

Varejo Automotivo - Brasil - Junho 2014

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.



“Carros são parte integral do estilo de vida brasileiro. Para pessoas que já possuem automóveis, eles representam um recurso de grande importância, e para a maioria dos que ainda não possuem, são o epítome do sonho de consumo. Contudo, o preço permanece uma barreira muito grande para a posse de veículos, e a maioria dos brasileiros só pode comprá-los de segunda mão”
– Victor Fraga, Analista Sênior

Este relatório responde às seguintes questões:

O presente relatório investiga o varejo automotivo no Brasil.

O mercado abarca automóveis de pequeno, médio e grande portes, veículos utilitários esportivos e carros de uso múltiplo, destinados principalmente ao transporte de um pequeno número de passageiros. O tamanho do mercado é baseado em novos registros anuais, e exclui vendas de carros usados.

Não constam neste relatório veículos comerciais usados primariamente para o transporte de mercadorias ou frete, nem automóveis para transporte de pessoas, geralmente projetados com a finalidade de transportar passageiros em troca do pagamento de tarifas, como táxis.

**COMPRE ESTE
Relatório agora**

VISITE:
store.mintel.com

LIGUE:
EMEA
+44 (0) 20 7606 4533

Brasil
0800 095 9094

Américas
+1 (312) 943 5250

APAC
+61 (0) 2 8284 8100

EMAIL:
oxygen@mintel.com

Você sabia?

Este relatório é parte de uma série de relatórios produzidos para lhe proporcionar uma visão mais holística do mercado

Varejo Automotivo - Brasil - Junho 2014

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Sumário

Introdução

Definição

Abreviações

Resumo Executivo

O mercado

Figura 1: Vendas no setor de varejo automotivo, por valor – Brasil – 2009-19

Figura 2: Vendas no setor de varejo automotivo, por volume – Brasil – 2009-19

Figura 3: Vendas dos principais varejistas do mercado automotivo brasileiro, por volume 2012-13

Figura 4: Vendas dos principais varejistas do mercado automotivo brasileiro, por valor e volume, 2013

Impulsionadores de mercado

Empresas e inovação

O consumidor

Figura 5: Posse de carro, janeiro de 2014

Figura 6: Canais de compra de carro no setor de varejo automotivo, por atitudes, janeiro de 2014

Nossa opinião

Aplicação de Tendências

Mintel Futures: Help Me Help Myself (Me Ajude Que Eu Me Ajudo)

Tendência: Return to the Experts (Volta aos Experts)

Tendência: Transumers (Transumidores)

Impulsionadores de Mercado

Tópicos centrais

O preço não está certo

A selva automotiva

O Nordeste sobe

Um coquetel impetuoso e exótico

Quem Está Inovando?

Tópicos centrais

Marcando gol

GM e a fábrica da Chevy

Pequeno e versátil

Réquiem para um sonho

Querida, encolhi os carros

Tamanho do Mercado, Previsões e Performance do Segmento

Tópicos centrais

Um mercado há muito parado

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | APAC +61 (0) 2 8284 8100

EMAIL: oxygen@mintel.com

Varejo Automotivo - Brasil - Junho 2014

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

A produção pisa nos freios

Figura 7: Vendas no setor de varejo automotivo, por valor, Brasil – 2009-19

Figura 8: Vendas no setor de varejo automotivo, por volume – Brasil – 2009-19

Prontos para dar a partida novamente?

Figura 9: Vendas no setor de varejo automotivo, por valor – Brasil – 2009-19

Figura 10: Vendas no setor de varejo automotivo, por volume – Brasil – 2009-19

Veículos pequenos prevalecem

Figura 11: Vendas por segmento no varejo automotivo brasileiro, por volume, 2012-13

Metodologia de previsão

Participação de Mercado

Tópicos centrais

Tomando a dianteira

Figura 12: Vendas dos principais varejistas do mercado automotivo brasileiro, por volume 2012-13

Busca pela novidade

A dança das cadeiras

Figura 13: Vendas dos principais varejistas do mercado automotivo brasileiro, por valor e volume, 2013

Perfis das Empresas

Volkswagen

Histórico da empresa

Desempenho da empresa

Oferta de varejo

Fiat

Histórico da empresa

Desempenho da empresa

Oferta de varejo

General Motors

Histórico da empresa

Desempenho da empresa

Oferta de varejo

Ford

Histórico da empresa

Desempenho da empresa

Oferta de varejo

Honda

Histórico da empresa

Desempenho da empresa

Oferta de varejo

O Consumidor – Posse de Carros

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | APAC +61 (0) 2 8284 8100

EMAIL: oxygen@mintel.com

Varejo Automotivo - Brasil - Junho 2014

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Tópicos centrais

Todos querem ser os donos da rua

Figura 14: Posse de carros, janeiro de 2014

Jovens e idosos dirigem menos

Figura 15: Posse de carro, por faixa etária, janeiro de 2014

Um produto de elite

Figura 16: Posse do carro, por classe socioeconômica, janeiro de 2014

O Consumidor – Canais de Compra

Tópicos centrais

Poucos compraram um carro

Figura 17: Canais de compra de carro no setor de varejo automotivo, por atitudes, janeiro de 2014

...e ainda menos compraram carro novo

Figura 18: Canais de compra do setor de vendas a varejo, compradores de automóveis, janeiro de 2014

Consumidores nordestinos preferem revendedores autorizados

Figura 19: Canais de compra de carro no setor de varejo automotivo, por atitudes, janeiro de 2014

O Consumidor – Atitudes em Relação à Compra de Carros

Tópicos centrais

Experimente antes de comprar

Figura 20: Atitudes de compra de carro no setor de varejo automotivo, janeiro de 2014

Cientes de revendedores autorizados têm grandes demandas

Figura 21: Atitudes em relação a compra de carro no varejo, pelo tipo de revendedor, janeiro de 2014

Tudo começa na rede

Figura 22: Atitudes em relação à compra de carro no setor de varejo, por faixa etária, janeiro de 2014

O Consumidor – Influências de Compra

Tópicos centrais

O custo está em primeiro plano

Figura 23: Influências de compra de carro no setor varejista, janeiro de 2014

Mulheres são mais sensíveis ao preço

Figura 24: Influências de compra de carro no setor varejista, por gênero, janeiro de 2014

... assim como os jovens

Figura 25: Influências de compra de carro no setor varejista, janeiro de 2014

Apêndice – O Consumidor – Posse de Carros

Figura 26: Posse de carros, Janeiro 2014

Figura 27: Posse de carros, pela demografia, Janeiro 2014

Figura 28: Posse de carros, pela demografia, Janeiro 2014

Figura 29: Posse de carros, pela demografia, Janeiro 2014

Figura 30: Posse de carros, by canais de compra de carro, Janeiro 2014

Figura 31: Posse de carros, by atitudes em relação a compra de carro, Janeiro 2014

**COMPRE ESTE
relatório agora**

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | APAC +61 (0) 2 8284 8100

EMAIL: oxygen@mintel.com

Varejo Automotivo - Brasil - Junho 2014

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Figura 32: Posse de carros, by influência de compra, Janeiro 2014

Figura 33: Posse de carros, by influência de compra, Janeiro 2014

Apêndice – O Consumidor – Canais de Compra de Carro

Figura 34: Canais de compra de carro, Janeiro 2014

Figura 35: Canais de compra de carro, pela demografia, Janeiro 2014

Figura 36: Canais de compra de carro, pela demografia, Janeiro 2014

Figura 37: Canais de compra de carro, pela atitudes em relação a compra de carro, Janeiro 2014

Figura 38: Canais de compra de carro, pela influência de compra, Janeiro 2014

Figura 39: Canais de compra de carro, pela influência de compra, Janeiro 2014

Apêndice – O Consumidor – Atitudes em Relação a Compra de Carro

Figura 40: Atitudes em relação a compra de carro, Janeiro 2014

Figura 41: Atitudes em relação a compra de carro, pela demografia, Janeiro 2014

Figura 42: Atitudes em relação a compra de carro, pela demografia, Janeiro 2014

Apêndice – O Consumidor – Influências de Compra

Figura 43: Influência de compra, Janeiro 2014

Figura 44: Influência de compra, pela demografia, Janeiro 2014

Figura 45: Influência de compra, pela demografia, Janeiro 2014

**COMPRE ESTE
relatório agora**

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | APAC +61 (0) 2 8284 8100

EMAIL: oxygen@mintel.com