

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ECONOMIA
PROGRAMA DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

EDUARDO BARBOSA MARTINS

**INFLUÊNCIA DA INFORMAÇÃO DO CUSTO TOTAL NA AQUISIÇÃO DE
MOTOCICLETAS**

GOIÂNIA

2018

**TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR
VERSÕES ELETRÔNICAS DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DE
GRADUAÇÃO NO REPOSITÓRIO INSTITUCIONAL DA UFG**

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio do Repositório Institucional (RI/UFG), regulamentado pela Resolução CEPEC nº 1.204/2014, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a Lei nº 9.610/98, o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou *download*, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

1. Identificação do Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação (TCCG):

Nome completo do autor: Eduardo Barbosa Martins

Título do trabalho: Influência da informação do custo total na aquisição de motocicletas

2. Informações de acesso ao documento:

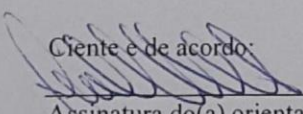
Concorda com a liberação total do documento SIM NÃO¹

Havendo concordância com a disponibilização eletrônica, torna-se imprescindível o envio do(s) arquivo(s) em formato digital PDF do TCCG.

Eduardo Barbosa Martins

Assinatura do(a) autor(a)²

Ciente e de acordo:


Assinatura do(a) orientador(a)²

Data: 12 / 12 / 2018

¹ Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. A extensão deste prazo suscita justificativa junto à coordenação do curso. Os dados do documento não serão disponibilizados durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro;
- Publicação da dissertação/tese em livro.

Versão abril de 2018

² A assinatura deve ser escaneada.

EDUARDO BARBOSA MARTINS

**INFLUÊNCIA DA INFORMAÇÃO DO CUSTO TOTAL NA AQUISIÇÃO DE
MOTOCICLETAS**

Artigo apresentado à Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia da Universidade Federal de Goiás para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Dr. Júlio Orestes da Silva

GOIÂNIA

2018

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Barbosa Martins, Eduardo
Influência da informação do custo total na aquisição de motocicletas
[manuscrito] / Eduardo Barbosa Martins. - 2018.
xxx, 30 f.: il.

Orientador: Prof. Júlio Orestes da Silva.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade
Federal de Goiás, , Ciências Contábeis, Goiânia, 2018.
Bibliografia. Apêndice.
Inclui fotografias, tabelas.

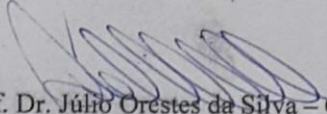
1. Mercado de motocicletas;. 2. Custo total do consumidor;. 3.
Decisão de compra;. 4. Custo-benefício.. I. Orestes da Silva, Júlio,
orient. II. Título.

CDU 657

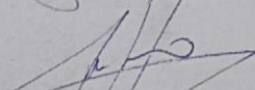
Eduardo Barbosa Martins

Influência da informação do custo total na aquisição de motocicletas

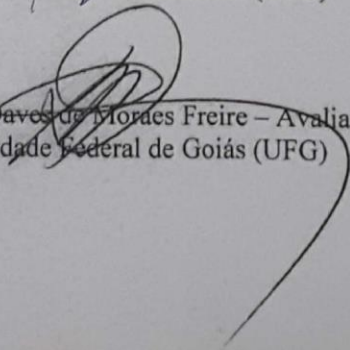
Trabalho de Conclusão de Curso (monografia) submetido e defendido publicamente na Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas (Face) da Universidade Federal de Goiás (UFG) como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis, aprovado pela seguinte Comissão Examinadora:



Prof. Dr. Júlio Orestes da Silva – Orientador(a)
Universidade Federal de Goiás (UFG)



Prof. Dr. Juliano Lima Soares – Avaliador(a)
Universidade Federal de Goiás (UFG)



Prof. Me. Mac Daves de Moraes Freire – Avaliador(a)
Universidade Federal de Goiás (UFG)

Goiânia (GO), 06 de dezembro de 2018.

Influência da informação do custo total na aquisição de motocicletas

Resumo

Com a alavancagem do mercado automobilístico no Brasil na década de 90, impulsionado pelo Plano Real, o setor automobilístico cresceu exponencialmente, sobretudo o mercado de motocicletas, chegando a prosperar crescimentos de 25% a.a.. Atualmente responsável por mais de 26 milhões de motos em circulação no país no ano de 2017. Neste cenário, torna-se fundamental para as montadoras e concessionárias entender o que leva o consumidor a optar por um modelo em detrimento a outro. Buscando entender quais são estes fatores, este trabalho teve como objetivo verificar a influência do Custo Total para o Consumidor no processo decisório de aquisição de uma motocicleta. Foi elaborado um experimento onde foi possível estimar os custos necessários à utilização de uma motocicleta no período de 5 anos, e aplicado para 230 alunos da Universidade Federal de Goiás, sendo uma parcela pertencente ao grupo de controle (sem informação do custo total) e a outra ao grupo experimental (com informação do custo total). Para análise dos dados foi adotada a regressão logística multinomial, que permitiu identificar que os respondentes que não possuem informações sobre o custo total tendem a fazer escolhas diferentes dos que possuem. Conclui-se que os dois grupos tendem a fazer escolhas pelo maior custo-benefício colocando a BIZ à frente das concorrentes neste aspecto e sendo a mais escolhida pelo público entrevistado.

Palavras-chave: Mercado de motocicletas. Custo Total ao Consumidor. Decisão de compra. Custo-benefício.

Área temática: Gestão estratégica de custos na tomada de decisões.

1 Introdução

O ambiente de trânsito no Brasil foi formado historicamente por pedestres, ciclistas, caminhões e ônibus (VASCONCELOS, 2008), a este ambiente o automóvel foi agregado a partir da década de 1930 (acentuando-se a partir da década de 1960) (ANTP, 2008). Quando a motocicleta chegou ao mercado precisou se adaptar e conquistar seu próprio espaço no trânsito. Segundo Negri (1999), com o processo de abertura do mercado nacional, desde os primeiros anos da década de 1990, permitindo maior concorrência externa, a política industrial para o setor automotivo tem adquirido especial relevância para o Brasil, contando com proteção absoluta desde sua implantação no país.

O mercado de motocicletas no Brasil viveu seu auge entre os anos de 1994 a 2011, pós implantação do Plano Real, o crescimento foi de 20% a 25% ao ano, impulsionado pelo aumento do acesso ao crédito e aumento da renda (INFOMONEY, 2017). Tendo atingido a marca histórica de 2.136.891 motocicletas vendidas no ano de 2011 (ABRACICLO, 2011).

As grandes montadoras aproveitaram para inundar o mercado com diversas opções de modelos, potência, design e atendendo as mais diversas necessidades (ABRACICLO, 2017). Seja para trabalho, seja para lazer, a motocicleta ganhou seu espaço no trânsito brasileiro e hoje são mais de 26 milhões em circulação (ABRACICLO, 2018). Afim de conquistar o cliente, é comum que empresas optem pelas mais diversas estratégias de venda, como preço atraente, atendimento, pós-venda, opções de parcelamento e campanhas agressivas de marketing são algumas das ferramentas disponíveis. Assim, identificar os fatores que levam o consumidor a optar por determinado produto pode ser uma das melhores opções na concretização da venda.

Outros mecanismos podem gerar fatores relevantes para o processo de aquisição de produtos, como por exemplo, informações relacionadas aos custos. Destaca-se a contabilidade gerencial, como provedora de informações para as decisões, neste caso, caracteriza-se como o processo de identificar, mensurar, reportar e analisar informações sobre eventos econômicos (MIOTTO; LOZECKYI, 2006), a assim caracterizar-se como uma ferramenta para auxiliar consumidores a decidirem pela compra de um produto ou aquisição de um serviço, principalmente com o uso da Gestão Estratégica de Custos.

A Gestão Estratégica de Custos permite: a mensuração e gestão de custos da qualidade, análise de cadeias de valor, análise de custos de concorrentes, o custeio e gerenciamento baseado em atividades e análise de custos de consumidores ou custo total de propriedade (SOUTES, 2007). Através destes artefatos é possível projetar o valor de um bem no futuro levando em conta todos os gastos necessários, desde a aquisição até o descarte ou venda, para possuí-lo.

No processo decisório de compra de um veículo novo, consumidores consideram relevantes variáveis como: status social, preço, qualidade e forma de financiamento (ARAÚJO; ARAÚJO; ALEXANDRE, 2011). Quando o consumidor tem disponível informações sobre o custo total, acredita-se que o mesmo sempre tende a optar pela variável que resulte no menor custo total previsto para o produto durante seu uso pelo consumidor. Porém, outras variáveis são parte do processo de decisão de compra, e neste caso, outros fatores podem ser determinantes para a decisão.

Silva e Silva (2017) identificaram a diferença de escolha para consumidores que possuem acesso a informação do custo total daquele que não a possui, confirmando a hipótese de que, quando disponível, a informação do custo total tende a influenciar o consumidor a optar pela opção de menor valor final para o consumidor.

Neste contexto, frente a concorrência que existe na aquisição de outros ativos, como por exemplo o mercado de motocicletas, a questão norteadora desta pesquisa é: Qual a

influência da informação do Custo Total para o Consumidor no processo decisório de aquisição de uma motocicleta? Assim o objetivo é verificar a influência da informação do Custo Total para o Consumidor no processo decisório de aquisição de uma motocicleta.

Conhecer o custo total do consumidor se tornou essencial para muitas empresas (BORINELLI; ROCHA, 2004). Pensando nisto, o seguinte trabalho se justifica pela possibilidade de entender quais são os motivos que levam o consumidor a optar por determinado modelo de motocicleta, tendo a possibilidade de escolha entre opções distintas, na busca por entender quais são as reais necessidades do cliente no momento da compra. Destaca-se que não foram encontrados trabalhos que testem está variável (CTC) no mercado em questão, uma vez que pesquisas desenvolvidas para veículos automotores no Brasil dificilmente contemplam o mercado de motocicletas.

As motocicletas representam cerca de 26,5% do total da frota de veículos automotores em circulação no Brasil (DENATRAN, 2017), e esta pesquisa procura contribuir com o desenvolvimento de ferramentas que forneçam informações necessárias a compreensão do comportamento do consumidor no momento anterior a aquisição do bem.

Este trabalho está dividido em: introdução, referencial teórico, metodologia, análise dos resultados, conclusão e referências bibliográficas. No referencial teórico é abordado o comportamento do consumidor, o mercado de motocicletas nacional e uma breve descrição sobre o TCO – *Total Cost of Ownership*. Seguido pela metodologia, onde é explicado o processo pelo qual a pesquisa foi estruturada. Na análise dos resultados os dados serão compilados e analisados. A conclusão apresentará de forma sintetizada os principais pontos e limitações da pesquisa, além de oportunidades para estudos futuros e, por fim, serão listadas as referências bibliográficas.

2 Referencial Teórico

2.1 Comportamento do consumidor e fatores de influência nas decisões de compra

Vasconcelos et al. (2013), definem o “comportamento do consumidor” em como e o porquê os consumidores compram e consomem. Com todo o processo de mudança ocorrida no mercado nas últimas décadas, surgiu, dentre várias mudanças, uma em especial que trata do comportamento do consumidor de produtos e serviços (SILVA, 2009). Os consumidores são confrontados a tomar decisões diariamente (SOLOMON, 2002), algumas simples, feitas quase que de forma automática, e outras que requerem um auto nível de esforço, como é o caso quando se trata de bens com valores mais representativos, como o caso de veículos.

Os consumidores procuram justificar a necessidade de aquisição de um veículo utilizando-se de fatores racionais (YAGAMUTI, 2005), e entender quais são os critérios que levam à aquisição de um determinado bem ou serviço é um desafio atual para os empresários que desejam se manter, e ser referência no mercado. Segundo Mariano, Anjos, Moreira e Simão (2018) com o crescente aumento da demanda comercial a necessidade das organizações em compreender o mercado cresceu proporcionalmente. O conhecimento de quais fatores condicionam a escolha da loja onde comprar, são fundamentais para o comerciante de automóveis que desejam atrair clientes em potencial (MATTAR, 1982).

O varejo está ficando saturado com os concorrentes que disputam os gastos dos consumidores e fornecer ainda mais estímulos para escolha de um produto é o grande desafio da publicidade. O grande número de opções de produtos disponíveis leva os clientes a atentar-se a outros fatores como realização e satisfação pessoal, bem-estar, marca e qualidade (LYSONSKI; DURVASULA; ZOTOS, 1996). Antes de comprar, o consumidor julga como

aspectos importantes: o uso; o resultado; e o destino final do resultado da compra (ARAÚJO; ARAÚJO, 2011). Solomon (2011) define em cinco os passos a tomada de decisão do consumidor: reconhecimento da necessidade de compra; pesquisa de informação; avaliação de alternativas; escolha do produto; e resultados.

Conhecimento financeiro também se mostra um fator relevante no processo decisório. Lucci, Zerrenner, Verrone e Santos (2014) concluíram que o nível de conhecimento influencia positivamente nas decisões financeiras tomadas pelos consumidores e pessoas com maior nível de conhecimento tendem a tomar decisões financeiras mais saudáveis que aquelas que possuem menos ou nenhum.

Os fatores psicológicos envolvidos no processo de decisão foram estudados por Kotler e Keller (2009) e divididos em 4 estágios, são eles: a motivação, é a necessidade que leva o consumidor a compra; a percepção, é onde o consumidor seleciona e organiza opções; a aprendizagem, que envolve mudanças advindas da experiência; e a memória psicológica, que trata dos processos relacionado a memória de curto e longo prazo.

Quando um consumidor opta por um produto ou serviço, atrelado à compra existem, além de necessidades, expectativas. Cada vez mais, os consumidores terão expectativas de que seus fornecedores possam oferecer-lhes produtos de maior qualidade e menor preço (GONZÁLES, 2002), e entender a real necessidade do consumidor e a importância do processo decisório torna-se instigante e relevante para as organizações.

A crescente população nas grandes cidades obrigou as empresas do setor automobilístico a reformular suas estratégias de vendas (LOMBOAN; SAERANG; PANGEMANAN, 2013). Diante do consumidor como sujeito ativo detendo o poder de escolha, a indústria automobilística tem o desafio de aumentar ainda mais a sua relevância atendendo aos anseios do cliente. Atualmente, cerca de 50% de toda a borracha produzida no mundo e 15% do aço, destinam-se a indústria de automóveis (WILBERT, 2014), o que demanda grande esforço das montadoras no desenvolvimento de seus produtos e nas estratégias de venda. Destaca-se que em 2018, existem mais de 26 milhões de motocicletas em circulação no Brasil, denotando a relevância de estudar fatores que influenciam a compra dos brasileiros neste segmento (ABRACICLO, 2018).

2.2 O mercado e o perfil do motociclista no Brasil

A comercialização de motocicletas vem aumentando sua relevância no mercado nacional. Atualmente é possível comprar motos zero km em até 80x sem entrada (HONDA, 2018). Existem diversas formas de financiamento que facilitam o consumo como: consórcios com parcelas baixa e financiamentos com taxas de juros atrativas começando em 0,99% a.m. O incentivo do governo ao consumo no mercado de motocicletas também influencia positivamente nas vendas. Em 2009, o governo federal anunciou uma linha de crédito de R\$ 3 bilhões para aquisição de motocicletas (ABRACICLO, 2008), onde R\$ 2,8 bilhões deste valor foram disponibilizados diretamente para as instituições financeiras, o que acabou aumentando as vendas naquele ano em 12,1%. Segundo levantamento do DETRAN GO (2017), apenas no estado de Goiás são mais de 491 mil motocicletas. Ou seja, 25% da população goiana possui moto, a maioria homens (cerca de 54%), possuem até 34 anos (58%), estão empregados (69%), solteiros (53%) e não possuem filhos (61%).

Yamaguti (2005) destaca que o preço é o principal fator no processo decisório de compra do brasileiro quando o produto é veículo automotor. Já usuários de motocicletas optam pela compra basicamente por 4 motivos: conforto e conveniência, opção alternativa de transporte, facilidade de financiamento e status social (CHADHA, 2011). Vasconcelos (2013) reconhece que quem compra uma motocicleta o faz por algum plano ou necessidade. Segundo

Lomboan, Searang e Pangemanan (2013) as pessoas pensam em comprar uma motocicleta como solução alternativa para evitar congestionamentos no trânsito. No entanto, a variável com maior relevância na aquisição de uma motocicleta é a influência de terceiros, uma vez que um ente próximo tem mais relevância na escolha de comprar ou não uma motocicleta do que fatores atrelados a compra comumente oferecidos na aquisição da motocicleta e estratégias de vendas e financiamento (VELÉZ; SEPÚLVEDA; GALEANO; ALMEYDA, 2015).

Outro ponto a ser destacado na escolha de uma motocicleta é o impacto ambiental, e conforme pesquisa de Vasconcelos (2013) uma motocicleta é um veículo inferior ao transporte público neste aspecto, uma vez que ocupa um espaço maior e emite mais gases tóxicos do que um veículo automotor.

Ao contrário dos automóveis, consumidores de motocicletas levam em consideração o fator “segurança” no momento da compra. Segundo Cavalcante, Miranda e Júnior (2014), usuários de motocicletas estão mais expostos a um maior número de riscos, uma vez que não contam com a estrutura de um veículo para protegê-los, a vulnerabilidade em um impacto é visível e desproporcional.

Atualmente os acidentes de trânsito constituem um problema de saúde pública, com altos índices de mortalidade. Segundo dados do Ministério Público (MP), em 2014, o Brasil registrava 12 mil mortes por ano por acidentes envolvendo motociclistas. Vários os fatores que contribuem para o alto índice de acidentes no Brasil. Dentre eles: a superlotação das ruas, imprudência no trânsito e abuso de drogas lícitas e ilícitas (CAVALCANTE; MIRANDA; JÚNIOR, 2014).

Associando os custos de compra e posteriores a ela, a contabilidade de custos propõe ferramentas para auxiliar no processo de estimar custos e identificar fatores de influência e decisão. Nunes (2013) compreende a contabilidade de custos, como provedora de artefatos, como por exemplo, o Custo Total para o Consumidor (CTC), uma ferramenta para identificar custos antes, no momento da compra e depois dela, fundamentais para a decisão de compra do consumidor.

Magalhães e Santos (2013), Silva e Silva (2017) e Coser e Sousa (2017) desenvolveram estudos para compreender os impactos do custo total na aquisição de produtos, identificando todos os valores atrelados a compra e a influência de informações acerca de custos posteriores à compra que tendem a influenciar o consumidor no processo de decisão de compra.

2.3 TCO – *Total Cost of Ownership*

As decisões de compra geralmente afetam uma grande parte dos custos totais de uma empresa, não só em termos de custos diretos de aquisição, mas também em relação aos custos indiretos as áreas de gestão de estoques, garantia de qualidade, administração e pagamento, entre outros (HURKENS; VALK; WYNSTRA, 2006).

O Custo Total de Propriedade (TCO) ou Custo Total para o Consumidor (CTC) surge como uma necessidade do consumidor em entender e associar gastos para aquisição, transporte, armazenagem, instalação, manutenção e descarte de um determinado bem ou serviço. Segundo Ellram (1993), o custo total de propriedade (TCO) é uma ferramenta de compra e filosofia que é destinado a compreender o verdadeiro custo de comprar um determinado bem ou serviço de um determinado fornecedor. Degraeve e Roodhofs (1999) definem TCO como uma tentativa de “quantificar todos os custos relacionados à compra de uma determinada quantidade de produtos ou serviços de um determinado fornecedor”.

O maior destaque do CTC é a capacidade de proporcionar uma informação gerencial crítica de análise em sistemas contábeis tradicionais. Diferente das informações contábeis destinadas a usuários externos, o CTC permite que usuários internos avaliem a situação da entidade por uma determinada perspectiva (COSER; SOUZA, 2017). O CTC deve ser avaliado levando-se em conta 3 perspectivas: o custo a longo prazo, além do valor de compra; análise de impacto dos custos em outras áreas; e, compreender todos os custos associados a compra. (FERRIN; PLANK, 2002). Em algumas empresas, estes custos podem chegar a 80% da produção total (COUSINS, 2008).

Muitos gerentes de compras têm pouca experiência na aplicação de CTC e análise de valor (ZACHARIASSEN; ARLBJØRN, 2011), fato justificado pela falta de clareza na utilidade e função que os gerentes veem na compra de um recurso estratégico. (ELLRAM; SIFERD, 1998), utilizando a contabilidade apenas para fornecer informações para os relatórios financeiros.

Os benefícios da adoção do CTC podem ser relacionados a diversas áreas da organização e de acordo com Muller e Panitz (2001) o CTC como uma excelente ferramenta para benchmarking, tomada de decisões, quantificação de trade-offs, estruturação para resolução de problemas, apoio a melhoria contínua, análise de custos e comunicação entre empresa e fornecedores.

Utilizando o CTC, Júnior e Gonçalves (2006) observaram o impacto da adoção de um software proprietário e um livre em uma empresa do setor de peças automobilísticas. A análise permitiu concluir que os custos totais e tempo de realização de atividades para este segundo são menores se comparado ao software proprietário, o que ocasionou uma posição favorável dos técnicos de TI e executivos a adoção de um software que onere menos a empresa.

Em um departamento de compras de uma empresa do setor de construção civil, Neto, Magalhães e Santos (2013) destacaram a importância da utilização do CTC para o processo de compra de um insumo considerando custos externos, internos e custos de ciclo de vida. A hipótese inicial foi corroborada uma vez que os custos analisados de forma segregada apontavam para o fornecedor “C” como melhor opção, no entanto, considerando toda a cadeia produtiva, o fornecedor “B” detinha o menor custo total. Logo, classificaram o CTC como um excelente artefato para aumentar a cadeia de suprimentos, melhorar as decisões de compra e proporcionar um aumento da lucratividade.

Coser e Souza (2017) analisaram o impacto do CTC na aquisição de um equipamento industrial em uma indústria gráfica do Rio Grande do Sul e pôde observar a relevância da utilização para a gestão da empresa, identificado que custos de transação, custos de qualidade, custos tecnológicos, custos do ciclo de vida e custos de manutenção, reparo e operação após a aquisição do bem representavam cerca de 36% do custo total gerado para a empresa.

O impacto da informação do CTC na aquisição de automóveis populares foi discutido no trabalho desenvolvido por Silva e Silva (2017), que concluíram que a informação de custo total leva o consumidor a optar pelo modelo com menor custo total, superando variáveis como confiança na marca, preço de compra, design, custo/benefício e status, na análise, as quais só demonstraram influência na compra para o grupo de respondentes da amostra que detinham apenas as informações técnicas e preço de aquisição do veículo, ou seja, apenas para os respondentes que não possuíam a informação do custo total.

3 Métodos e Técnicas da Pesquisa

3.1 Tipo de Estudo

O presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa descritiva uma vez que utiliza de técnicas padronizadas para coleta de dados visando explicar quais são os fatores que contribuem para a ocorrência de um determinado fenômeno (GIL, 2007). Quanto aos procedimentos adotados, caracteriza-se como um experimento, utilizando-se de manipulação intencional para determinar as variáveis capazes de influenciar o objeto de estudo. A pesquisa experimental compreende manipulação, controle e distribuição aleatória (GIL, 2007). Neste estudo, a manipulação ocorreu com o fornecimento da informação de custo total para um dos grupos de participantes.

A pesquisa experimental seleciona grupos com características semelhantes e os submetem a tratamentos diferentes (FONSECA, 2002). Desta forma, para que a pesquisa tenha sua eficácia assegurada é necessário submeter a testes para verificar se será possível medir aquilo a que ela se propõe (SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009). Neste estudo, foram realizados pré-testes para verificar o entendimento e compreensão das variáveis objetivadas.

Em relação a análise dos dados, a pesquisa se caracteriza como quantitativa, que segundo Fonseca (2002), recorre a linguagem matemática para descrever a motivação de um evento e a relação entre variáveis. Utilizou-se de regressão logística multinomial para identificar a relação entre as variáveis explicativas, de maneira específica o custo total e a escolha dos modelos apresentados para aquisição.

3.2 Amostra e Coleta de Dados

A amostra é composta de estudantes da graduação da Universidade Federal de Goiás, sobretudo da Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia. Dado a complexidade do experimento, faz-se necessário a aplicação em ambiente controlado, sendo a sala de aula o local mais adequado identificado, levando em consideração o tempo e o perfil de homogeneidade dos respondentes. Ainda, segundo dados do Detran GO (2017), 58% dos compradores de motocicletas no estado de Goiás tem entre 18 e 34 anos de idade, e neste universo os estudantes podem ser potenciais consumidores. Foram aplicados 230 questionários, para alunos que se encontravam em sala no momento das aulas, 10 questionários foram desconsiderados por não terem sido respondidos em sua totalidade. Perfazendo, portanto, uma amostra de 220 estudantes.

Para a coleta de dados foi utilizado o questionário adaptado de Silva e Silva (2017) que está subdividido em três partes, a primeira composta de perguntas objetivas que buscam identificar o perfil do respondente (APÊNDICES A e D); a segunda composta por características técnicas e design da motocicleta, para os respondentes que não terão acesso a informação de custo total, e somando-se a isso, a tabela de cálculo do custo ao final de 5 anos, para os respondentes com acesso à informação de custo total (APÊNDICES B e E); e a terceira é composta por questões com escala *Likert*, com 7 pontos variando de (1) a (7) onde (1) o respondente discorda totalmente e (7) o respondente concorda totalmente (APÊNDICES C e G) que procuram entender quais os motivos levavam o respondente a escolher determinado modelo.

Foi realizado um pré-teste com 12 estudantes para identificar se o questionário estava claro e inteligível, e foram identificados dois pontos de melhoria, um acerca da renda, onde se o respondente optasse pela profissão “estudante” o mesmo poderia não possuir nenhuma renda próprio; e o outro, relacionado ao item “valor de revenda” no questionário

experimental, uma vez que na premissa do custo total de aquisição, esta não era uma informação disponível.

As variáveis do instrumento de coleta de dados sobre do perfil dos respondentes contém: curso, estado civil; idade; gênero; filhos; profissão; renda mensal própria e familiar; possui moto; motivos relevantes para não ter uma motocicleta; compraria uma motocicleta; quantas motos possui (para os que possuísem); quantas já possuiu; qual a frequência de troca da motocicleta; significância de ter um moto; e qual a principal utilização. Quanto ao questionário que tem por objetivo identificar quais os motivos levavam o respondente a escolher determinado modelo as variáveis consideradas foram: características técnicas; custo/benefício; design da motocicleta; custo de aquisição; custo total ao final de 5 anos; mercado/revenda; e status, conforme Quadro 1.

Quadro 1 – Variáveis de perfil e fatores de compra

Variável	Autores
Variáveis de perfil	
Idade	Ribas (2014); Silva e Silva (2017).
Gênero	Oliveira (2005); Silva e Silva (2017).
Estado civil	Mattar (1982); Silva e Silva (2017).
Profissão	Kummel (2014); Silva e Silva (2017).
Renda própria e familiar	Kummel (2014); Silva e Silva (2017).
Possui veículo	Kummel (2014); Silva e Silva (2017).
Variáveis de fatores de compra	
Características técnicas	Mattar (1982); Pires e Marchetti (2000); Kummel (2014); Silva e Silva (2017).
Custo-benefício	Kummel (2014); Silva e Silva (2017).
Design	Oliveira (2005); Pires e Marchetti (2000); Mesquita e Sobrinho (2008); Silva e Silva (2017).
Custo de aquisição	Araújo, Araújo e Alexandre (2011); Silva e Silva (2017).
Custo total	Júnior e Gonçalves (2006); Silva e Silva (2017).
Mercado/revenda	Oliveira (2005); Pires e Marchetti (2000); Silva e Silva (2017). Silva e Silva (2017).
Status social	Oliveira (2005); Silva e Silva (2017). Silva e Silva (2017).

Fonte: Elaborado pelo autor.

O experimento foi aplicado de forma que uma parte dos respondentes receberam as informações técnicas da motocicleta, design e custo de aquisição (APÊNDICE B), sendo este o grupo de controle, e a outra parte as mesmas informações do primeiro grupo somando-se a informação do custo total (APÊNDICE E) para o período de 5 anos, sendo este o grupo experimental. Ou seja, como a decisão de custo total influencia a decisão de aquisição.

3.3 Desenho do estudo

A construção do experimento teve como trabalho norteador a pesquisa desenvolvida por Silva e Silva (2017), que verificou a influência da informação do custo total na decisão de compra de automóveis populares. Complementando-se com as pesquisas de Vasconcelos (2013) e Vélez (2015).

Para estimar o custo total da motocicleta, utilizou-se o período de cinco anos, como norteador do tempo de uso do bem para o consumidor, e ao final dos cinco anos, foram estimadas as seguintes variáveis, apresentados no Quadro 2.

Quadro 2 – Variáveis para estimar o custo total (grupo experimental)

Item	Mensuração
Custo de Aquisição	Consulta do valor do bem zero km na tabela FIPE (2018);
Consumo de Combustível	Com a estimativa de 7.200km/ano, foi dividido este valor pelo consumo do veículo informado através do Programa Brasileiro de Etiquetagem (2018), após multiplica-se pelo preço da gasolina consultado no Sistema de Levantamento de Preços (SLP) (2018);
IPVA	Dada a categoria dos veículos, aplica-se alíquota de 3,00% sobre o valor venal do no início do ano. Disponível no site do órgão Detran GO (2018);
DPVAT	Verificado o valor cobrado para o presente ano e com base nos valores cobrados para anos anteriores foi possível projetar a estimativa de valores futuros Detran GO (2018);
Licenciamento	Verificado o valor cobrado para o presente ano e com base nos valores cobrados para anos anteriores foi possível projetar a estimativa de valores futuros Detran GO (2018);
Depreciação	Calculado um percentual de desvalorização sofrida pela motocicleta entre um ano e outro de acordo com a tabela FIPE (2018), aplicando-se este percentual ao valor venal da motocicleta;
Limpeza	Estimativa de R\$ 20,00 por lavagem, dado que esta ocorre uma vez ao mês;
Manutenção/revisão	Dados disponíveis no site da autorizada Cabral Motor (2018).
Valor de Revenda	A dedução entre o valor de aquisição e a depreciação ao longo do período estimado.

Fonte: Elaborado pelo autor.

A escolha das motocicletas para composição da amostra de bens para aquisição, foi realizada com base nos seguintes critérios, (uma vez que estes possibilitam a escolha de benefícios comparáveis entre si): modelos mais vendidos por categoria no Brasil no ano de 2017 (AUTOESPORTE, 2017); até 160cc; mínimo de 10.000 unidades vendidas no ano; valor médio de R\$ 10.000,00 reais; e, para que fosse calculado os custos relacionados a depreciação o modelo deveria ser fabricado por no mínimo quatro anos.

Os modelos que atenderam os critérios estabelecidos foram: Honda CG 160 na categoria de city (urbanas); Honda Bros 160 na categoria de *trail* de baixa cilindrada; e a Honda Biz 125 na categoria de *scooter*/CUB (AUTOESPORTE, 2017), sendo que CG Honda sofreu apenas uma alteração de nomenclatura de 2017 para 2018, mas manteve as mesmas características do modelo anterior.

Para desenvolvimento do experimento o tempo estimado de utilização da motocicleta antes de trocá-la por um modelo novo ou vende-la foi de cinco anos, uma vez que após este tempo o veículo começa a gerar gastos de manutenção que não são cobertos pela garantia do fabricante, além de serem mais onerosos para o proprietário (AUTOESPORTE, 2015). A projeção dos custos futuros foi feita com base nos 5 anos de uso, assim como o trabalho de Silva e Silva (2017), o período escolhido deve-se ao fato de permitir o uso e consequentemente a troca do bem.

O custo de aquisição da motocicleta foi identificado na tabela FIPE (Fundação Instituto de Pesquisa Econômicas) referente aos modelos comercializados em 2018. Os custos considerados para estimar o custo total ao final do período foram: preço de aquisição; o

consumo de combustível; os valores de IPVA, DPVAT e licenciamento da motocicleta; os custos com manutenção e revisão; gastos com limpeza da motocicleta; depreciação; e valor de revenda. A estimativa destes valores permite que o consumidor avalie os valores que serão gastos com a utilização da motocicleta ao longo de 5 anos.

O valor do combustível foi calculado partindo-se da média da cidade de Goiânia divulgado pela ANP (Agência Nacional de Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis) no SLP (Sistema de Levantamento de Preços) (ANP, 2018). Para chegar no valor foi considerada a inflação dos anos 2016 e 2017 de acordo com o IPCA divulgado pelo Banco Central, 2,94% e 6,28%, respectivamente, e projetado os valores futuros com base na média dos anos. O consumo de combustível foi calculado adotando-se o pressuposto de que a motocicleta percorre em média 20 km por dia, perfazendo um total de 7200 km por ano, em relação ao consumo médio por litro sugerido pela fabricante (HONDA, 2018).

Para cálculo do valor do IPVA (Imposto sobre Veículos Automotores) foi adotado o valor venal da motocicleta constante na tabela FIPE (2018) aplicado à alíquota de 3% que é a vigente no estado de Goiás para motocicletas, triciclos, quadriciclos, motonetas e automóveis de passeio com potência até 100 cv (DETRAN, 2018)

O seguro DPVAT (Seguro de Danos Pessoais Causados por Veículos Automotores de Via Terrestre) é o valor pago anualmente, de caráter social, para indenização de vítimas de acidente de trânsito, sem apuração de culpa, seja motorista, passageiro ou pedestre (SEFAZ, 2018). O DPVAT é obrigatório a todos os proprietários de veículos automotores e sem o pagamento deste não é possível efetuar o licenciamento ou transferência do veículo. Este valor é disponibilizado anualmente pelo Detran de cada estado. Com base nos anos de 2018, 2017 e 2016 foi possível estabelecer uma métrica de crescimento média e com este percentual projetada para os demais anos pelo período de cinco anos.

O licenciamento é o valor pago ao Detran para permissão da circulação de veículos automotores, obtidos por consulta aos valores no site do próprio órgão desde o ano calendário de 2013. Com base neste valor, a mesma métrica do DPVAT (2018) foi adotada para projeção de crescimento e estimativa de custos futuros.

As manutenções e revisões periódicas incluem verificação da parte elétrica da motocicleta, troca de óleo, pneus, freios, transmissão, vela, roda, eixo e outros componentes. Este valor normalmente varia de acordo com a concessionária autorizada. Para o experimento adotou-se os valores cobrados pela autorizada Cabral Motor, disponibilizada do site da própria concessionária. As revisões devem ser efetuadas quando a motocicleta completa 1.000, 6.000, 12.000, 18.000, 24.000, 30.000 e 36.000 quilômetros rodados (HONDA, 2018), respectivamente. Além de considerar a troca de pneus a cada 12.000 quilômetros rodados. Com a média de 7.200 km por ano adotado inicialmente, ao final do período foram necessárias duas trocas de pneus.

Para calcular os valores relacionados a limpeza foi estabelecido que cada motocicleta é lavada uma vez ao mês e o valor médio cobrado é de R\$ 20,00. Para o cálculo dos custos futuros os valores foram ajustados conforme inflação (IPCA).

Os valores da depreciação foram estimados com base na depreciação média sofrida pela motocicleta nos anos de 2017 e 2016. Após identificada a porcentagem de depreciação sofrida ao longo do período, o valor foi projetado no futuro aplicando-se o percentual

encontrado ao preço de revenda do bem no ano anterior para estimar qual seria o valor de revenda da motocicleta ao final dos cinco anos de utilização.

Para chegar ao valor de revenda foi adotado o preço para aquisição da motocicleta zero km no ano de 2018 de acordo com a Tabela FIPE (2018) e ao longo do período de cinco anos toda a depreciação acumulada do bem implicaria em redução do valor residual para vendê-la.

Para análise dos dados foi utilizada a regressão logística multinomial na busca de identificar qual a influência que a informação do custo total tem na decisão de compra de um dos modelos apresentados. O experimento é 2x3, onde (2) representa os grupos de controle e experimental e (3) os modelos (Honda 160 Fan Flex, NXR 160 Bros e Biz 125 Flex) disponíveis como opção de escolha e foram desenvolvidos com base no estudo de Silva e Silva (2017).

O modelo proposto para a regressão e análise dos dados foi:

$$(1) MOT = \beta_0 + \beta_1 CTC + \beta_2 CONTROL + \varepsilon; \text{ Onde:}$$

MOT = variável *dummy* dependente, representa o modelo da motocicleta escolhido;

CTC = variável independente, representa os indivíduos que possuem informação do custo total ao final do período projetado (assume 0 para o grupo de controle);

CONTROL = variáveis de controle (características técnicas, custo/benefício, design da motocicleta, custo de aquisição, custo total ao final de 5 anos, mercado/revenda e status);

ε = termo de erro da regressão

4 Análise dos resultados

O experimento contou com 220 participantes, sendo 113 respondentes para o grupo de controle, onde 45,13% (51) dos respondentes optaram pelo modelo CG 160 Fan e 107 para o grupo experimental, onde 47,66% (51) optaram pelo modelo BIZ 125.

Os resultados podem ser observados na Tabela 1:

Tabela 1: Descrição dos resultados obtidos

Variável	Escolha	Grupo de Controle			Grupo Experimental		
		BIZ 125	CG 160 Fan	NXR 160 Bros	BIZ 125	CG 160 Fan	NXR 160 Bros
Curso	Administração	37,0%	35,3%	31,4%	37,3%	48,5%	34,8%
	Ciências contábeis	63,0%	51,0%	42,9%	51,0%	36,4%	56,5%
	Economia	0,0%	3,9%	8,6%	7,8%	6,1%	4,3%
	Outro	0,0%	9,8%	17,1%	3,9%	9,1%	4,3%
Estado Civil	Casado(a)	7,4%	13,7%	14,3%	21,6%	6,1%	13,0%
	Separado(a)/divorciado(a)	0,0%	2,0%	2,9%	78,4%	90,9%	82,6%
	Solteiro(a)	88,9%	82,4%	82,9%	0,0%	0,0%	4,3%
	Outro	3,7%	2,0%	0,0%	0,0%	3,0%	0,0%
Idade	Entre 18 e 24 anos	88,9%	58,8%	42,9%	72,5%	81,8%	60,9%
	Entre 25 anos e 30 anos	7,4%	37,3%	34,3%	23,5%	12,1%	34,8%
	Mais e 30 anos	3,7%	3,9%	22,9%	3,9%	6,1%	4,3%

Gênero	Masculino	33,3%	60,8%	77,1%	35,3%	69,7%	65,2%
	Feminino	66,7%	39,2%	22,9%	64,7%	30,3%	34,8%
Possui filhos	Sim	3,7%	7,8%	11,4%	5,9%	9,1%	8,7%
	Não	96,3%	92,2%	88,6%	94,1%	90,9%	91,3%
Profissão	Assalariado setor privado	29,6%	41,2%	42,9%	39,2%	33,3%	43,5%
	Autônomo	0,0%	0,0%	2,9%	3,9%	0,0%	0,0%
	Desempregado	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,0%	0,0%
	Empresário	3,7%	5,9%	5,7%	9,8%	12,1%	13,0%
	Estudante	51,9%	47,1%	40,0%	43,1%	39,4%	26,1%
	Servidor público	14,8%	5,9%	8,6%	3,9%	12,1%	17,4%
Renda mensal própria	Nenhuma	29,6%	21,6%	25,7%	29,4%	24,2%	21,7%
	Até R\$ 1.000,00	37,0%	23,5%	14,3%	21,6%	18,2%	8,7%
	Entre R\$ 1.000,01 e R\$ 3.000,00	25,9%	43,1%	45,7%	33,3%	51,5%	47,8%
	Entre R\$ 3.000,01 e R\$ 6.000,00	0,0%	11,8%	8,6%	9,8%	3,0%	17,4%
	Entre R\$ 6.000,01 e R\$ 10.000,00	7,4%	0,0%	2,9%	3,9%	3,0%	4,3%
	Acima de R\$ 10.000,00	0,0%	0,0%	2,9%	2,0%	0,0%	0,0%
Renda mensal familiar	Até R\$ 1.000,00	11,1%	3,9%	2,9%	5,9%	0,0%	13,0%
	Entre R\$ 1.000,01 e R\$ 3.000,00	22,2%	27,5%	28,6%	23,5%	24,2%	17,4%
	Entre R\$ 3.000,01 e R\$ 6.000,00	29,6%	35,3%	28,6%	29,4%	30,3%	39,1%
	Entre R\$ 6.000,01 e R\$ 10.000,00	18,5%	21,6%	17,1%	27,5%	18,2%	21,7%
	Acima de R\$ 10.000,00	18,5%	11,8%	22,9%	13,7%	27,3%	8,7%

Fonte: Elaborado pelo autor.

Do total de participantes, 49,54% (109) são estudantes do curso de ciências contábeis; 37,27% (82) do curso de administração; 5,45% (12) do curso de economia; 4,54% (10) estudantes do curso de zootecnia; 1,81% (4) do curso de engenharia de produção (4); e 0,4% dos cursos de matemática (1), farmácia (1) e relações internacionais (1), cada.

Ainda, a amostra foi de 123 foram homens (55,91%), onde 43,9% (54) destes optaram pelo modelo NXR 160 Bros; e 97 mulheres (44,09%), onde a maioria, 52,57% (51) optou pelo modelo BIZ 125. Cerca de 83,63% são solteiros, sem filhos e com idade média de 27 anos.

Em relação a renda, aproximadamente 40,90% dos questionados possuem rendimentos próprios entre R\$ 1.000,01 e R\$ 3.000,00 reais mensais, corroborando os estudos de Bulgacov, Cunha, Camargo, Meza e Bulgacov (2011) que concluíram que a maioria da população brasileira com idade entre 18 e 24 anos (48,5%) possui renda mensal de até 3 salários mínimos; e rendimentos familiares subindo para a faixa que variam de R\$ 3.000,01 e R\$ 6.000,00 reais.

Para estimar o modelo apresentado, foram necessárias 5 interações para estimar o modelo, resultando em um valor do Pseudo R² de 0.3070, explicando 30,7% da variação da variável *dummy* (modelo escolhido) pelas variáveis independentes analisadas.

Os resultados obtidos com o teste de regressão logística multinomial no software Stata, para o grupo de controle são apresentados na Tabela 2:

Tabela 2: Resultado da Regressão Logística Multinomial - Grupo de Controle

Observações	LR CHI2 (12)		Prob>chi2	Pseudo R2
113	73.84		0.0000	0.3070
	NXR 160 Bros		BIZ 125	
	Coefficiente	Erro padrão	Coefficiente	Erro padrão
Característica técnicas	0,4706816**	0,2203021	- 0,1195827	0,2026228
Custo benefício	- 0,4760498**	0,2381238	1,1876280**	0,4855972
Design	0,6054274***	0,2206478	- 0,0879456	0,1718661
Custo de aquisição	- 0,4885656**	0,2132232	- 0,5910951**	0,2492681
Mercado/revenda	0,3292738	0,2053045	0,1876815	0,1616686
Status	- 0,1399746	0,1344747	- 0,5260257**	0,2125956
Constante	- 2,4461800	1,6980650	- 3,7659410	3,4430830

Modelo de referência: CG 160 Fan.

Significância: *** = 1%; ** = 5%; * = 10%.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Analisando os resultados da Tabela 2 verifica-se que custo-benefício e custo de aquisição tiveram significância e relação negativa, demonstrando que os consumidores que optam pela compra do modelo NXR 160 Bros não consideram estes fatores relevantes. Ao passo que as características técnicas e o design apresentaram significância e relação positiva, o que demonstra que os consumidores que optam por este modelo preocupam-se com características técnicas e design.

Já para os participantes que optaram pela compra do modelo BIZ 125 obtiveram relação significativa e negativa para as variáveis custo de aquisição e status, demonstrando que os consumidores que optam pela compra deste modelo consideram irrelevantes estes fatores no momento da aquisição do bem. Enquanto o custo-benefício aponta significância e relação positiva, indo de encontro aos trabalhos desenvolvidos por Silva e Silva (2017) e Mattar (1982). Portanto, pode-se inferir que ao optar pela compra do modelo, mesmo não sendo a opção mais barata quando levado em consideração apenas o custo de aquisição, o consumidor estará levando para casa uma motocicleta “econômica”, atendendo suas necessidades no quesito custo/benefício, uma vez que a BIZ 125 é superior em consumo de combustível frente aos demais modelos (cerca de 30,62%).

Para a mesma quantidade de interações, o teste efetuado no software Stata para o grupo experimental apontou um Pseudo R2 de 0.4210, explicando cerca de 42,1% da variação da variável *dummy* em função das demais variáveis independentes.

Os resultados obtidos são apresentados na Tabela 3:

Tabela 3: Resultado da Regressão Logística Multinomial - Grupo Experimental

Observações	LR CHI2 (14)		Prob>chi2	Pseudo R2
107	94.27		0.0000	0.4210
	NXR 160 Bros		BIZ 125	
	Coefficiente	Erro padrão	Coefficiente	Erro padrão
Característica técnicas	0,6062144**	0,2813844	- 0,7035185***	0,2737285
Custo benefício	- 0,1308948	0,2645117	0,7274495**	0,3135719
Design	0,1124917	0,2112176	- 0,3831619**	0,1926215
Custo de aquisição	- 0,4787355**	0,2303487	- 0,1485350	0,2672301

Custo total	0,1182307	0,2474961	0,4640550*	0,2576992
Mercado/revenda	0,1708894	0,2135541	0,5619518**	0,2233475
Status	- 0,1439375	0,1724542	- 0,6365393***	0,2323700
Constante	- 2,1731790	2,1166880	- 1,4520510	2,2323700

Modelo de referência: CG 160 Fan.

Significância: *** = 1%; ** = 5%; * = 10%.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Conforme Tabela 3, é possível inferir o mesmo cenário apresentado para os respondentes do grupo de controle, obtendo significância negativa para o custo de aquisição, explicado pelo alto custo de compra frente aos demais modelos, para os respondentes que escolheram o modelo NXR 160 Bros. A variável características técnicas demonstrou ser o principal fator considerado na opção de aquisição deste modelo, deixando claro que o consumidor que opta por este modelo está interessado em uma motocicleta mais robusta quando comparada as outras opções.

Quanto ao modelo BIZ 125, para os indivíduos do grupo experimental é possível verificar que as variáveis características técnicas, design e status apresentam significância e relação negativa, inferindo que os consumidores que optam por este modelo não consideram estes fatores relevantes para a tomada de decisão.

Já as variáveis custo-benefício, facilidade de revenda no mercado e CTC aparecem nos resultados com significância e relação positiva, demonstrando o interesse dos consumidores em escolher um modelo que proporcione maior conforto financeiro, optando sempre pelo que apresente maior relação custo-benefício.

Os resultados indicam que a informação de custo total afetou a escolha dos participantes, evidenciado na alteração do bem mais escolhido, onde aqueles que não receberam a informação de custo total optaram, em sua maioria, pelo modelo CG 160 Fan. Já aqueles que possuíam a informação do custo total optaram, sem sua maioria, pelo modelo BIZ 125, que apesar de, inicialmente, não apresentar o maior custo de aquisição, quando apresentada a informação do custo total era a opção que gerava o menor valor frente ao cenário apresentado.

Os resultados apresentados confirmam a hipótese de que os consumidores consideram o preço uma variável relevante na aquisição de um bem, conforme apresentado no trabalho desenvolvido por Gonzáles (2002). Entretanto, a mesma pode ser alterada a partir de informações adicionais como o custo total para o consumidor, conforme trabalho apresentado por Júnior e Gonçalves (2006). Os resultados deste trabalho corroboram os resultados de Silva e Silva (2017) ao demonstrar que a informação adicional do custo total na compra do bem impacta sua decisão.

5 Conclusão

Este trabalho procurou responder a seguinte questão norteadora: qual a influência do custo total para o consumidor no processo decisório de aquisição de uma motocicleta? Tendo como objetivo verificar a influência do Custo Total para o Consumidor no processo decisório de aquisição de uma motocicleta. Hipótese foi corroborada, uma vez que os consumidores que detinham informações do custo total optaram por modelos diferentes àqueles que não dispunham desta.

Foi possível concluir que consumidores que detém informação acerca do custo total tendem a optar por modelos de menor valor total no final da vida útil, enquanto aqueles que

possuem apenas informações técnicas e de custo de aquisição tendem a optar pelo modelo com maior custo benefício aparente. Neste caso, a marca foi uma variável irrelevante uma vez que todas as motocicletas pertencem à mesma fabricante, Honda, conforme critérios pré-estabelecidos para escolha dos modelos.

Acerca do perfil dos respondentes, foi possível identificar que, em sua maioria, trata-se de estudantes do sexo masculino, sem filhos, com idade entre 18 e 24 anos, com renda própria variando entre R\$ 1.000,01 e R\$ 3.000,00 reais mensais e familiar entre R\$ 3.000,01 e R\$ 6.000,00.

Ainda que o CTC apresente influência relevante na decisão de compra de motocicletas, o fator chave para optar por uma moto em detrimento do veículo continua sendo o custo, uma vez que foi possível verificar pelas respostas discursivas que os consumidores que optavam pela compra do modelo preocupavam-se com o que apresentava melhor custo-benefício, acentuando-se no grupo experimental a escolha decorrente do modelo com menor custo total.

Como contribuição, este trabalho demonstra a relevância do custo total durante toda a vida útil de um determinado bem no momento da compra. O que pode vir a se tornar relevante para o desenvolvimento de uma ferramenta que consiga disponibilizar para o consumidor o gasto estimado que o mesmo terá durante o tempo que pretende permanecer com este veículo. Bem como, orientar os consumidores finais sobre como estabelecer uma métrica para verificar ao longo de um período qual será o desembolso de caixa médio necessário para manter este bem.

As limitações desta pesquisa dão-se à escassez de literatura acerca do mercado de motocicletas, sobretudo no cenário nacional, onde os trabalhos são voltados em sua grande maioria para o mercado de carros. Além disto, destaca-se a amostra, uma vez que limitando-se ao ambiente acadêmico o resultado pode ser afetado pelos consumidores similares dispondo de opções de modelos de motocicletas que não distam muito entre si. Bem como, a escolha dos modelos para realização do experimento, uma vez que dispondo de várias outras opções no mercado, a preferência dos consumidores tende a distar entre si.

Para pesquisas futuras sugere-se uma amostra com público especializado em motocicletas, buscando entender se existem diferenças de escolhas entre consumidores que estão inseridos no ambiente acadêmico e utilizam a motocicleta para o dia-a-dia àqueles que estão inseridos no ambiente automobilístico e a utilizam para lazer, com maior poder aquisitivo, diferentes classes sociais e faixa etárias.

Referências

ABRACICLO. **Balanco** 2011. Disponível em: <http://www.abraciclo.com.br/images/pdfs/Motocicleta/Balanco/2011-12-Resumo-MOTOCICLETAS.pdf>. Acesso em: 02 de abril de 2018.

ALLEN, M. W. The attribute-mediation and product meaning approaches to the influences of human values on consumer choices. In: **COLUMBUS, F. (Ed.). Advances in psychology research. Huntington, NY: Nova Science, 2000. v. 1, p. 31-76.**

ARAÚJO, R. M., ARAÚJO, A. M., ALEXANDRE, M. L. Decisão de compra de veículos novos por estudantes universitários: Fatores e influência. **Qualitas Revista Eletrônica**, v.12, n. 2, 2011.

BORINELLI, M. L.; ROCHA, W. Análise de custos de consumidores: Um Estudo Desenvolvido à Luz da Gestão Estratégica De Custos. *In: XI Congresso Brasileiro de Custos*, 2004, Porto Seguro. **Anais**. Porto Seguro: Associação Brasileira de Custos, 2004.

BULGACOV, Y. L. M., CUNHA, S. K., CAMARGO, D., MEZA, M. L., BULGACOV, S. Jovem empreendedor no Brasil: a busca do espaço da realização ou a fuga da exclusão? **Revista de Administração Pública**, v. 3, p. 695-720, 2011.

CAVALCANTE, S., ELIANE, MIRANDA, N., ARNOLDO, F., JÚNIOR, P., MÁRIO, J., OLIVEIRA, S., D'ARC, J., CAVALCANTE, A., ANDRÉA, C., ROBAZZI, Cruz., CARMO, M. L., Acidentes de trajeto com motocicletas entre trabalhadores de uma indústria têxtil. **Revista de Pesquisa Cuidado é Fundamental Online**, vol. 6, núm. 2, abril-junho, 2014, pp. 561-570.

CHADHA, O. Study Of Consumer Buying Behavior Towards Bikes. **International Journal of Research in Finance & Marketing**, 1(2), 86–101. 2011.

CINI. **Brasil registra 12 mil mortes por acidente de moto a cada ano**. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2015/05/brasil-registra-12-mil-mortes-por-acidente-de-moto-cada-ano.html>. Acesso em: 07 de maio de 2018.

COSER, T., SOUZA, M. A. Custo total de uso e propriedade (Tco): estudo de caso em uma indústria gráfica do Rio Grande do Sul (Rs). **Revista Contabilidade Vista e Revista, ISSN 0103-734X**, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, v. 28, n. 1, jan/abr. 2017.

DEPARTAMENTO ESTADUAL DE TRÂNSITO DE GOIÁS - DETRAN GO. **Informações sobre taxas**. Disponível em: <https://www.detrان.go.gov.br/psw/#/servicoConteudo/1.6.5/>. Acesso em: 12 de junho de 2018.

ELLRAM, L. M. Total Cost of Ownership: Ananalysis approach for purchasing. **International Journal of Physical Distribution & Logistics Management**, p. 4-11, 1995.

FERRIN, B. G., PLANK, R. E. Total cost of ownership models: an exploratory study. **Journal of Supply Chain Management**, v. 38, n. 2, p. 18-29, 2002.

FONSECA, J. J. S. Metodologia da pesquisa científica. **Apostila**. Fortaleza: UEC, 2002.

GALANTE, Raphael. **O Sofrido mercado de motocicletas**. Disponível em: <http://www.infomoney.com.br/blogs/carros/o-mundo-sobre-muitas-rodas/post/6982061/sofrido-mercado-motocicletas>. Acesso em: 02 de abril de 2018.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GONZÁLES, P. G. A logística: Custo Total, Processo Decisório e Tendência Futura. **Revista Contabilidade e Finanças – USP**, São Paulo n. 29, p. 26-40, maio/ago. 2002.

HURKENS, K., VALK, W. V. D., WYNSTRA, F. Total Cost of Ownership in the Services Sector: A Case Study. **The Journal of Supply Chain Management**, p. 27-35, 2006.

JÚNIOR, C. D. S., GONÇALVES, M. A. Análise da Substituição de um Software Proprietário por um Software Livre sob a ótica do Custo Total de Propriedade: Estudo de

Caso do Setor de Peças Automobilísticas. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, v. 3, n. 6, jul-dez , pp. 39-60, 2006.

LOMBOAN, R., SAERANG, D. P. E., PANGEMANAN, S. S. The influence of motivation and perception as psychological factors on consumer buying decision of kawasaki ninja motorcycle. **Jurnal EMBA**. Vol.1, No. 4, dez 2013.

LUCCI, C. R., ZERRENDER, S. A., VERRONE, M. A. G., SANTOS, S. C. **A influência da educação financeira nas decisões de consumo e investimento dos indivíduos**. Disponível em: http://sistema.semead.com.br/9semead/resultado_semead/trabalhosPDF/266.pdf. Acesso em: 02 de abril de 2008.

LYSONSKI, S.; DURVASULA, S. Consumer decision-making styles: a multi-country investigation. **European Journal of Marketing**, v. 30 n. 12, p. 10-21, 1996.

MATTAR, F. N. O comportamento do comprador de automóveis novos. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, São Paulo, v. 17, n. 4, p. 23-44, out./dez. 1982.

MIOTTO, N., LOZECKYL, J. Importância da contabilidade gerencial na tomada de decisão nas empresas. **Revista Eletrônica Lato Sensu**, Paraná, Ed. 2, p. 1-11, 2008.

MOTOR1. **Avaliação: nova Honda Bros 160 reage à Yamaha Crosser 150**. Disponível em: <https://motor1.uol.com.br/news/121695/avaliacao-nova-honda-bros-160-reage-a-yamaha-crosser-150/>. Acesso em: 12 de junho de 2018.

MULLER, C. J., PANITZ, C. O. V. **O uso da ferramenta de total cost of ownership (tco) como técnica para avaliação e seleção de fornecedores**. VIII Congresso Brasileiro de Custos – São Leopoldo, out. 2001.

NEGRI, J. A. D. O custo de bem-estar do regime automotivo brasileiro, **Pesq. Plan. Econ. Rio de Janeiro**, v. 29, n. 2, p. 215-242, ago. 1999.

NETO, F. J. E., MAGALHÃES, V. C. D., SANTOS, D. F. **Análise dos custos logísticos utilizando a metodologia custo total de propriedade (TCO – Total Cost of Ownership) como estratégia no processo de compras de setor de construção civil**. Disponível em: <https://revista.unicuritiba.edu.br/index.php/admrevista/article/download/705/531>. Acesso em: 31 de maio de 2018.

QUATRO RODAS. **Honda Biz 125**. Disponível em: <https://quatorrodas.abril.com.br/testes/honda-biz-125/>. Acesso em: 12 de junho de 2018.

REVISTA AUTO ESPORTE. **Quem bebe menos? Volkswagen up! Tsi x honda cg titan 160**. Disponível em: <https://revistaautoesporte.globo.com/Analises/noticia/2016/02/quem-bebe-menos-volkswagen-tsi-x-honda-cg-titan-160.html>. Acesso em: 14 de junho de 2018.

SILVA, L. A. B., SILVA, J. O. Influência da informação do custo total na tomada de decisão de aquisição de automóveis. **XXIV Congresso Brasileiro de Custos – Florianópolis**, nov. 2017.

- SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor**. 5º ed., Bookman, 2000.
- SOUTES, D. O. Custo Total de Propriedade (TCO): É importante? Pra quem?. **Ciências sociais aplicadas em revista**, v. 7, nº 13, p. 83-105, 2007.
- SOUZA, L. R. B., VOESE, S. B. O Estado da Arte sobre o Custo Total de Propriedade no Brasil. In: **XX Congresso Brasileiro de Custos**, 2013, Uberlândia.
- VASCONCELLOS, E. A. O custo social da motocicleta no Brasil. **Revista dos Transportes Públicos – ANTP**, p. 127-134, 2008.
- VASCONCELOS, A. L. P. D. **Processo decisório de compra no mercado de motocicletas e motonetas**. Natal, 2013. Disponível em: https://monografias.ufrn.br/jspui/bitstream/1/621/1/AllanLPV_Monografias.pdf. Acesso em: 07 de maio de 2018.
- VÉLEZ, J. C. P., SEPÚLVEDA, H. S. Z., GALEANO, J. D., ALMEYDA, P. A. G. Factores que influyen en la selección del concesionario en la compra de motocicletas en medellín: estudio de caso. **Revista CEA**, p. 63-77, 2015.
- WILBERT, M. D. et al. Redução do imposto sobre produtos industrializados e seu efeito sobre a venda de automóveis no Brasil: uma análise do período de 2006 a 2013. **Revista Contemporânea de Contabilidade**. São Paulo, v. 11 n. 24, p.107-124, set/dez - 2014.
- YAMAGUTI, C. L. **O comportamento do consumidor e a influência da família no processo de decisão de compra de automóveis novos**. 2005. 172 f. Dissertação de Mestrado em Administração – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2005.

Apêndices

Apêndice A – Apresentação do Experimento com Informação de Custo de Aquisição

APRESENTAÇÃO DO ESTUDO

O estudo a seguir tem como objetivo identificar as informações relevantes na decisão de compra uma motocicleta. Inicialmente são apresentadas perguntas objetivas com a finalidade de identificar o perfil do participante.

Como fatores para tomada de decisão são apresentadas as características básicas de cada modelo.

Posteriormente, apresenta-se a simulação da compra de uma motocicleta, onde são apresentadas três opções e você deve escolher qual sua opção de compra.

Os participantes não serão identificados e os dados serão tratados de forma conjunta.

- | | | |
|--|--|---|
| 1. Curso: _____ | <input type="checkbox"/> Entre R\$ 3.000,01 e R\$ 6.000,00 | RESPONDA AS PERGUNTAS A SEGUIR APENAS SE RESPONDEU “SIM” NA QUESTÃO 8: |
| 2. Estado Civil: | <input type="checkbox"/> Entre R\$ 6.000,01 e R\$ 10.000,00 | |
| <input type="checkbox"/> Solteiro(a) | <input type="checkbox"/> Acima de R\$ 10.000,00 | |
| <input type="checkbox"/> Casado(a) | 8. Renda mensal familiar: | |
| <input type="checkbox"/> Viúvo(a) | <input type="checkbox"/> Até R\$ 1.000,00 | |
| <input type="checkbox"/> Separado(a)/Divorciado(a) | <input type="checkbox"/> Entre R\$ 1.000,01 e R\$ 3.000,00 | 12. Quantas motos tem? _____ |
| <input type="checkbox"/> Outro | <input type="checkbox"/> Entre R\$ 3.000,01 e R\$ 6.000,00 | 13. Quantas já teve? _____ |
| 3. Idade: _____ anos | <input type="checkbox"/> Entre R\$ 6.000,01 e R\$ 10.000,00 | 14. Com que frequência troca sua motocicleta? |
| 4. Gênero: | <input type="checkbox"/> Acima de R\$ 10.000,00 | <input type="checkbox"/> A cada ano |
| <input type="checkbox"/> Masculino | 9. Possui moto? | <input type="checkbox"/> A cada 2 anos |
| <input type="checkbox"/> Feminino | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> A cada 4 anos |
| 5. Possui filhos? | <input type="checkbox"/> Não | <input type="checkbox"/> A cada 5 anos |
| <input type="checkbox"/> Não | RESPONDA AS PERGUNTAS A SEGUIR APENAS SE RESPONDEU “NÃO” NA QUESTÃO 9: | <input type="checkbox"/> Nunca trocou |
| <input type="checkbox"/> Sim | | 15. O que significa ter uma motocicleta pra você? |
| Quantos: _____ | | <input type="checkbox"/> Status |
| 6. Profissão: | | <input type="checkbox"/> Praticidade |
| <input type="checkbox"/> Assalariado setor privado | | <input type="checkbox"/> Economia |
| <input type="checkbox"/> Servidor público | <input type="checkbox"/> Realização | |
| <input type="checkbox"/> Aposentado/pensionista | <input type="checkbox"/> Necessidade | |
| <input type="checkbox"/> Estudante | 10. Qual (quais) dos motivos abaixo considera mais relevante para não possuir uma motocicleta? | 16. Qual o principal uso da sua motocicleta? |
| <input type="checkbox"/> Empresário | <input type="checkbox"/> Condição financeira | <input type="checkbox"/> Uso doméstico |
| <input type="checkbox"/> Outro: _____ | <input type="checkbox"/> Segurança | (casa/trabalho/faculdade) |
| 7. Renda mensal própria: | <input type="checkbox"/> Proibição da família | <input type="checkbox"/> Trabalho |
| <input type="checkbox"/> Nenhuma | <input type="checkbox"/> Outro: _____ | <input type="checkbox"/> Lazer |
| <input type="checkbox"/> Até R\$ 1.000,00 | 11. Compraria uma motocicleta? | <input type="checkbox"/> Outro: _____ |
| <input type="checkbox"/> Entre R\$ 1.000,01 e R\$ 3.000,00 | <input type="checkbox"/> Sim | |
| | <input type="checkbox"/> Não | |

Apêndice B – Informações Técnicas e Design para Custo de Aquisição

INFORMAÇÕES TÉCNICAS

MODELO	CG 160 FAN	NXR 160 Bros	BIZ 125
CARACTERÍSTICAS HOMOGÊNEAS	<ul style="list-style-type: none"> - Marca: Honda - Motor: monocilíndrico 4 tempos, arrefecido a ar - Sistema de partida: Elétrico - Sistema de Alimentação: Injeção Eletrônica PGM-FI - Ignição: Eletrônica - Farol: 35/35W - Freios: CBS (Combined Brake System) 	<ul style="list-style-type: none"> - Marca: Honda - Motor: monocilíndrico 4 tempos, arrefecido a ar - Sistema de partida: Elétrico - Sistema de Alimentação: Injeção Eletrônica PGM-FI - Ignição: Eletrônica - Farol: 35/35W - Freios: CBS (Combined Brake System) 	<ul style="list-style-type: none"> - Marca: Honda - Motor: monocilíndrico 4 tempos, arrefecido a ar - Sistema de partida: Elétrico - Sistema de Alimentação: Injeção Eletrônica PGM-FI - Ignição: Eletrônica - Farol: 35/35W - Freios: CBS (Combined Brake System)
CARACTERÍSTICAS DISTINTAS	<ul style="list-style-type: none"> - Potência máxima: 14,9 cv - Cilindrada: 162,7 cc - Consumo médio: 41,8km/litro - Capacidade do tanque: 16,1 litros - Combustível: Gasolina/Álcool - Painel: Digital - Câmbio: Manual - Altura do assento: 790 mm - Peso: 116kg - Transmissão: 5 velocidades - Bateria: 12V - 4 Ah - Altura suspensão: 135mm 	<ul style="list-style-type: none"> - Potência máxima: 14,6 cv - Cilindrada: 162,7 cc - Consumo médio: 31,4km/litro - Capacidade do tanque: 12,0 litros - Combustível: Gasolina - Painel: Digital - Câmbio: Manual - Altura do assento: 842 mm - Peso: 120kg - Transmissão: 5 velocidades - Bateria: 12V - 4 Ah - Altura suspensão: 180mm 	<ul style="list-style-type: none"> - Potência máxima: 9,2 cv - Cilindrada: 124,9 cc - Consumo médio: 60,25km/litro - Capacidade do tanque: 5,1 litros - Combustível: Gasolina/Álcool - Painel: 100% Digital - Câmbio: Semi automático - Altura do assento: 753 mm - Peso: 100kg - Transmissão: 4 velocidades - Bateria: 12V - 5 Ah - Altura suspensão: 100mm - Porta capacete/objetos: 16 litros - Tomada: 12V - Gancho de utilidades: 1,0 kg
CUSTO DE AQUISIÇÃO	R\$9.969,00	R\$11.185,00	R\$10.174,00

Fonte: Elaborado pelo autor.

DESIGN



Fonte: Honda (2018)

Apêndice C – Questões Experimentais no Modelo de Custo de Aquisição

QUESTÕES EXPERIMENTAIS

1. Considere que você tem a possibilidade de escolher uma das motocicletas apresentadas, qual você compraria?

- CG 160 Fan
 NXR 160 Bros
 BIZ 125

2. Dê nota de 1 a 7 para quanto os fatores influenciaram na sua decisão de compra, onde 1 corresponde a nenhuma influência e 7 corresponde a total influência:

- | | | | | | | | |
|--------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Características técnicas | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 |
| Custo/benefício | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 |
| Design da motocicleta | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 |
| Custo de aquisição | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 |
| Mercado/revenda | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 |
| Status social | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 |

3. Das opções abaixo, o que mais influenciou em sua decisão?

- Facilidade de revenda no mercado
 Potência, consumo de combustível e acessórios
 Aparência da motocicleta
 Preço de aquisição da motocicleta
 Posição social
 Consumo de combustível x preço da motocicleta

4. Descreva o motivo da sua escolha:

Apêndice D – Apresentação do Experimento Com Informação de Custo Total

APRESENTAÇÃO DO ESTUDO

O estudo a seguir tem como objetivo identificar as informações relevantes na decisão de compra uma motocicleta. Inicialmente são apresentadas perguntas objetivas com a finalidade de identificar o perfil do participante.

Posteriormente, apresenta-se a simulação da compra de uma motocicleta, onde são apresentadas três opções e você deve escolher qual sua opção de compra.

Como fatores para tomada de decisão são apresentadas as características básicas de cada modelo e todos os custos atrelados a compra para um período de uso de 5 anos. Para estimativa de combustível foi utilizado o valor médio da gasolina cobrado no Estado de Goiás divulgado pela ANP estimando-se uma quilometragem de 7.200 km/ano. Para limpeza, o valor de R\$ 20,00 por lavagem que seria feita 1 vez ao mês.

Os participantes não serão identificados e os dados serão tratados de forma conjunta.

- | | | |
|--|---|---|
| 1. Curso: _____ | <input type="checkbox"/> Entre R\$ 3.000,01 e R\$ 6.000,00 | RESPONDA AS PERGUNTAS A SEGUIR APENAS SE RESPONDEU “SIM” NA QUESTÃO 8: |
| 2. Estado Civil: | <input type="checkbox"/> Entre R\$ 6.000,01 e R\$ 10.000,00 | |
| <input type="checkbox"/> Solteiro(a) | <input type="checkbox"/> Acima de R\$ 10.000,00 | |
| <input type="checkbox"/> Casado(a) | 8. Renda mensal familiar: | |
| <input type="checkbox"/> Viúvo(a) | <input type="checkbox"/> Até R\$ 1.000,00 | |
| <input type="checkbox"/> Separado(a)/Divorciado(a) | <input type="checkbox"/> Entre R\$ 1.000,01 e R\$ 3.000,00 | 12. Quantas motos tem? _____ |
| <input type="checkbox"/> Outro | <input type="checkbox"/> Entre R\$ 3.000,01 e R\$ 6.000,00 | 13. Quantas já teve? _____ |
| 3. Idade: _____ anos | <input type="checkbox"/> Entre R\$ 6.000,01 e R\$ 10.000,00 | 14. Com que frequência troca sua motocicleta? |
| 4. Gênero: | <input type="checkbox"/> Acima de R\$ 10.000,00 | <input type="checkbox"/> A cada ano |
| <input type="checkbox"/> Masculino | 9. Possui moto? | <input type="checkbox"/> A cada 2 anos |
| <input type="checkbox"/> Feminino | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> A cada 4 anos |
| 5. Possui filhos? | <input type="checkbox"/> Não | <input type="checkbox"/> A cada 5 anos |
| <input type="checkbox"/> Não | RESPONDA AS PERGUNTAS A SEGUIR APENAS SE RESPONDEU “NÃO” NA QUESTÃO 9: | <input type="checkbox"/> Nunca trocou |
| <input type="checkbox"/> Sim | | 15. O que significa ter uma motocicleta pra você? |
| Quantos: _____ | | <input type="checkbox"/> Status |
| 6. Profissão: | | <input type="checkbox"/> Praticidade |
| <input type="checkbox"/> Assalariado setor privado | | <input type="checkbox"/> Economia |
| <input type="checkbox"/> Servidor público | <input type="checkbox"/> Realização | |
| <input type="checkbox"/> Aposentado/pensionista | <input type="checkbox"/> Necessidade | |
| <input type="checkbox"/> Estudante | 10. Qual (quais) dos motivos abaixo considera mais relevante para não possuir uma motocicleta? | 16. Qual o principal uso da sua motocicleta? |
| <input type="checkbox"/> Empresário | <input type="checkbox"/> Condição financeira | <input type="checkbox"/> Uso doméstico |
| <input type="checkbox"/> Outro: _____ | <input type="checkbox"/> Segurança | (casa/trabalho/faculdade) |
| 7. Renda mensal própria: | <input type="checkbox"/> Proibição da família | <input type="checkbox"/> Trabalho |
| <input type="checkbox"/> Nenhuma | <input type="checkbox"/> Outro: _____ | <input type="checkbox"/> Lazer |
| <input type="checkbox"/> Até R\$ 1.000,00 | 11. Compraria uma motocicleta? | <input type="checkbox"/> Outro: _____ |
| <input type="checkbox"/> Entre R\$ 1.000,01 e R\$ 3.000,00 | <input type="checkbox"/> Sim | |
| | <input type="checkbox"/> Não | |

Apêndice E – Informações Técnicas e Design para Custo Total

INFORMAÇÕES TÉCNICAS

MODELO	CG 160 FAN	NXR 160 Bros	BIZ 125
CARACTERÍSTICAS HOMOGÊNEAS	- Marca: Honda - Motor: monocilíndrico 4 tempos, arrefecido a ar - Sistema de partida: Elétrico - Sistema de Alimentação: Injeção Eletrônica PGM-FI - Ignição: Eletrônica - Farol: 35/35W - Freios: CBS (Combined Brake System)	- Marca: Honda - Motor: monocilíndrico 4 tempos, arrefecido a ar - Sistema de partida: Elétrico - Sistema de Alimentação: Injeção Eletrônica PGM-FI - Ignição: Eletrônica - Farol: 35/35W - Freios: CBS (Combined Brake System)	- Marca: Honda - Motor: monocilíndrico 4 tempos, arrefecido a ar - Sistema de partida: Elétrico - Sistema de Alimentação: Injeção Eletrônica PGM-FI - Ignição: Eletrônica - Farol: 35/35W - Freios: CBS (Combined Brake System)
CARACTERÍSTICAS DISTINTAS	- Potência máxima: 14,9 cv - Cilindrada: 162,7 cc - Consumo médio: 41,8km/litro - Capacidade do tanque: 16,1 litros - Combustível: Gasolina/Álcool - Painel: Digital - Câmbio: Manual - Altura do assento: 790 mm - Peso: 116kg - Transmissão: 5 velocidades - Bateria: 12V - 4 Ah - Altura suspensão: 135mm	- Potência máxima: 14,6 cv - Cilindrada: 162,7 cc - Consumo médio: 31,4km/litro - Capacidade do tanque: 12,0 litros - Combustível: Gasolina - Painel: Digital - Câmbio: Manual - Altura do assento: 842 mm - Peso: 120kg - Transmissão: 5 velocidades - Bateria: 12V - 4 Ah - Altura suspensão: 180mm	- Potência máxima: 9,2 cv - Cilindrada: 124,9 cc - Consumo médio: 60,25km/litro - Capacidade do tanque: 5,1 litros - Combustível: Gasolina/Álcool - Painel: 100% Digital - Câmbio: Semi automático - Altura do assento: 753 mm - Peso: 100kg - Transmissão: 4 velocidades - Bateria: 12V - 5 Ah - Altura suspensão: 100mm - Porta capacete/objetos: 16 litros - Tomada: 12V - Gancho de utilidades: 1,0 kg
CUSTO DE AQUISIÇÃO	R\$9.969,00	R\$11.185,00	R\$10.174,00

Fonte: Elaborado pelo autor.

DESIGN



Fonte: Honda (2018)

Apêndice F – Composição do Custo Total

COMPOSIÇÃO DO CUSTO TOTAL PARA O CONSUMIDOR

Custos (em R\$)	CG 160 FAN	NXR 160 Bros	BIZ 125
Preço de aquisição	R\$ 9.969,00	R\$ 11.185,00	R\$ 10.174,00
Consumo de Combustível*	R\$ 5.665,42	R\$ 7.541,87	R\$ 3.930,53
IPVA*	R\$ 2.022,50	R\$ 2.160,95	R\$ 1.917,85
DPVAT*	R\$ 1.190,43	R\$ 1.190,43	R\$ 1.190,43
Licenciamento*	R\$ 1.183,09	R\$ 1.183,09	R\$ 1.183,09
Manutenção/revisão*	R\$ 2.521,91	R\$ 3.184,02	R\$ 3.206,90
Limpeza*	R\$ 1.626,92	R\$ 1.626,92	R\$ 1.626,92
Depreciação*	R\$ 2.533,65	R\$ 1.766,75	R\$ 1.075,07
Valor de Revenda	R\$ 7.435,35	R\$ 9.418,25	R\$ 9.098,93
Custo total (após 5 anos)	R\$ 19.277,58	R\$ 20.420,78	R\$ 15.205,87

Fonte: Elaborado pelo autor

*Valor estimado para 5 anos de utilização.

Apêndice G – Questões Experimentais no Modelo de Custo Total

QUESTÕES EXPERIMENTAIS

1. Considere que você tem a possibilidade de escolher uma das motocicletas apresentadas, qual você compraria?

- () CG 160 Fan
 () NXR 160 Bros
 () BIZ 125

2. Dê nota de 1 a 7 para quanto os fatores influenciaram na sua decisão de compra, onde 1 corresponde a nenhuma influência e 7 corresponde a total influência:

- | | | | | | | | |
|---------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| Características técnicas | ()1 | ()2 | ()3 | ()4 | ()5 | ()6 | ()7 |
| Custo/benefício | ()1 | ()2 | ()3 | ()4 | ()5 | ()6 | ()7 |
| Design da motocicleta | ()1 | ()2 | ()3 | ()4 | ()5 | ()6 | ()7 |
| Custo de aquisição | ()1 | ()2 | ()3 | ()4 | ()5 | ()6 | ()7 |
| Custo total (após 5 anos) | ()1 | ()2 | ()3 | ()4 | ()5 | ()6 | ()7 |
| Mercado/revenda | ()1 | ()2 | ()3 | ()4 | ()5 | ()6 | ()7 |
| Status social | ()1 | ()2 | ()3 | ()4 | ()5 | ()6 | ()7 |

3. Das opções abaixo, o que mais influenciou em sua decisão?

- () Facilidade de revenda no mercado
 () Potência, consumo de combustível e acessórios
 () Aparência da motocicleta
 () Preço de aquisição da motocicleta
 () O valor total ao final de 5 anos de uso
 () Posição social
 () Consumo de combustível x preço da motocicleta

4. Descreva o motivo da sua escolha:

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador, Júlio Orestes da Silva, pelo suporte no pouco tempo que lhe coube, pelas suas correções e incentivos.

Ao professor Juliano Lima Soares, por ter me apoiado na aplicação desta pesquisa, influenciando-me a ser um profissional e uma pessoa melhor.

A Lana de Abreu Batista Silva por ter desenvolvido inicialmente a base deste experimento e ter sido solícita para solucionar todas as dúvidas pertinentes.

A Amadeu Gustavo de Faria Júnior por ter me acompanhado ao longo deste trabalho.

E a todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação e meu desenvolvimento, o meu muito obrigado.