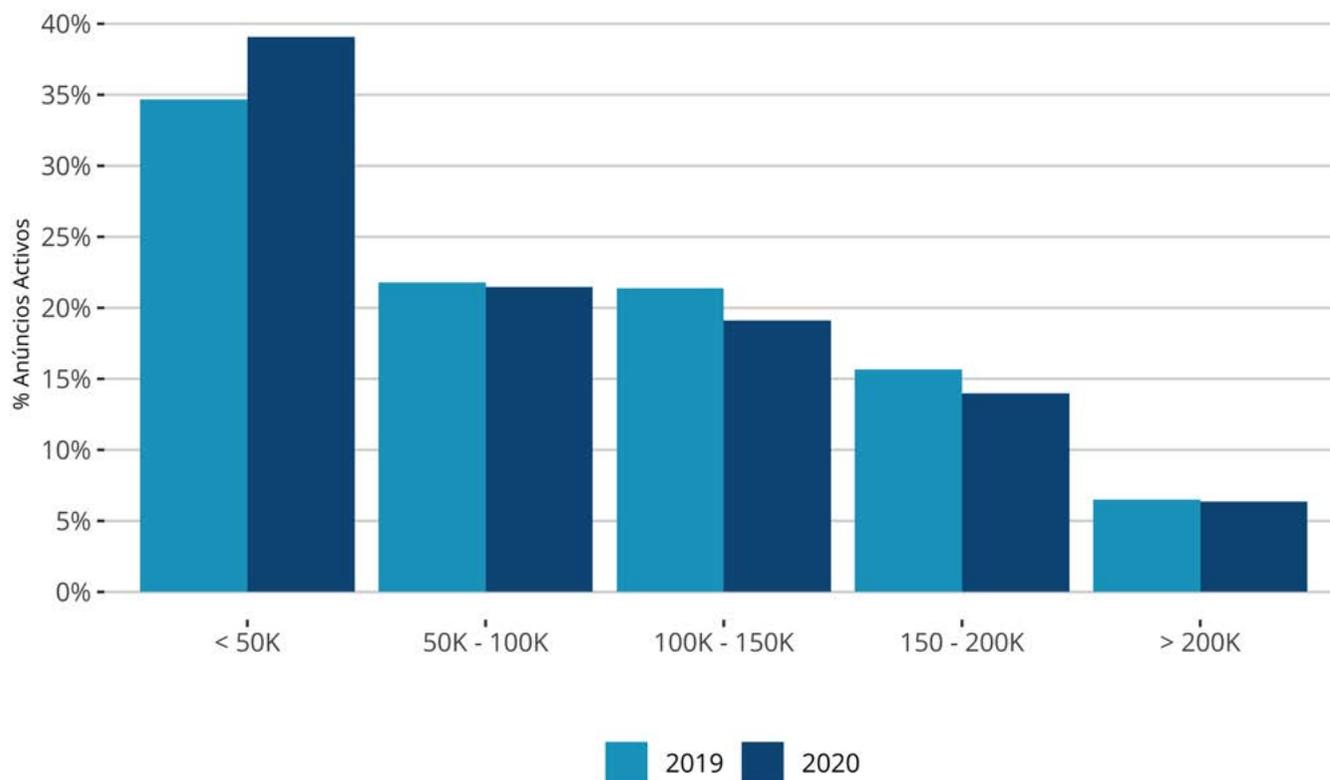


QUILOMETRAGEM

Apesar de todas as alterações de mercado, cada vez mais operadores optam por ter todo o seu stock anunciado online, desta forma e em linha com os últimos anos, assistimos a um aumento de viaturas semi-novas e de baixa quilometragem.

Percentagem de anúncios por Quilometragem

Fonte: Standvirtual



CONCLUSÃO

Se a evolução da tecnologia tem sido a tônica dos tempos modernos, é também verdade que a quantidade e qualidade da informação disponibilizada à sociedade caminhou na mesma direção.

No caso particular dos mercados, temos assistido à cooperação de consumidores, vendedores e entidades governamentais e reguladoras no sentido de reduzir as assimetrias de informação.

O volume de informação gerada no Standvirtual é de inegável relevância para o setor automóvel em Portugal. Este relatório constitui apenas um dos momentos de comunicação com os nossos parceiros que fomos criando ao longo de 2020.

Olhamos para 2021 com a esperança de aprofundamento da relação com os nossos parceiros, numa lógica de permanente interação que nos permita ir ao encontro às melhores expectativas. Nesse sentido, estamos recetivos à colaboração e pedidos por parte de todos, seja nos nossos webinars, através de e-mail ou chamada telefónica e contacto direto com a equipa comercial.

Neste horizonte, e tendo em vista uma contínua melhoria, contamos:

- Divulgar um relatório mensal mais sucinto com a acompanhamento de métricas chave (KPIs);
- Comunicação ativa e regular no LinkedIn do Standvirtual e newsletter de insights de dados;
- Manutenção do Barómetro mensal do mercado automóvel em conjunto com ACAP nos webinars na primeira semana de cada mês;
- Reforçar a importância desta informação para as marcas automóvel, concessionários e operadores independentes na definição da sua estratégia de mercado gestão das suas operações;
- Desenvolver métricas de controlo do negócio automóvel para promover uma gestão mais eficiente do stock quer seja na compra quer na venda;



AGRADECIMENTOS

Não poderiam finalizar sem agradecer a todos os que tornaram este trabalho possível, com menção especial para:

- Associação Automóvel de Portugal (www.acap.pt) pelo trabalho em prol do setor, colaboração regular dos webinars e disponibilização dos dados do setor automóvel em www.motordata.pt;
- BCA Portugal, não só pela disponibilização dos dados que permitem a elaboração do Barómetro do Mercado Automóvel, mas também no imprescindível conhecimento do setor;
- Governo Constitucional com quem expectamos continuar a contar para trazer mais transparência ao setor automóvel;
- Todos os convidados dos webinars que partilharam todo o seu conhecimento com o setor.





MOTORS — 2020 MARKET REPORT

POWERED BY **STANDVIRTUAL**