

**CARRO POR ASSINATURA: VIABILIDADE DA MODALIDADE NO BRASIL SOB A ÓTICA DA TEORIA DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO.**

**ANDRÉ MASSAO NISHIMURA**

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE ADMINISTRAÇÃO - FIA

**ALCEDIR JOSE GOULART**

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE ADMINISTRAÇÃO - FIA

**RODOLFO LEANDRO DE FARIA OLIVO**

FACULDADE FIA DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS (FFIA)

**MARCO ANTONIO DA COSTA SABINO**

FIA-FUNDAÇÃO INSTITUTO DE ADMINISTRAÇÃO

# **CARRO POR ASSINATURA: VIABILIDADE DA MODALIDADE NO BRASIL SOB A ÓTICA DA TEORIA DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO.**

## **Resumo**

Este estudo analisa a viabilidade do carro por assinatura observado sob o ponto de vista da Teoria dos Custos de Transação. O carro por assinatura é uma modalidade de *car-sharing* que se iniciou no final de 2015 no Brasil e ganhou espaço comercial importante. Motoristas de serviço de mobilidade por aplicativos, assim como empresas e usuários finais estão trocando a propriedade do carro por essa modalidade de acesso ao carro.

A pesquisa utilizou dados secundários, como, relatórios técnicos, entrevistas e cotações comerciais, e apresentou como resultado final que a modalidade já é aceita pelos usuários que trocaram a propriedade por acesso e valorizam os serviços incorporados ao modelo, assim como os tipos e períodos de contratos são diferenciais na geração do custo de oportunidade para os usuários, além de oferecer segurança às empresas, possibilitando, uma melhor transação, ainda mais quando as empresas exploram as competências principais mostrando valor ao cliente final.

**Palavras-chave:** Carro por Assinatura (*car-sharing*) | Teoria dos Custos de Transação | Custos de Oportunidade

## **Abstract**

This study analyzes the viability of the subscription car observed from the Theory of Transaction Costs point of view. The subscription car is a type of car-sharing that began in late 2015 in Brazil and has gained an important commercial space. Mobility service drivers, as well as companies and end users are exchanging car ownership for this mode car access only.

The research used secondary data, such as technical reports, interviews and commercial quotes, and showed that modality is already accepted by users who have exchanged car property for access and value the services incorporated into the model, as well as the types and contract periods are differentials in generating opportunity cost for users, and offer companies security, enabling a better transaction, even more when companies explore the core competencies showing value to the final customer

**Keywords:** Subscription Car (*car-sharing*) | Transaction Cost Theory | Opportunity Cost

## 1. Introdução

O automóvel surgiu no início do século XIX e representou uma solução importante para a mobilidade da época. Além de facilitar o acesso aos bens de consumo e serviços, também, desempenhou um salto no desenvolvimento de muitas nações. Foi um objeto de desejo geral e marcou uma prova de *status* social entre as classes (MITCHELL; BORRONI-BIRD; BURNS, 2010).

Automóveis representam liberdade e crescimento econômico; permitem que as pessoas se locomovam para as mais diversas atividades há mais de um século; geram transações econômicas e outros benefícios para a qualidade de vida. Os veículos criam empregos: cerca de 9 milhões de pessoas atuam diretamente na fabricação dos veículos e peças, representando aproximadamente 5% do total de empregos industriais do mundo e mais de 50 milhões de empregos indiretos, segundo a OICA (2019).

Porém, estamos em uma nova era, e Rifkin (2001) chama de *Era do Acesso*, em que os mercados convencionais de compra e venda cedem lugar às redes, e a propriedade é substituída pelo acesso. Empresas e clientes começam a tratar a troca de bens materiais de forma diferente: ele defende que a propriedade ainda permanecerá, porém a chance de troca de propriedade nos mercados será exercida de maneira distinta, “Em vez disso, os fornecedores detêm a propriedade na nova economia e fazem *leasing*, alugam ou cobram uma taxa pela admissão, pela assinatura ou pela associação a curto prazo” (RIFKIN, 2001, p. 4).

A partir de 2015 várias locadoras de veículos, seguradoras e empresas do ramo de mobilidade, criaram a opção de carro por assinatura, uma espécie de aluguel de carro por período específico, normalmente de 1 a 2 anos de contrato. O grande atrativo dessa modalidade é que os custos regulares de aquisição, financiamento, manutenção, seguro, impostos e documentos do carro, estão consolidados em uma parcela mensal, sem a obrigação de posse, e sim, o acesso ao uso, conforme Carsughi (2020).

Essa modalidade de *car-sharing*, carro por assinatura, é uma real opção para usuários e empresas no Brasil ou apenas um negócio passageiro?

Esse trabalho apresenta no item 2 o objetivo central de pesquisa como contexto investigado, no item 3 a Teoria dos Custos de Transação como referencial teórico. No item 4 explicamos o diagnóstico da situação problema. No item 5, descrevemos os resultados obtidos e análise da pesquisa pelos autores, assim como a triangulação como a teoria revisada no item 3. No item 6 é apresentada a contribuição tecnológica-social e considerações finais aos usuários e empresas envolvidas no negócio de carro por assinatura, e no item 7 as referências bibliográficas.

## 2. Contexto Investigado

O objetivo central desse trabalho é responder se o carro por assinatura é uma opção real e vantajosa aos usuários e empresários no Brasil, mesmo considerando os diversos hábitos de uso, comportamentos de compra de carro, oportunidade e condições financeiras. E os objetivos específicos desse relato técnico são: 1) apresentar os tópicos a serem considerados pelos usuários para um comparativo entre as opções de assinatura ou compra do carro, sob a ótica da Teoria dos Custos de Transação; 2) identificar como as empresas fornecedoras podem tornar essa modalidade lucrativa e viável, e; 3) identificar se essa opção é generalista ou se aplica somente em nichos específicos.

### 3. Referencial Teórico

Os primeiros trabalhos sobre os custos de transação originam-se com Coase (1937), no seu artigo seminal “*The Nature of the Firm*” buscou entender por que as firmas existem e fazem os produtos em vez de comprá-los de outras firmas (CORRÊA, 2010). De acordo com Langlois e Foss (1997), custos de transação são os custos associados ao funcionamento do mercado, com isso a firma deve observar não apenas os custos de produção para as estratégias empresariais. Corrêa (2010) acrescenta ainda que, são os custos totais associados a uma transação, retirando o preço mínimo possível do produto.

Em suma, a teoria de custos de transação visa um ambiente com custos de transação para proteger e observar os direitos de propriedade, e podem ser através de contratos formais ou informais, gerados pela relação entre as firmas ou pares (AUGUSTO *et al*, 2013).

Conforme Williamson (1985), uma transação caracteriza-se em atributos, e divide-se em três grupos: frequência, incerteza e especificidade. Em que o autor destaca a frequência como a quantidade de vezes de transações entre as firmas, e quanto maior a frequência, maior será a relação e a possibilidade de melhoria nessas transações. A incerteza vem das mudanças que o próprio mercado pode oferecer, causando análises imprecisas. E os ativos específicos são resultado dos ativos tangíveis e intangíveis que podem ser perdidos, caso a relação do negócio objeto seja desfeita e não podem ser aplicadas em outra transação.

Os ativos podem aparecer em quatro tipos de características distintas: a) Especificidade locacional – dependente do local próximo a produção ou consumo, existe economia de transporte e estoque; b) Especificidade física do ativo – quando o ativo é móvel, porém o mercado permite através de ofertas manter a transação e manutenção de contrato; c) Especificidade do ativo humano – focado em um grupo de pessoas de alta qualificação, em que o conjunto é mais importante, trabalho em equipe, e impossível a contratação isolada; e d) Ativo dedicado – situação em que exigem investimentos de expansão de planta ou produção, e o real interesse é de apenas uma das partes (FILHO, 1995).

Ainda Williamson (1985) afirma na Economia do Custos de Transação tem dois elementos comportamentais que impactam a geração dos contratos: o oportunismo e a racionalidade limitada. O oportunismo é uma reação forjada no auto interesse, e pode custar muito à relação, até porque demonstra uma certa incerteza à transação. Já a racionalidade limitada, é apresentada pela limitação em processar todas as informações e os problemas complexos nas transações. Para Zylbersztajn (1995), a racionalidade limitada pode gerar contratos incompletos, causando impactos futuros na transação.

Conforme Mcivor (2009), somente os custos de transação não são suficientes para uma análise adequada, o conceito de competências centrais deve ser considerado para que esteja completo o estudo. De acordo com Prahalad e Hamel (1990), as competências são um conjunto de aprendizados, focados nas habilidades produção e tecnologias integradas, a empresa que detêm competência, apresenta uma série de aprendizados entre as equipes e as diversas unidades operacionais, não sendo restrita em uma única equipe ou unidade.

Ainda Hamel e Prahalad (1994), para que a empresa apresente vantagem competitiva sustentável, deve possuir três características essenciais para ser considerada como competência central: a) valor para o cliente; b) diferenciação sobre concorrência e, c) extendibilidade. Afirma Corrêa (2010), o valor para o cliente é algo que o cliente percebe de forma extraordinária, porém, o cliente percebe o benefício que a competência central gera e não a competência. A diferenciação sobre a concorrência é a capacidade da empresa em destacar-se com a competência central como exclusiva em um dado setor, não significa que seja a única, mas que faz exemplarmente e de forma diferenciada. E, a extendibilidade é a capacidade de entender o futuro e como as competências centrais atuais podem pavimentar as novas oportunidades de negócios no futuro para a empresa.

Ainda Mcivor (2009) afirma que, as empresas que buscam melhores eficiências nos processos e redução de custos, focam em algumas áreas de especialização como competências centrais e terceirizam outras. A performance é a questão central em uma decisão em manter uma operação interna ou terceirizar, e cada empresa explora a melhoria em performance, redução de custos e desenvolvimento de habilidades, alinhadas com as prioridades da estratégia operacional de cada unidade.

#### **4. Diagnóstico da Situação Problema**

O estudo proposto segue o protocolo de criação de relatos técnicos com o cunho acadêmico-profissional, utilizando o rigor de pesquisa científica, porém para fins profissionais, em que os autores usam da experiência profissional adquirida para contribuir durante a pesquisa, conforme Biancolino *et al* (2011).

O trabalho visa a utilizar conhecimentos adquiridos na pesquisa e entender, de forma prática, os problemas e soluções. A pesquisa classifica-se como aplicada quanto à sua natureza. Quanto à forma de abordagem, foi utilizada a pesquisa qualitativa, pois visa a entender um fenômeno de maneira mais profunda, permitindo um entendimento melhor de um fenômeno, sempre buscando o significado da ocorrência em questão (NIELSEN; DE FARIA OLIVO; MORILHAS, 2018).

Segundo o propósito ou objetivo, a pesquisa é do tipo exploratória, pois o fenômeno ainda é pouco conhecido pelo usuário, conforme relatam os autores, Nielsen, De Faria Olivo e Morilhas (2018). Gil (2017) acrescenta que podem trazer as associações entre as variáveis apresentadas no estudo, no que também concordam Marconi e Lakatos (2019).

Quanto ao procedimento técnico, foi utilizado o estudo de casos múltiplos para obtenção dos resultados, e utilizado entrevistas semiestruturadas com usuários e executivos do setor como instrumentos de coleta de dados, pois é possível observar o fenômeno com mais detalhes e possibilita a triangulação das diversas fontes sobre o tema em estudo (NIELSEN; DE FARIA OLIVO; MORILHAS, 2018; LAKATOS; MARCONI, 2019; GIL, 2017). O estudo de caso foi por muito tempo visto como um procedimento pouco rigoroso, porém atualmente é reconhecido como mais adequado para uma apresentação de um fenômeno atual em situação real de forma empírica (YIN, 2001). Gil (2017) afirma que o propósito do estudo de caso é trazer uma visão ampla da questão ou até, identificar os fatores que afetam ou, por ele são afetados. Conforme Yin (2001), a utilização dos dados em um estudo de caso é fundamental para colaborar com exposição das evidências de diversas fontes, porém, apesar de fácil acesso aos registros públicos, é importante salientar a dificuldade de se obter as informações internas das empresas.

Observando esse novo modelo de negócios desde 2015 no Brasil, através de pesquisa documental em reportagens, anúncios profissionais das empresas, entrevistas semiestruturada com três usuários da modalidade e três executivos das empresas envolvidas, podemos relacionar com a Teoria de Custos de Transação.

## 5. Resultados Obtidos

Ter um carro novo na garagem todos os anos é um sonho para poucos, mas uma modalidade de aluguel por período prolongado está chamando a atenção desde final de 2015, batizada de carro por assinatura, os usuários despertam o interesse pela opção de trocar a propriedade do carro com as suas responsabilidades, para ter acesso a mobilidade, maximizando o tempo e custos envolvidos com a propriedade versus o uso (PAIXÃO; FONTANA, 2020). Conforme Carsughi (2020), há anos o desejo pela posse do veículo foi diminuindo e hoje a prioridade é apenas o uso. Esse movimento surgiu com a oferta dos motoristas por aplicativos, Uber, 99, Cabify, e a partir de 2015 começaram os primeiros movimentos dos carros por assinatura inspirados nos diversos serviços que utilizam esse tipo de modalidade. A grande questão a ser respondida nesse tema é a conta final para o usuário, porém existem muitas variáveis para fechar a comparação e não são apenas números. Ainda conforme os autores Paixão e Fontana (2020), descrevem a afirmação de Ricardo Bacellar, líder do setor automotivo da consultoria KPMG, “Isso é um fenômeno mundial. Vem ao encontro com o perfil do consumidor atual, que quer mais do que a propriedade. Ele quer escolhas”.

A autora Vilela (2019), descreve que os jovens atualmente estão mais preocupados com o acesso a produtos e serviços do que possui-los, reconhece a era do acesso e exemplifica com a tradicional utilização de casas de praia para temporadas de forma simples e com custos baixos, e anuncia o modelo carro por assinatura como uma boa notícia aos usuários. Esse relato está alinhado com Rifkin (2001), que desde os anos 2000 já afirmava que estávamos na *Era do Acesso*, essa nova era trocaria os mercados convencionais de compra e venda por acesso aos produtos e serviços. Explica ainda que, a propriedade ainda existirá, mas será exercida de maneira distinta da atual. De acordo com o relatório da Deloitte (2019) sobre as Américas, o Brasil segue com a melhor aceitação em trocar a propriedade do veículo pelo uso de *car-sharing*, dentre os jovens da geração Y e Z (nascidos após 1976) o resultado foi de 56%, na geração X (nascidos entre 1965-1976) 46% e entre os *Baby boomers* (antes de 1965) ficou em 45%, em todas as gerações os resultados são melhores que EUA, Canadá e México.

Sobre as vantagens da modalidade de carro por assinatura, Carsughi (2020), destaca que uma das grandes vantagens observadas pelos usuários é a praticidade em pagar um valor mensal para ter acesso a um veículo 0 km e os serviços de documentação, seguro, impostos, manutenção, e até outros serviços para a conveniência do cliente estão embutidos nesse pagamento, permitindo a facilidade de programação do fluxo de caixa familiar e no final contrato poder trocar por outro carro 0 km iniciando outro ciclo de relação. Conforme afirmam os autores Augusto *et al* (2013), os custos de transação visam uma relação de proteção e observam os direitos de propriedade, através de contratos formais ou informais, gerados por essa relação. Existe aqui a primeira constatação da aplicação da teoria dos custos de transação na modalidade carro por assinatura. Conforme Vilela (2019), as vantagens do carro por assinatura são separadas em 4 grupos: 1) burocracia, 2) revenda, 3) 0 km, e 4) economia. A parte burocrática relacionada a documentação do carro, IPVA, socorro 24h, manutenção, inclusive responsabilidade de transportar o carro na hora dos serviços está disponível em alguns planos. A questão da revenda inexistente, pois com o término do contrato pode-se trocar por outro veículo 0 km e seguir o acesso ao serviço de forma rápida e prática. A autora destaca uma opção real pelo plano comercial atualmente vigente que é chamado de financiamento balão, em que o cliente deixa uma parte do montante do financiamento para o final e troca por outro veículo 0 km, mas é um financiamento, e, portanto, existe a posse e as responsabilidades. A terceira vantagem é o carro 0 km todos os anos, ou ao término do contrato, tornando o acesso ao carro zero quilometro em períodos curtos uma realidade e de maneira prática. E por último a possibilidade de economia dependendo do tempo de contrato, utilização e modelo do carro.

De acordo com a Edmunds (2019), as pessoas que estão interessadas em um carro por assinatura buscam: a) Conveniência - toda a burocracia de documentação, impostos, seguro, manutenção incluída em uma fatura mensal e igual ao longo do período do contrato; b) Flexibilidade - trocar de carro a cada ano ou final de período de contrato sem a necessidade do esforço para vender e comprar outro, ou maiores opções por marcas e modelos em curto prazo; c) Potencial economia de custos - mesmo que os custos fiquem maiores quando comparados a propriedade de um carro, não existe juros de financiamento, não há necessidade de investir o tempo na burocracia de documentos, pagamento de impostos, seguro e manutenção. Não há imobilização do capital total do veículo com a compra; d) Menos comprometimento - O acesso ao bem é mais importante do que a posse e alguns serviços de assinatura podem durar apenas um mês; ou e) Falta de crédito – para alguns usuários que não possuem crédito para um financiamento de veículo, podem usar dessa modalidade.

Na busca por entender a visão do usuário, os autores do estudo entrevistaram três usuários: Usuário A, engenheiro aposentado e esposa professora, possuíam um veículo muito usado, e, que além de demandar muita manutenção, obrigava muitas experiências com utilização de guincho, por isso assinou um veículo básico manual. Usuário B, engenheiro e esposa que usam dois veículos, optou por se desfazer do segundo veículo para assinar um carro básico automático, a aquisição de um carro novo iria exigir um endividamento não planejado na ocasião. Usuário C, profissional da área tributária e finanças, utiliza o veículo em trajetos curtos, desfez-se do segundo carro, e, optou pela assinatura para desmobilizar o capital e pela praticidade.

Usuário A assinou com a Porto Seguro Carro Fácil, e já estava no segundo contrato, primeiro carro foi um HB 20 1.0 manual, mencionou que o único ponto que chamou a atenção negativamente foi a não realização de manutenção no tempo correto, mesmo alertado pelo usuário junto a empresa, mas no demais, o serviço foi prestado de forma impecável. No segundo contrato, escolheu outro veículo, um Ford KA 1.0 manual, e diz estar muito contente com o veículo e a prestadora de serviços. O Usuário B, iniciou a trajetória com a Unidas e o primeiro contrato foi do tipo mensal, em que podia trocar de carro todos os meses, mas eram os veículos que estivessem disponíveis na loja, e os valores mensais oscilavam muito. Trocou por um contrato anual com a Porto Seguro Carro Fácil depois de consultar todas as opções e valores disponíveis na época da contratação e o contrato já absorvia o segundo motorista. De acordo com Williamson (1985), dentre os atributos que caracterizam a transação, o primeiro é a frequência com que a transação ocorre e o segundo atributo é a incerteza da continuidade da transação. As empresas podem explorar essa transação de maneira a aumentar a frequência e diminuir a incerteza, buscando as melhores relações de custo-benefício entre o usuário e empresa. Note que é exatamente o caso do plano mensal da Unidas, que não conseguia praticar valores similares pela incerteza da utilização do bem no próximo período, ao mudar o contrato para um período maior é possível compartilhar o benefício de uma maneira mais apropriada entre os que participam da transação. Ainda destaca o Usuário B que, em função da pandemia Covid-19, a empresa fez uma promoção de desconto nas três primeiras mensalidades com até 75% de desconto, o que foi fundamental para a assinatura do contrato.

O Usuário C assinou com a Porto Seguro Carro Fácil e optou por um Nissan Kicks 1.6 automático, assinou por 1 ano pela vantagem de poder aplicar o montante da venda do veículo que possuía no mercado de ações. Destacou a facilidade e praticidade desde a contratação, tudo por e-mail, só precisou levar uma cópia assinada na hora de buscar o veículo, e que, segundo a descrição do usuário, foi uma experiência inesquecível, pois o veículo estava em destaque esperando pela entrega. Nas entrevistas semiestruturada com os usuários, os pontos concordantes entre eles sob a decisão e o que se levou em consideração foi: alto custo da posse, praticidade em não se preocupar com a manutenção, taxas e documentos, o fluxo de caixa regular para os contratos anuais também foi citado, além da não imobilização do valor total do

veículo no ato da compra e, ainda, de sempre ter um veículo 0 km. O usuário B, descreveu que houve uma situação de guinchamento do veículo e toda a burocracia e tempo para recuperar o veículo foi por parte da empresa locadora. O Usuário C afirma que precisou de um serviço por causa de um sinistro e o resultado foi muito positivo. Nos três casos as contas foram feitas antes de escolher a empresa para assinar, buscando uma análise financeira positiva.

Conforme Mcivor (2009) somente os custos de transação não são suficientes para um entendimento completo, e, portanto, o conceito de competências centrais deve ser considerado. Adicionam Prahalad e Hamel (1990), que as competências centrais são os diferenciais dessas empresas, ainda Hamel e Prahalad (1994), afirmam que para se ter vantagem competitiva sustentável, uma empresa deve apresentar três características essenciais: a) valor para o cliente; b) diferenciação sobre concorrência e, c) extensibilidade, fatos que observamos nos relatos das entrevistas dos usuários citados anteriormente, a Porto Seguro apresenta uma competência central nesse modelo de negócio, é o Seguro Auto Porto, que conta com a Assistência 24h, Guincho e Carro Reserva, além de serviços residenciais, nesse caso a empresa já possui um serviço de qualidade conhecida no mercado e aproveita dessa competência para alavancar o modelo de carro por assinatura.

No grupo de entrevistas com profissionais do setor, entrevistamos três profissionais, dois de locadoras de forte presença nacional, e um de locadora de médio porte, obtivemos informações superficiais em função de confidencialidade nos negócios, porém, relataram os desafios de manter o negócio de carro por assinatura em função dos custos operacionais, instabilidade econômica para o crédito aos investidores e inadimplência por parte dos usuários, além do manuseio operacional complexo. O executivo da empresa de médio porte, menciona que o momento em que os juros estão baixos, muitas empresas que alugam o veículo por período trocam o modelo por investir em uma frota e apostar na venda futura, por outro lado os executivos das empresas de grande porte, destacam que o momento trouxe um excedente de veículos em função da devolução de importante volume de veículos por parte dos motoristas de aplicativos e isso causou enormes perdas para a categoria, embora seja um evento pontual. Conforme Silva (2020), aproximadamente 160 mil motoristas devolveram os veículos alugados das locadoras em função da pandemia Covid-19, gerando um enorme problema operacional e financeiro às empresas de locação e de carros por assinatura. De acordo com Rochabrun (2019), aproximadamente 400 mil motoristas da Uber no Brasil não tinham a posse do veículo usado para o serviço, em 2019 esse acesso fácil e barato a carros 0 km impulsionaram o crescimento em 7% dessa modalidade, em que o motorista por aplicativo paga por semana o valor do carro através da plataforma da Uber, facilitando para o motorista e para a empresa proprietária. Ainda os executivos entrevistados, afirmam que essa situação pressiona o modelo e pode deixar de ser utilizado momentaneamente, mas também acreditam que após essa pandemia Covid-19, haverá mais procura por uso de veículos em detrimento ao transporte público, o que elevará o consumo do modelo novamente, seja por motoristas de aplicativo, empresas ou particulares.

Conforme a tabela 1, podemos observar um comparativo preparado pelos autores com o propósito de entender os tópicos relevantes para os usuários na escolha do melhor fornecedor do produto escolhido. Nessa comparação usamos um modelo básico de entrada, um Ford Ka 1.0 manual, com contrato de 12 meses e média de 1.000km mês de uso.

Tabela 1 – Comparativo Ford KA 1.0 MT – 12 meses – 12.000km

ITENS (R\$)	SEU CARRO	PORTO SEGURO	LOCALIZA	USECAR	UNIDAS
Aquisição	45.990,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Assinatura 12 meses	0,00	15.828,00	14.448,00	14.580,00	16.548,00
Seguro	2.400,00	0,00	0,00		0,00
Manutenção	500,00	0,00	0,00		0,00
Emplacamento	450,00	0,00	0,00		0,00
IPVA	1.840,00				
Licenciamento	103,00				
DPVAT	35,00	0,00	0,00		0,00
<b>Custo de uso 1 ano</b>	<b>5.328,00</b>	<b>15.828,00</b>	<b>14.448,00</b>	<b>14.580,00</b>	<b>16.548,00</b>
Depreciação	5.518,80	0,00	0,00	0,00	0,00
Custo de Propriedade Total	10.846,80	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Total do investimento anual</b>	<b>51.318,00</b>	<b>15.828,00</b>	<b>14.448,00</b>	<b>14.580,00</b>	<b>16.548,00</b>
<b>Total do investimento mensualizado</b>	<b>4.276,50</b>	<b>1.319,00</b>	<b>1.204,00</b>	<b>1.215,00</b>	<b>1.379,00</b>
Valor residual do bem	40.471,20	0,00	0,00	0,00	0,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Mesmo com a pesquisa documental nos portais das empresas, matérias de jornalistas já lançadas e análise das entrevistas, as dificuldades de realizar uma comparação adequada já começa com a disponibilidade de modelos de veículos iguais, muito raro conseguir esse tipo de disponibilidade. O segundo ponto são as divergências em como cobram cada uma das empresas os serviços adicionais, como por exemplo, serviço de leva e traz, pode estar incluído ou não, taxas de comodidade para uma eventual retirada de um veículo que foi guinchado, é outro exemplo. Valores de coparticipação na franquia do seguro, estão na proposta, mas não são claras, tem que perguntar exatamente o que está coberto e que deve ser pago a parte caso haja um sinistro, conforme quadro 1.

#### Quadro 1 - Observações sobre o serviço de carro por assinatura

<b>PORTO SEGURO</b>
Seguro (Franquia R\$ 2.500,00), Documentação (Licenciamento, IPVA, DPVAT, Emplacamento), Assistência 24h e serviços residenciais, Manutenção preventiva com serviço leva e traz. Em caso de devolução antecipada ao período contratado, será cobrado o valor equivalente a 3 parcelas independente do número de parcelas vincendas.
<b>LOCALIZA</b>
Seguro (Franquia máxima de R\$ 2.620,00), Licenciamento, Gestão de multas, Soluções digitais (APP), Veículos novos (0 km), Manutenção preventiva e corretiva, Assistência 24h, cobertura de no valor de R\$ 100.000,00 para Danos Físicos a terceiros e R\$ 100.000,00 para Danos Materiais a bens de terceiros. Em caso de devolução antecipada ao período contratado, será cobrado uma taxa de 50% sobre as parcelas vincendas.
<b>USECAR</b>
Seguro (Coparticipação de 7% da tabela Fipe em caso de sinistro e 15% em caso de perda total), Documentação (Licenciamento, IPVA, DPVAT, Emplacamento), Manutenção preventiva e por desgaste natural, Carro reserva sem limites de diárias. Em caso de devolução antecipada ao período contratado, será cobrado uma taxa de 30% sobre as parcelas vincendas. Danos materiais a terceiros: R\$ 50.000,00, Danos corporais a terceiros: R\$ 50.000,00 e Danos Morais: R\$ 5.000,00
<b>UNIDAS</b>
Seguro (Coparticipação 5% tabela Fipe), Documentação (Licenciamento, IPVA, DPVAT, Emplacamento), manutenções preventivas e seguro do veículo (cobertura de 400.000,00 Danos pessoais ou corporais e 100.000,00 Danos materiais) com assistência e reboque 24h. Em caso de devolução antecipada ao período contratado, será cobrado uma taxa de 40% sobre as parcelas vincendas.

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

O serviço não está disponível em todas as cidades do Brasil, depende de cada empresa e suas redes. E existe um fator importantíssimo para o usuário que é custo de oportunidade, pois para calcular esse número é necessário considerar o quanto custa a hora do usuário para levar um veículo para manutenção, ou buscar um veículo que possa ter sido guinchado, o tempo e risco na hora de uma revenda do bem quando o possui, para uma troca sem inclui-lo na próxima aquisição, ou até uma oportunidade de investimento do capital do veículo. Essas respostas são pessoais e temporais, pois dependerão de uma série de variáveis, e no caso de pessoa que preza o status, ou até adora personalizar o veículo, a modalidade carro por assinatura não é um bom negócio.

Sobre as desvantagens, Vilela (2019) observa que para algumas pessoas, o sentimento de não possuir o bem pode incomodar, e, portanto, o carro por assinatura pode não ser uma boa saída. O segundo ponto de atenção é sobre a quilometragem utilizada no período contratado, os planos estabelecem limites e se ultrapassado cobram por km excedentes que devem entrar na conta da avaliação financeira. Na Economia de Custos de Transação existem dois elementos comportamentais que impactam a geração dos contratos: o oportunismo e a racionalidade limitada, conforme Williamson (1985). Sobre a primeira desvantagem mencionada por Vilela (2019), o sentimento do ser humano nem sempre pode ser equacionado por explicações lógicas, mesmo que financeiramente viáveis, porém a segunda desvantagem pode ser enquadrada no oportunismo e racionalidade limitada, pois o oportunismo exacerbado por parte da empresa pode pôr fim ou nem sequer iniciar um contrato, assim como geração de contrato incompleto por conhecimento limitado, causando danos futuros na transação (ZYLBERSZTAJN, 1995). De acordo com a Edmunds (2019), as pessoas que estariam menos propensas ao modelo seriam: a) A posse - A propriedade é importante, pessoas que compram um carro para ficar sem um pagamento mensal por alguns anos, e ou encaram como um investimento financeiro, ou gostam de personalizar os carros; b) Aversão a restrições – alguns programas impõem regras aos motoristas e vários usam o rastreamento de veículos; c) 0 km - Trocar de carro todo ano não tem apelo; e d) Negociação – se a pessoa gosta de negociar a venda do bem e a compra do novo, com a modalidade de carro por assinatura essa emoção não existe.

Conforme a autora Almeida (2017), a análise do consultor financeiro Jurandir Macedo, alerta que o serviço somente faz sentido para quem troca de carro a cada dois anos, pois a desvalorização do carro é menor. Alerta também que ao contratar esse tipo de serviço não terá a possibilidade de buscar os valores de serviço e manutenção em locais mais baratos, já que estão inclusos na mensalidade, porém uma das vantagens é que o tempo dispendido em uma manutenção e revisão não terá já que a Porto Seguro se encarrega de todo o serviço, desde buscar no local até devolve-lo revisado.

## 6. Contribuição Tecnológica-Social

Embora a questão financeira seja a mais intuitiva e a mais atraente em uma primeira análise, não encontrou-se um modelo de cálculo que possa comparar as diversas ofertas no mercado atual, portanto iremos demonstrar os tópicos que os usuários devem considerar, sob o olhar da Teoria dos Custos de Transação e a prática encontrada no estudo, para uma análise mais completa por um carro por assinatura.

Primeiramente, o usuário deve enxergar o carro por assinatura apenas como um meio de transporte, o modelo funciona para o cliente que vê o acesso ao serviço como mais importante que a posse, que a aquisição do bem como propriedade, caso contrário, a análise dos custos de transação podem ser influenciadas por sentimentos não racionais.

Enquanto no processo de busca pelas opções oferecidas, nota-se a recomendação de uma comparação entre modelos e serviços semelhantes, pois existem diferenças importantes apontadas pelos usuários que podem ser diferenciais na escolha pelo melhor contrato, destacam-se: a cobertura do seguro, serviço de leva e traz e segundo motorista.

O terceiro tópico é em relação a multa por quebra de contrato antes do fim do período escolhido, as empresas oferecem modelos e valores diferentes de multas e isso deve ser considerado na análise, pois, se o usuário desejar apenas experimentar o serviço, uma quebra de contrato pode inviabilizar o custo de oportunidade. Por outro, é uma forma de preservar a utilização do recurso carro pelo período contratado por parte das empresas.

A outra variação entre os serviços disponíveis é a quilometragem excedente, o que é uma trava e certa vantagem por parte das empresas nessa cláusula, pode ser um dos fatores que, se não bem planejado pode inviabilizar o estudo inicial do usuário. As empresas oferecem contratos com acertos mensais, trimestrais e ao final do contrato.

Como último fator importante aos usuários na análise dos custos de transação, é de extrema importância a consulta com as instituições financeiras disponíveis, buscando quais opções o usuário teria acesso para a observação adequada do custo de oportunidade em outros investimentos em detrimento a imobilização total do valor de um carro.

Para as empresas atuantes nesse mercado, a busca por contratos simples ao cliente e robustos suficientemente para garantir uma ótima transação, além de, períodos que sejam de melhor custo-benefício aos usuários e para a empresa, são fundamentais ao negócio. Explorar as competências principais da empresa para mostrar o valor ao cliente final, assim como otimizar os recursos dispendidos é de extrema importância ao negócio.

O modelo ainda é novo no Brasil, porém mostra que existe um espaço interessante para os usuários e empresas, embora ainda restrito aos grandes centros por questões logísticas e operacionais, apresenta crescimento nas organizações que foram consultadas e notou-se que ainda existe muito espaço para uma comunicação mais direcionada no mercado, explorando o melhor as vantagens para o usuário. Outras opções que já são usadas nos EUA podem ser exploradas aqui no Brasil, como por exemplo, assinar carros usados, isso poderia levar a uma melhor utilização de estoques de locadoras, concessionárias de veículos e lojas do ramo, o *test drive* de um veículo pode ser trocado por um contrato de assinatura por um período e posterior efetivação de venda.

Embora a pandemia Covid-19 tenha causado enormes abalos na modalidade, deverá retomar após o período de distanciamento social como opção real de negócio, conforme os executivos entrevistados. Sobre as limitações, este estudo entrevistou apenas três usuários e três executivos do setor, o que não garante a aplicação generalista tratando-se de estudo de casos múltiplos (YIN, 2001). E como sugestão para estudos futuros, há possibilidades para aplicação de pesquisa quantitativa explorando uma amplitude maior de usuários e suas necessidades, assim como as empresas do setor.

## 7. Referências

- ALMEIDA, M. **Já pensou em ter um carro por assinatura? Veja se vale a pena.** Exame Seu Dinheiro. São Paulo, 10 jan. 2017. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/seu-dinheiro/porto-seguro-lanca-servico-de-assinatura-de-carros/>>. Acesso em: 18 nov. 2019.
- AUGUSTO, C. A. *et al.* **Pesquisa Qualitativa: rigor metodológico no tratamento da teoria dos custos de transação em artigos apresentados nos congressos da Sober (2007-2011).** Revista de Economia e Sociologia Rural, v. 51, n. 4, p. 745-764, 2013.
- BIANCOLINO, C. A. *et al.* **Protocolo para elaboração de relatos de produção técnica.** 2011.
- CARSUGHI, C. **Carro por assinatura: vale a pena?** Carsughi/Uol. 2 abr. 2020. Disponível em: <<https://carsughi.uol.com.br/2020/04/carro-por-assinatura-vale-a-pena/>>. Acesso em: 2 jun. 2020.
- COASE, R. *The nature of the firm.* N. S., (4), p. 386-405, 1937.
- CORRÊA, H L. **Gestão de redes de suprimento: integrando cadeias de suprimento no mundo globalizado.** Editora Atlas SA, 2010.
- DELOITTE. **2019 Deloitte Global Automotive Consumer Study: Americas.** Advanced vehicle technologies and multimodal transportation. Disponível em: <<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/manufacturing/2019-global-automotive-consumer-study-americas-report.pdf>>. Acesso em: 5 jul. 2020.
- EDMUNDS. **What Are Car Subscription Services?** What You Need to Know About This Pay-As-You-Go Trend. 8 jan. 2019. Disponível em: <<https://www.edmunds.com/car-leasing/what-are-car-subscription-services.html>>. Acesso em: 5 jul. 2020.
- GEYSKENS, I., STEENKAMP, J. B. E. M., & KUMAR, N. **Make, buy, or ally: A transaction cost theory meta-analysis.** Academy of Management Journal, 49(3), 519–543, 2006.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 6ª edição. São Paulo: Editora Atlas, 2017.
- HAMEL, G; PRAHALAD, C. K. **Competing for the future.** Harvard business review, v. 72, n. 4, p. 122-128, 1994.
- FILHO, N. F. S. **A Economia dos Custos de Transação.** Revista Do BNDES, 2, p. 103–127, 1995.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica.** 8 ed. 3. reimp. São Paulo: Atlas, 2019.
- LANGLOIS, R. N.; FOSS, N. J. **Capabilities and governance: the rebirth of production in the theory of economic organization.** 1997.
- MCIVOR, R. **How the transaction cost and resource-based theories of the firm inform outsourcing evaluation.** Journal of Operations management, v. 27, n. 1, p. 45-63, 2009.

NIELSEN, F. A.G; DE FARIA OLIVO, R. L; MORILHAS, L. J. **Guia prático para elaboração de monografias, dissertações e teses em administração**. Saraiva Educação SA, 2017.

PAIXÃO, A; FONTANA, G. **Locadoras 'turbinam' vendas de veículos, viram rivais de concessionárias e mudam jeito de ter carro**. AutoEsporte. G1. Disponível em: <<https://g1.globo.com/carros/noticia/2020/02/12/locadoras-turbinam-vendas-de-veiculos-viram-rivais-de-concessionarias-e-mudam-jeito-de-se-ter-carro.ghtml>> 12 fev. 2020. Acesso em: 28 jun. 2020.

PRAHALAD, C. K., & HAMEL, G. (1990). **The core competence of the corporation**. Harvard Business Review, 68(3), 79–91.

RIFKIN, J. **A Era do Acesso**, trad. Maria Lucia GL Rosa. São Paulo: Makron Books, 2001.

ROCHABRUN, M. **How Uber drains carmaker profits in Latin America's biggest market**. Reuters Business News. 11 dec. 2019. Disponível em: < <https://www.reuters.com/article/us-uber-autos-insight/how-uber-drains-carmaker-profits-in-latin-americas-biggest-market-idUSKBN1YF12I> >. Acesso em: 5 jul. 2020.

SILVA, C. **Motoristas de aplicativos devolvem 160 mil carros e locadoras buscam áreas para frota enalhada**. O Estado de São Paulo, São Paulo, 17 mai. 2020. Disponível em: < <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,locadora-busca-areas-para-frota-enalhada,70003305334> >. Acesso em: 5 jul. 2020.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ZYLBERSZTAJN, D. **Estruturas de governança e coordenação do agribusiness: uma aplicação da nova economia das instituições**. 1995. Doutorado (Tese de Livre Docência) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995.