

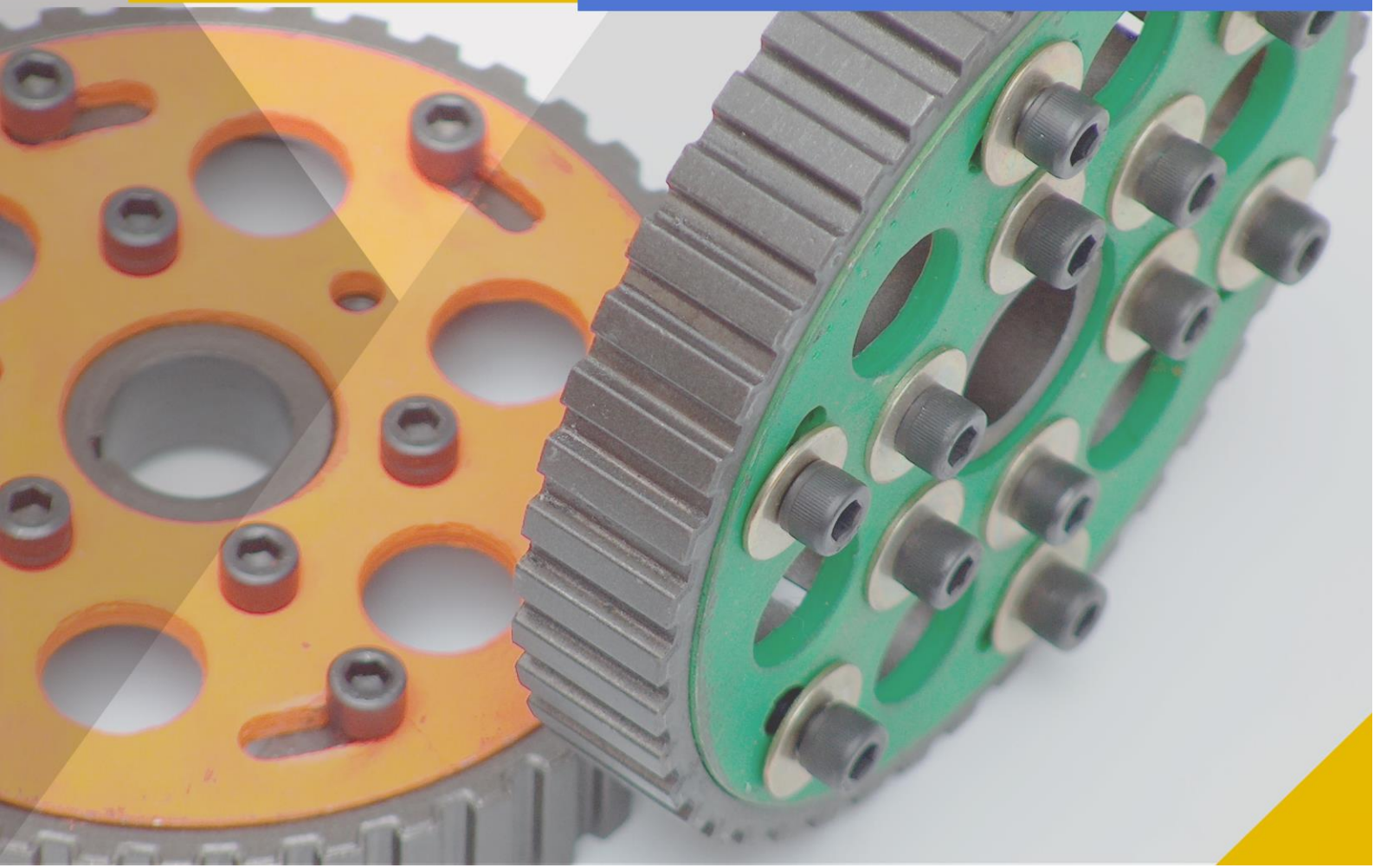
Março 2015



MERCADO DE REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA

COORDENAÇÃO

Dr. Gilberto Luiz do Amaral



MERCADO DE REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA MOVIMENTOU R\$ 106 BILHÕES EM 2014

A expansão das vendas de veículos para o patamar acima de 3 milhões de unidades licenciadas ao ano a partir de 2009 levou o Brasil a se posicionar entre os maiores mercados automobilísticos mundiais.

Desde então, uma nova estrutura de mercado começou a se formar, onde puxado pelo crédito, às vendas aos consumidores demandaram veículos com mais qualidade e conteúdo embarcado. Hoje, veículos de entrada são oferecidos com ar-condicionado e conteúdo eletrônico multimídia em série entre outros.

A robusta expansão automotiva trouxe um portfólio de oportunidades de negócios para os demais segmentos automotivos como o *aftermarket*, que se tornou o mais atrativo em termos de margem e rentabilidade.

O *aftermarket* ou reposição é composto por empresas que atuam nos canais de distribuição atacadista e varejista, incluindo as concessionárias e as oficinas mecânicas. O mercado brasileiro de reposição movimentou R\$ 106 bilhões em 2014, com crescimento nominal de 1,7% em relação ao ano anterior. Cerca de 64% do faturamento são originados das vendas de peças, partes e acessórios para veículos leves e 36% das vendas para veículos pesados.

FATURAMENTO DO MERCADO DE REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA – em R\$ bilhões	2012	2013	2014	%
MONTADORAS	7,57	8,52	8,70	8,22%
ATACADISTAS	29,72	32,76	33,30	31,46%
VAREJISTAS	57,42	62,75	63,84	60,32%
TOTAL	94,71	104,03	105,84	100,00%

São 314.900 empresas que atuam no mercado de reposição automotiva, sendo 59,98% de comércio atacadista e varejista de peças, partes e acessórios novos para veículos, 36,5% de oficinas mecânicas, 3,52% de atacadistas e varejistas de veículos novos (concessionárias).

As montadoras representam 8,22% do faturamento da reposição e vendem para as concessionárias de veículos. Os distribuidores atacadistas tem faturamento de 31,46% do mercado de reposição e vendem para as empresas varejistas, oficinas e frotistas (empresas que possuem frota própria ou terceirizada de veículos). Já as empresas varejistas representam 60,32% do faturamento do mercado da reposição e vendem diretamente para os proprietários de veículos, como também para as seguradoras.

Os principais produtos em termos de curva A, B e C (lubrificantes, freios, baterias, amortecedores, velas de ignição, pneus, filtros de ar e óleo, correias, lâmpadas de faróis, vidros automotivos, acessórios, etc.), são fabricados localmente pelas indústrias de autopeças, entretanto, cerca de US\$ 2 bilhões são importados pelas montadoras, distribuidores atacadistas e empresas varejistas de autopeças.

Em termos de *markup*, ou seja a diferença entre o preço de compra e de venda da mercadoria, as montadoras aplicam em média o índice de 1,29 (ou 29%), as distribuidoras atacadistas 1,31 (ou 31%) e os varejistas 1,53 (ou 53%).

A margem de rentabilidade do mercado de reposição foi de 14% em 2013 e de 9% em 2014, com o faturamento *performando* 6% em 2013 e 4% em 2014. Esses indicadores foram substancialmente melhores quando comparados com as vendas e exportação de veículos novos.

A estrutura fiscal do mercado de *aftermarket* envolve uma carga tributária média de 39%, mas que apresenta diferenças estaduais devido aos regimes fiscais de cada estado.

Uma forma de otimização tributária encontrada pelas empresas que atuam no segmento foi o aproveitamento dos incentivos fiscais patrocinados por alguns estados que conseguiram reduzir o peso dos tributos em suas vendas em torno de 4 pontos percentuais.

Metodologia e base de dados:

- Análise da arrecadação dos tributos federais (Receita Federal do Brasil) e do ICMS (Secretarias Estaduais da Fazenda) por CNAE
- Análise das compras públicas de peças de reposição automotiva por NCM (Lei de Acesso à Informação)
- Análise quantitativa das notas fiscais eletrônicas por CNAE (Portal da NFE)
- Análise das Margens Brutas e Líquidas (Estudo Setoriais Receita Federal do Brasil)
- Quantitativo de Empresas, Faturamento, Markup, Transações por CNAE e NCM, Demonstrações Financeiras (Banco de Dados IBPT)



Estudo e Pesquisa de responsabilidade:

IBPT – Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação:

- Entidade criada em 12/12/92, cujo objetivo é a realização de estudos e pesquisas em matéria tributária; desenvolvimento de ferramentas tecnológicas de transparência fiscal; estudo de informações técnicas para a apuração e comparação da carga tributária individual e dos diversos setores da economia; análise dos dados oficiais sobre os tributos cobrados no Brasil; e, estudos de mercado.

www.ibpt.org.br

Coordenação:

Dr. GILBERTO LUIZ DO AMARAL, advogado tributarista, auditor, consultor de empresas, professor de pós-graduação em direito, governança e planejamento tributário.

E-mail: gilbero.amaral@ibpt.org.br