

IMPACTO DA PANDEMIA (COVID-19) NA VALORIZAÇÃO DE CARROS NOVOS E SEMINOVOS NO PERÍODO COMPREENDIDO ENTRE 2020 A 2022

Impact of the pandemic (COVID-19) on the value of new and used cars in the period between 2020 to 2022

Aleciane Schulz¹, Jéssica Silva Rocha², Maurílio Polak Trabach³, Jóici Schaffer Soares de Almeida⁴, Simone Batista Fernandes Estevão⁵, Helenize Espíndula Rossi Coser Zanoni⁶, Aramis Monteiro Ponath⁷, Cleidir José Furlani⁸.

¹Graduando em Ciências Contábeis pela Farese, ES 368 – Santa Maria de Jetibá – ES -- alecianschulz@soufarese.com.br

²Graduando em Ciências Contábeis pela Farese, ES 368 – Santa Maria de Jetibá – ES -- jessicasilva@soufarese.com.br

³Graduando em Administração pela Farese, ES 368 – Santa Maria de Jetibá – ES -- mauriliopolak@soufarese.com.br

⁴Professora Farese, ES 368 – Santa Maria de Jetibá ES, joicialmeida@professorfarese.com.br

⁵Professora Farese, ES 368 – Santa Maria de Jetibá - ES, simonebatista@farese.edu.br

⁶Professora Farese, ES 368 – Santa Maria de Jetibá – ES , helenilzerossi@professorfarese.com.br

⁷Professor Farese, ES 368 – Santa Maria de Jetibá – ES aramismonteiro@professorfarese.com.br

⁸Professor Farese, ES 368 – Santa Maria de Jetibá – ES – cleidurfurlani@professorfarese.com.br

INTRODUÇÃO

O ano de 2019, trouxe consigo, um grande susto para a humanidade, no 4º trimestre a pandemia de Covid-19, independentemente do estilo de vida, condição social, gênero, território, prestígio, potência ou alcance de armas, a COVID-19 demonstrou como o ser humano é frágil e como a vida é finita, e o que até então parecia distante, restrito a países longínquos se expandiu e o mundo todo enfrentou grandes dificuldades. No Brasil, não foi diferente, além das dificuldades, dores e perdas causadas pela doença, o país enfrentou instabilidade política, que repercutiu não só na saúde, mas em todas as áreas, chegando a todos os setores da economia, e, para a indústria automobilística, não foi diferente. Diversas fábricas foram fechadas e a escassez de insumos desabasteceu o mercado de veículos novos disparando os preços dos carros novos e seminovos; abrindo ainda margem ao repasse de aumentos de todo tipo na estrutura de custos das montadoras, em toda a cadeia de suprimentos, desde a energia utilizada até o frete de materiais. Diante desse cenário de falta de estoque e com a crescente demanda motivada pelo medo de contágio do COVID 19 em transporte público, ou mesmo com a insegurança de a qualquer momento esse transporte viesse a faltar, os preços tiveram uma alta significativa.

Diante do cenário de insegurança que se instalava a cada dia, tornava se inviável ao consumidor a ideia de pagar um preço alto e ter uma longa fila de espera que ultrapassava cento e vinte dias, a única forma de driblar a situação era optar por veículos usados, para suprir a demanda. Como sempre acontece na lei de oferta e procura, tendo restrições nas opções de carros novos houve uma supervalorização os carros usados, que tiveram um aumento no valor de 20% de acordo com Tabela Fipe. Ao mesmo tempo em que houve a supervalorização, os aumentos de preço, houve também os decretos de restrições provocadas pelo lockdown, como medida preventiva obrigatória que consistia no bloqueio parcial e em alguns momentos total, como estratégia de desacelerar a propagação do Coronavírus, visto que as demais medidas de quarentena e isolamento social não foram suficientes para controlar a infecção. Isso fez com

que o mercado de forma geral se tornasse instável e incerto, trazendo uma nova forma de trabalho, até então pouco utilizada, mas, que nesse período ganhou campo que é o mercado digital, que tornou-se uma ferramenta forte, utilizando as redes sociais, como forma de compra e venda. Diante desta nova forma de mercado, de acordo com algumas concessionárias, a procura por automóvel está muito alta a ponto do cliente tomar a decisão de comprar apenas por fotos e anúncios na internet, para que posteriormente a loja venha a realizar a entrega do veículo na residência do cliente, e após isso, resolver todos os tramites burocráticos. Contudo, os valores dos automóveis causaram uma queda de vendas no segundo semestre de 2022, porém será de uma forma gradual porque a demanda do produto ainda segue em alta e a oferta terá uma melhora relevante com relação aos anos que passaram.

MATERIAL E MÉTODOS

Este artigo tem como base a abordagem de pesquisa descritiva, a qual de acordo com Lakatos e Marconi (2011), objetivando analisar aspectos mais profundos em relação a determinado fato ou objeto, gerando análises mais específicas sobre certas atitudes, investigações e tendências de comportamento. Creswell (2010, p. 43) define este tipo de abordagem como sendo “um meio para explorar e para entender o significado que os indivíduos ou os grupos atribuem a um problema social ou humano”. Por isso, para alcançar os objetivos deste estudo, foram adotados os princípios da pesquisa do tipo exploratório, que de acordo com Gil (2008, p. 27) tem por principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. Assim buscou-se explorar e aprofundar o tema proposto, afim de comprovar o aumento dos valores dos carros novos e seminovos nesse período com base na Tabela Fipe, que demonstra os preços médios de veículos anunciados pelos vendedores em território nacional, sendo usado assim como um parâmetro para negociações ou avaliações. De modo geral, o artigo segue a linha de raciocínio da pesquisa descritiva.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A Tabela Fipe expressa preços médios de veículos anunciados pelos vendedores, no mercado nacional, servindo apenas como um parâmetro para negociações ou avaliações. Os preços efetivamente praticados variam em função da região, conservação, cor, acessórios ou qualquer outro fator que possa influenciar as condições de oferta e procura por um veículo específico. O ano do veículo refere-se ao ano do modelo e não são considerados veículos para uso profissional ou especial. Os valores são expressos em R\$ (reais) do mês/ano de referência. A Tabela Fipe disponibiliza oficialmente e exclusivamente consulta pública ao preço médio de veículos, sendo necessário consultar pelo modelo desejado. Além disso, é livre e gratuito o download do aplicativo oficial.

Tabela 1: Tabulação dos dados por meio de uma tabela com dados estatísticos.

Modelo do Carro	Valor em 2020 (R\$)	IPVA 2021 (alq.: 4%)	Valor em 2021 (R\$)	IPVA 2022 (aliqu.: 4%)
Fiat Argo Drive 1.3 flex - 2018	44.350,00	1.774,00	54913,00	2196,52

Fiat Mobi Easy 1.0 Fire Flex – 2017	24.726,00	989,04	33266,00	1330,64
Grand Siena Attractive 1.4 – 2017	37.107,00	1484,28	43807,00	1752,28
Hyundai Creta Prestige 2.0 AT - 2016	74.271,00	2970,84	90289,00	3611,56
Honda Fit DX 1.5 MT - 2017	47.124,00	1884,96	69396,00	2775,84
GM Onix Hatch 1.0 MT - 2020	46.594,00	1863,76	56290,00	2251,60
GM Onix Plus 1.0 AT - 2020	55.256,00	2210,24	84639,00	3385,56
Ford Ka 1.0 SE Flex - 2017	33.844,00	1353,76	40436,00	1617,44
Volks Voyage 1.0 - 2019	39.777,00	1591,08	50368,00	2014,72
Volks Virtus 1.6 MSI AT - 2019	59.008,00	2360,32	67711,00	2708,44
Renault Sandero 1.0 Flex - 2014	24.238,00	969,52	29347,00	1173,88
Renault Duster 1.6 MT – 2012	33.120,00	1324,80	41433,00	1654,32
Nissan Versa	34.472,00	1378,88	42224,00	1688,96

1.0 MT - 2016				
Nissan Kicks 1.6 Flex AT – 2018	63.026,00	2521,04	79282,00	3171,28
Toyota Etios 1.3 MT - 2017	34.372,00	1374,88	42306,00	1692,24
Hyundai HB20 1.6 MT - 2014	36.145,00	1445,80	45827,00	1833,08
GM Spin 1.8 MT - 2015	37.806,00	1512,24	44120,00	1764,80
Ford EcoSport 1.6 - 2015	44.033,00	1761,32	54372,00	2174,88
Nissan March 1.0 - 2016	29.335,00	1173,40	37698,00	1507,92
Citroen C3 1.5 - 2016	35.071,00	1142,84	40253,00	1610,12

Fonte: Tabela Fipe

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Devido a pandemia de Covid-19 o mundo enfrentou diversas dificuldades. Para a indústria automobilística, não foi diferente. Diversas fábricas foram fechadas e a escassez de insumos desabasteceu o mercado de veículos novos, isso ficou constatado, não somente durante o isolamento social, mas ainda hoje, neste período pós pandemia, em que o mundo ainda está se adequando.

Diante disso este trabalho procurou analisar o Impacto da pandemia (covid-19) na valorização de carros novos e seminovos no período compreendido entre 2020 a 2022, apresentando o comportamento do consumidor e do mercado neste período e as medidas tomadas para vencer as dificuldades impostas pela pandemia. Dificuldades impostas tanto pelo lockdown como também pelo medo do novo, do desconhecido, do amanhã e até mesmo a existência de um amanhã.

O mercado automobilístico em especial de carros seminovos, cresceu diante da necessidade causada pela insegurança no transporte público, junto a falta de carros novos, já

que as montadoras tinham dificuldade em relação a aquisição e recebimento dos insumos para atender às demandas.

Pode-se verificar que não só no Brasil, mas em todos os países atingidos pela COVID-19 os preços dos carros dispararam neste período, o mercado precisou se adequar aos novos modelos de venda como o digital e os colaboradores precisaram se adequar às necessidades impostas pelo novo cenário.

REFERÊNCIAS

Erica Franco J, Revista Consumidor Moderno, Portal <https://garagem360.com.br/entidadesfalam-sobre-valorizacao-dos-carros-seminovos-em-2021/> acesso em 14/05/2022

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6^a. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos**. 7. ed. 6.reimpr. São Paulo: Atlas, 2011.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**; tradução Magda Lopes. – 3^o ed. – Porto Alegre: ARTMED, 2010.