

Universidades Lusíada

Mendes, Joaquim Mário Silva Santos Torres, 1997-
**Fatores financeiros determinantes no processo de
aquisição de automóvel em Portugal**

<http://hdl.handle.net/11067/8722>

Metadados

Data de Publicação

2025

Resumo

A presente dissertação tem como tema central o setor automóvel em Portugal. Nesse sentido, este estudo procura compreender quais são os fatores financeiros que têm maior relevância aquando da tomada de decisão do consumidor na compra de um automóvel em Portugal. Adicionalmente, o automóvel é um meio de transporte usado numa base diária por um número bastante elevado de portugueses, que o torna até, para muitos, um bem imprescindível. Num setor que tem evoluído a um ritmo muito elevado nos último...

The central theme of this dissertation is the automobile sector in Portugal. In this sense, this study seeks to understand which financial factors are most relevant when consumers make a decision to buy a car in Portugal. In addition, the car is a means of transportation used on a daily basis by a very large number of Portuguese, which makes it, for many, an indispensable asset. In a sector that has evolved at a very high rate in recent years, it is important to understand how these developments...

Palavras Chave

Indústria Automóvel - Portugal, Automóveis - Compra - Portugal

Tipo

masterThesis

Revisão de Pares

Não

Coleções

[ULL-FCEE] Dissertações

Esta página foi gerada automaticamente em 2026-10-29T22:00:10Z com
informação proveniente do Repositório



U N I V E R S I D A D E L U S Í A D A
FACULDADE DE CIÊNCIAS DA ECONOMIA E DA EMPRESA
Mestrado em Gestão

**Fatores financeiros determinantes no processo
de aquisição de automóvel em Portugal**

Realizado por:
Joaquim Mário Silva Santos Torres Mendes

Orientado por:
Professor Doutor Mário Alexandre Guerreiro Antão

Constituição do Júri:

Presidente:	Professor Doutor Álvaro António Calado Afonso Matias
Orientador:	Professor Doutor Mário Alexandre Guerreiro Antão
Arguente:	Professora Doutora Leopoldina Maria da Costa Almeida

Dissertação aprovada em: 20 de abril de 2026

Lisboa

2025



U N I V E R S I D A D E L U S Í A D A

FACULDADE DE CIÊNCIAS DA ECONOMIA E DA EMPRESA

Mestrado em Gestão

Fatores financeiros determinantes no processo de aquisição de automóvel em Portugal

Joaquim Mário Silva Santos Torres Mendes

Lisboa

Maio 2025



U N I V E R S I D A D E L U S Í A D A

FACULDADE DE CIÊNCIAS DA ECONOMIA E DA EMPRESA

Mestrado em Gestão

Fatores financeiros determinantes no processo de aquisição de automóvel em Portugal

Joaquim Mário Silva Santos Torres Mendes

Lisboa

Maio 2025

Joaquim Mário Silva Santos Torres Mendes

Fatores financeiros determinantes no processo de aquisição de automóvel em Portugal

Dissertação apresentada à Faculdade de Ciências da Economia e da Empresa da Universidade Lusíada para a obtenção do grau de Mestre em Gestão.

Área de especialização: Financeira

Orientador: Professor Doutor Mário Alexandre Guerreiro Antão

Lisboa

Maio 2025

FICHA TÉCNICA

Autor Joaquim Mário Silva Santos Torres Mendes
Orientador Professor Doutor Mário Alexandre Guerreiro Antão
Título Fatores financeiros determinantes no processo de aquisição de automóvel em Portugal
Local Lisboa
Ano 2025

CASA DO CONHECIMENTO DA UNIVERSIDADE LUSÍADA - CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO

MENDES, Joaquim Mário Silva Santos Torres, 1997-

Fatores financeiros determinantes no processo de aquisição de automóvel em Portugal / Joaquim Mário Silva Santos Torres Mendes ; orientado por Mário Alexandre Guerreiro Antão. - Lisboa : [s.n.], 2025. - Dissertação de Mestrado em Gestão, Faculdade de Ciências da Economia e da Empresa da Universidade Lusíada.

I - ANTÃO, Mário Alexandre Guerreiro, 1965-

LCSH

1. Automóveis - Compra - Portugal
2. Indústria automóvel - Portugal
3. Universidade Lusíada. Faculdade de Ciências da Economia e da Empresa - Teses
4. Teses - Portugal - Lisboa

1. Automobiles - Purchasing - Portugal
2. Automobile industry and trade - Portugal
3. Universidade Lusíada. Faculdade de Ciências da Economia e da Empresa - Dissertations
4. Dissertations, academic - Portugal - Lisbon

LCC

1. TL162. M462025

AVISO LEGAL

O conteúdo desta dissertação reflete as perspectivas, o trabalho e as interpretações do autor no momento da sua entrega. Esta dissertação pode conter incorreções, tanto conceptuais como metodológicas, que podem ter sido identificadas em momento posterior ao da sua entrega. Por conseguinte, qualquer utilização dos seus conteúdos deve ser exercida com cautela. Ao entregar esta dissertação, o autor declara que a mesma é resultante do seu próprio trabalho, contém contributos originais e são reconhecidas todas as fontes utilizadas, encontrando-se tais fontes devidamente citadas no corpo do texto e identificadas na secção de referências. O autor declara, ainda, que não divulga na presente dissertação quaisquer conteúdos cuja reprodução esteja vedada por direitos de autor ou de propriedade industrial.

AGRADECIMENTOS

A entrega da presente Dissertação marca o fim de um ciclo, de dedicação aos estudos, e o início de uma nova etapa na minha vida. Deste modo, gostaria de expressar o meu agradecimento às pessoas que contribuíram para a sua concretização.

Ao Professor Doutor Mário Antão pelo apoio ao longo dos últimos meses para a elaboração da Dissertação. Pela sua orientação e pelos seus conselhos que me fizeram alcançar a conclusão deste trabalho. E, acima de tudo, por ter aceitado ser o meu orientador numa fase em que eu já estava mais afastado desta Instituição.

Gostaria de deixar uma nota de agradecimento a todas as pessoas que trabalham na secretaria de mestrados, com especial atenção ao Dr. Fernando Duarte por toda a ajuda e disponibilidade para as questões que tive de resolver ao longo deste percurso.

Quero ainda agradecer aos meus amigos mais próximos que foram importantes para conseguir ver as coisas de forma mais eficiente e objetiva.

Por último, à minha Família. À minha Irmã e Pai pelo amor, carinho e ânimo diários. Por todos os momentos em que me apoiaram e ajudaram a ultrapassar os desafios e contratempos. Por me terem incentivado a finalizar o mestrado e não terem, em momento algum, duvidado das minhas capacidades. À minha Mãe por ter sido a minha inspiração.

A todos, muito obrigado.

APRESENTAÇÃO

Fatores Financeiros Determinantes no Processo de Aquisição de Automóvel em Portugal

Joaquim Mário Silva Santos Torres Mendes

A presente dissertação tem como tema central o setor automóvel em Portugal. Nesse sentido, este estudo procura compreender quais são os fatores financeiros que têm maior relevância aquando da tomada de decisão do consumidor na compra de um automóvel em Portugal. Adicionalmente, o automóvel é um meio de transporte usado numa base diária por um número bastante elevado de portugueses, que o torna até, para muitos, um bem imprescindível. Num setor que tem evoluído a um ritmo muito elevado nos últimos anos, importa compreender de que forma é que estas evoluções podem afetar o modo como o consumidor vê as marcas e a crescente oferta que existe no mercado. Para tal, a revisão bibliográfica vai de encontro a temas relacionados com as etapas de um processo de compra, às diversas opções disponíveis para adquirir um automóvel e às variáveis financeiras que mais influenciam a tomada de decisão. Para nos ser possível compreender que fatores seriam determinantes no momento da decisão, foi desenvolvido um inquérito que nos desse a possibilidade de responder às hipóteses que foram levantadas. A dissertação termina com uma breve conclusão e algumas considerações finais em que se percebe que os fatores financeiros são determinantes para a aquisição de um automóvel em Portugal.

Palavras-chave: Setor Automóvel, Aquisição de Automóvel, Fatores Financeiros

ABSTRACT

Determining financial factors in the process of buying a car in Portugal

Joaquim Mário Silva Santos Torres Mendes

The central theme of this dissertation is the automobile sector in Portugal. In this sense, this study seeks to understand which financial factors are most relevant when consumers make a decision to buy a car in Portugal. In addition, the car is a means of transportation used on a daily basis by a very large number of Portuguese, which makes it, for many, an indispensable asset. In a sector that has evolved at a very high rate in recent years, it is important to understand how these developments can affect the way consumers view brands and the growing range on the market. To this end, the literature review covers topics related to the stages of a purchasing process, the various options available for buying a car and the financial variables that most influence decision-making. In order to understand which factors would be decisive at the time of the decision, a survey was developed to enable us to answer the hypotheses that had been raised. The dissertation ends with a brief conclusion and some final considerations in which it is clear that financial factors are decisive when it comes to buying a car in Portugal.

Keywords: Automotive Sector, Car Purchase, Financial Factors

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Vendas e Serviços Automóvel em M€.....	177
Figura 2 - Etapas de Processo de Compra	19
Figura 3 - Fórmula Taxa de Esforço Agregado Familiar	26

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Diferenças Entre Modalidades de Aquisição de Automóvel	23
Tabela 2 - Género.....	31
Tabela 3 - Intervalo de Idades	31
Tabela 4 - Estado Civil.....	31
Tabela 5 - Habilitações Literárias.....	332
Tabela 6 - Situação Profissional.....	332
Tabela 7 - Ligação ao Setor Automóvel	33
Tabela 8 - Rendimento Mensal	33
Tabela 9 - Despesas de Manutenção	344
Tabela 10 - Segurança	355
Tabela 11 - Consumo de Combustível.....	355
Tabela 12 - Frequência de Condução.....	36
Tabela 13 - Valor do Seguro	36
Tabela 14 - Financiamento	37
Tabela 15 - Taxa de Esforço	388
Tabela 16 - Modalidade de Aquisição	388
Tabela 17 - Estado do Veículo	39
Tabela 18 - Valor Residual.....	39
Tabela 19 - Periodicidade	399
Tabela 20 - Impostos	40
Tabela 21 - Conhecimento do Carro Elétrico.....	40
Tabela 22 - Propensão a pagar mais por um veículo elétrico.....	41
Tabela 23 - Benefícios Fiscais Carro Elétrico	42
Tabela 24 - Tempo de Carregamento Carro Elétrico	42
Tabela 25 - Autonomia Carro Elétrico	43
Tabela 26 - Vida Útil das Baterias.....	44
Tabela 27 - Índice de Correlação Hipótese 1.....	45
Tabela 28 - Percentagem do rendimento mensal familiar destinada à compra de carro novo.....	45
Tabela 29 - Percentagem do rendimento mensal familiar destinada à compra de carro usado	45
Tabela 30 - Índice de Correlação Hipótese 3	46

LISTA DE SIGLAS

FIN – Ficha de Informação Normalizada

ISV – Imposto sobre Veículos

IUC – Imposto Único de Circulação

IVA – Imposto sobre o valor acrescentado

TAEG – Taxa Anual Efetiva Global

TAN – Taxa Anual Nominal

ÍNDICE

ÍNDICE	184
1. INTRODUÇÃO	14
1.1 APRESENTAÇÃO	14
1.2 QUESTÃO DE INVESTIGAÇÃO	14
1.3 HIPÓTESES DE PESQUISA	14
1.4 OBJETIVO	15
1.5 MOTIVAÇÕES	15
1.6 ORGANIZAÇÃO DO DOCUMENTO	16
2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	17
2.1 CONTEXTO DO SETOR AUTOMÓVEL EM PORTUGAL	17
2.1.1 O PANORAMA PÓS CRISE 2008 ATÉ AOS DIAS DE HOJE	17
2.1.2 PERSPETIVAS DE FUTURO, VEÍCULOS ELÉTRICOS	18
2.2 PROCESSO DE COMPRA	19
2.2.1 ETAPAS DO PROCESSO DE DECISÃO DE COMPRA	19
2.2.2 DECISÃO DE COMPRA DE AUTOMÓVEL	20
2.3 MODALIDADES DE AQUISIÇÃO AUTOMÓVEL	21
2.3.1 PRONTO PAGAMENTO	21
2.3.2 EMPRÉSTIMO BANCÁRIO	21
2.3.3 LEASING	22
2.3.4 RENTING	22
2.3.5 ALUGUER DE LONGA DURAÇÃO	23
2.4 FATORES FINANCEIROS ASSOCIADOS A UMA COMPRA DE AUTOMÓVEL	24
2.4.1 DESPESAS DE MANUTENÇÃO	24
2.4.2 INSPEÇÃO PERIÓDICA OBRIGATÓRIA	24
2.4.3 CONSUMO DE COMBUSTÍVEL	24
2.4.4 VALOR DO SEGURO	25
2.4.5 CUSTOS DE FINANCIAMENTO	25
2.4.6 TAXA DE ESFORÇO AGREGADO FAMILIAR	26
2.4.7 VALOR RESIDUAL DO VEÍCULO	26
2.4.8 IMPOSTOS SOBRE A COMPRA	27
2.4.8.1 IMPOSTO SOBRE VEÍCULOS	27
2.4.8.2 IMPOSTO ÚNICO DE CIRCULAÇÃO	27

2.4.8.3 IMPOSTO SOBRE O VALOR ACRESCENTADO	28
3. METODOLOGIA	29
3.1 DEFINIÇÃO DO MÉTODO DE PESQUISA.....	30
3.1.1 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA	30
3.1.2 PROCEDIMENTOS DE RECOLHA DE DADOS	30
3.1.3 PROCEDIMENTO DE ANÁLISE DE DADOS	30
3.2 APLICAÇÃO DO MÉTODO DE PESQUISA.....	30
3.2.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA	30
3.2.2 ANÁLISE EXPLORATÓRIA	33
3.2.3 TRATAMENTO DA BASE DE DADOS	34
4. DISCUSSÃO	34
5. CONCLUSÃO	44
5.1 HIPÓTESES	44
5.2 RESPOSTA À QUESTÃO DE INVESTIGAÇÃO	46
5.3 CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
5.4 LIMITAÇÕES DA INVESTIGAÇÃO.....	48
5.5 RECOMENDAÇÕES PARA TRABALHOS FUTUROS	49
BIBLIOGRAFIA	50
ANEXOS	53
ANEXO 1 – QUESTIONÁRIO	53

1. INTRODUÇÃO

1.1 APRESENTAÇÃO

A presente Dissertação visa identificar as principais variáveis financeiras que condicionam a compra de um automóvel em Portugal.

Pretende-se, por intermédio do questionário anexo, obter respostas de potenciais compradores que permitam compreender quais são os principais tipos de fatores que condicionam a compra de um automóvel. De acordo com informação obtida através de *PorData* existiam, no ano de 2022, 692,5 veículos por cada 1.000 residentes em Portugal, o que nos dá um universo de veículos comprados de 6.925.000 veículos. (PorData, 2023)

Atualmente é possível, através de ferramentas de amostragem, calcular de forma mais rápida e precisa a dimensão das amostras e a forma de seleção das mesmas para conseguirmos amostras representativas da população para um determinado intervalo de confiança. Através de uma dessas ferramentas, o *SurveyMonkey*, e considerando os utilizadores de serviços financeiros na compra de um automóvel, podemos concluir que para um intervalo de confiança de 95% e uma margem de erro de 5%, necessitamos 383 respostas válidas e para um intervalo de confiança de 90% e uma margem de erro de 5%, são necessárias 271 respostas válidas.

1.2 QUESTÃO DE INVESTIGAÇÃO

Todo o processo inerente à compra de um automóvel é complexo e obriga o consumidor a ter vários fatores em consideração. Entre os quais, temos os não financeiros como, a tecnologia do veículo, a segurança ou a marca e os financeiros, como os impostos da compra, o valor que conseguimos despende para a aquisição do automóvel, os custos de manutenção, entre outros custos menos relevantes.

Desta forma, esta dissertação tem como principal objetivo responder à seguinte questão: De todos os fatores associados à compra de um automóvel em Portugal, serão os financeiros os mais relevantes aquando da tomada de decisão?

1.3 HIPÓTESES DE PESQUISA

Não obstante a compra de um automóvel ser influenciada por diversos fatores, é relevante perceber como é que variáveis como a utilização do veículo, a escolha entre veículo novo e usado e a possibilidade de optar por um veículo elétrico podem afetar essa decisão. Posto isso, esta dissertação tem as seguintes hipóteses de pesquisa:

Hipótese 1: Existe uma correlação significativa entre a periodicidade de utilização da viatura e a percentagem do rendimento que cada comprador está disposto a afetar à mesma.

Hipótese 2: Em média os adquirentes de carros novos estão dispostos a despendere uma maior percentagem do valor do agregado familiar mensal do que os adquirentes de carros usados.

Hipótese 3: O tempo de carregamento do carro elétrico é o maior entrave à compra destes modelos.

1.4 OBJETIVO

O objetivo a atingir com esta Dissertação é concluir quais são os fatores financeiros determinantes na tomada de decisão de compra de automóvel em Portugal.

De entre os diversos fatores financeiros que influenciam a compra de um automóvel, existirão uns que são mais relevantes do que outros. Contudo, a conjugação de um número alargado de variáveis, poderá revelar a melhor perspetiva para poder concluir quais serão, efetivamente, aquelas que se revelam como as preponderantes no processo da tomada de decisão na compra de um automóvel.

1.5 MOTIVAÇÕES

O tema em apreço está integrado no âmbito de um setor de atividade com grande relevância em Portugal.

Com efeito, o setor automóvel tem revelado um assinalável crescimento, nomeadamente, em termos de volume de negócios, desde 2011 até à atualidade, com exceção do período compreendido entre os anos de 2020 e 2021, devido às repercussões decorrentes da pandemia Covid-19, que também neste setor se fizeram sentir. (Banco de Portugal Stat, 2022)

Para além do relevante papel que representa, em geral, no desenvolvimento do país, o setor automóvel tem um grande impacto na criação de empregos, na promoção da inovação e no desenvolvimento tecnológico, bem como em impactos sociais e regionais positivos. É de salientar, a propósito, as iniciativas e políticas públicas relacionadas com a sustentabilidade do setor, designadamente, no que diz respeito ao crescimento da quota de mercado dos veículos elétricos que torna este tema atual, mas também futuro. (Observatório Auto, s.d.)

Importa também salientar que o tema tem especial interesse a nível pessoal. Durante os anos de 2023 e 2024 tive a oportunidade de trabalhar num dos ramos que o setor automóvel contém. A sua dimensão, complexidade e transversalidade na economia motivou-me a estudar de maneira mais aprofundada a vertente financeira que impacta a tomada de decisão dos portugueses aquando da aquisição de um automóvel.

Por último, é de sublinhar que os fatores financeiros são diferenciados para este setor e que, portanto, quando utilizados da maneira mais correta, podem revelar-se uma significativa mais-valia para a compreensão, por parte das empresas, das preferências dos consumidores.

1.6 ORGANIZAÇÃO DO DOCUMENTO

A presente dissertação está dividida em 5 capítulos. A introdução, a revisão bibliográfica, a metodologia, a discussão e a conclusão. Temos ainda, por último, a bibliografia e um anexo, o questionário.

Na introdução encontram-se 5 secções, a apresentação, a questão de investigação, as hipóteses de pesquisa, o objetivo, as motivações e, por último, este ponto, onde é explicada a organização da dissertação.

No segundo capítulo, a revisão bibliográfica, constam 4 secções, onde é dado um contexto do setor automóvel em Portugal, é explicado o processo de compra, as modalidades de aquisição de carro e, por último, são explicados os fatores financeiros associados a uma compra.

No terceiro e quarto capítulo, encontram-se a metodologia, com as secções definição do método de pesquisa e a aplicação do mesmo e a discussão.

Por último, a conclusão da dissertação, que conta com as secções de resposta às hipóteses e à questão de investigação, considerações finais, limitações da pesquisa e recomendações para trabalhos futuros.

2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

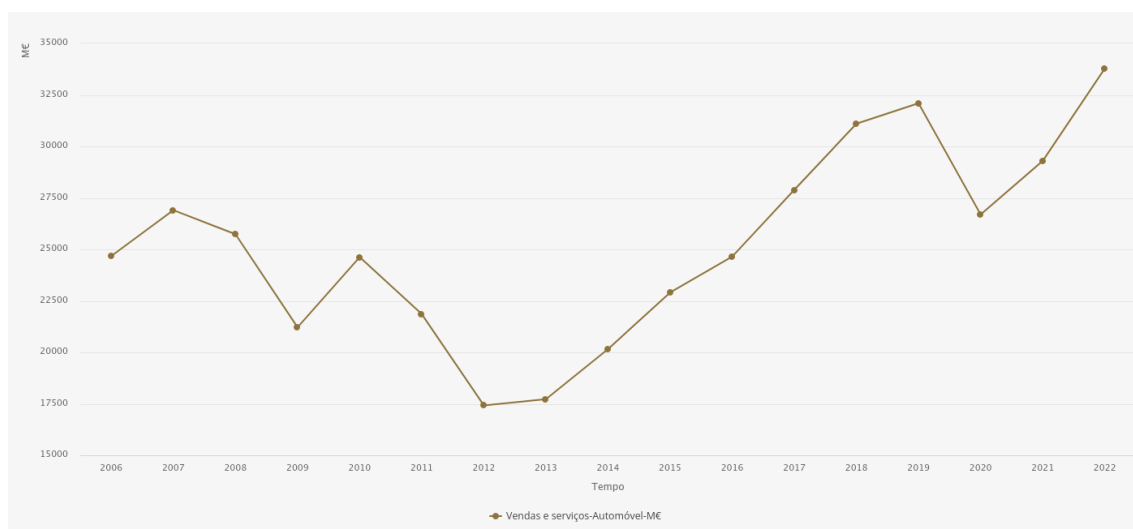
2.1 CONTEXTO DO SETOR AUTOMÓVEL EM PORTUGAL

2.1.1 O PANORAMA PÓS CRISE 2008 ATÉ AOS DIAS DE HOJE

Durante a segunda metade do ano de 2007 os bancos portugueses foram afetados devido a uma grande crise que reduziu significativamente a liquidez dos mercados financeiros. Para fazer face a estes problemas, o governo português decidiu tomar medidas de recuperação, através de vários pacotes e medidas financeiras nas diversas áreas da economia, que acabaram por fazer com que a despesa pública fosse cada vez maior.

Depois dos problemas de liquidez terem ficado resolvidos, através da sua consolidação com dinheiro público, as finanças do país tornaram-se a principal causa de alarme. Posto isto, foi necessário a União Europeia intervir e tomar medidas quanto à situação em que Portugal se encontrava, através de medidas severas de recuperação económica que atiraram o país para uma crise profunda que duraria até 2012/2013.

Figura 1 - Vendas e Serviços Automóvel em M€



Fonte: Gráfico retirado do site do Banco de Portugal, 2024

Na figura 1, temos as vendas e serviços prestados no setor automóvel em Portugal. O setor foi afetado na exata medida em que o país sofreu as consequências desta grande crise mundial.

Nesta figura conseguimos perceber a tendência de recessão entre 2007 e 2012, com um período de contraciclo em 2009, devido às medidas tomadas pelo governo português e depois a recuperação do setor automóvel até ao ano de 2019, ano em que o mundo é tomado por uma pandemia. Pandemia essa que travou por completo a economia global durante cerca de 1 ano. Após esse período, podemos perceber que o setor conseguiu recuperar e alcançar novos históricos logo no ano de 2022.

É de evidenciar que segundo um relatório da autoria de Maria Jordão, da Direção Geral das Atividades Económicas, “o setor revela também um desempenho positivo, com as vendas a crescerem de forma regular desde 2012.” (Jordão, Indústria

Automóvel, 2019, p. 15) Excluindo, naturalmente, os anos de pandemia e seguinte, onde o setor automóvel foi um dos mais afetados. (Jordão, A indústria automóvel em Portugal , 2022)

2.1.2 PERSPETIVAS DE FUTURO, VEÍCULOS ELÉTRICOS

Nos dias que correm, o mercado dos veículos elétricos está a crescer por todo o mundo. É recorrente ouvirmos em canais de informação, em leituras diversificadas, que o carro elétrico é o futuro e que, cada vez mais, é o tipo de veículo amigo do ambiente e que será a aposta da indústria automóvel.

A mobilidade elétrica, como a conhecemos atualmente, tem aspetos positivos e negativos. Para os compreendermos temos de compreender os seus benefícios e potencialidades, mas também os enormes obstáculos para os adotar e implementar em cidades que não foram concebidas para tal. O grande objetivo de mobilidade elétrica passa por criar cidades mais sustentáveis e agradáveis de viver onde a prioridade é o bem-estar e saúde dos seus residentes. (Alanazi, 2023)

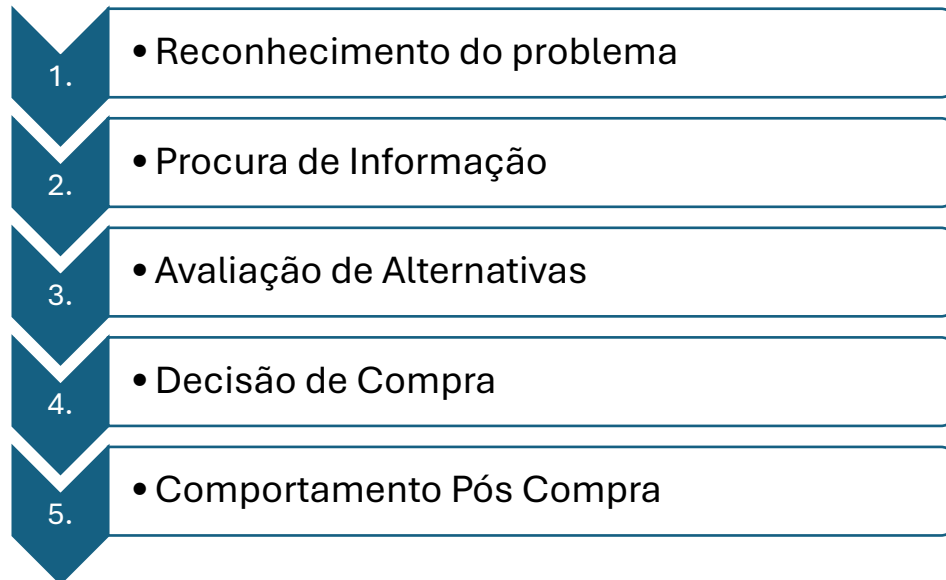
Ainda segundo Alanazi, os principais desafios passam pelos elevados custos da rede elétrica, a autonomia limitada dos veículos, as tarifas de carregamentos pouco coerentes e a recetividade das pessoas aos veículos elétricos. Contudo, afirma que estes tipos de desafios podem ser enfrentados com apoios governamentais, investimento do setor privado, educando as pessoas quanto às alternativas de mobilidade elétrica e conseguir desenvolver baterias com mais autonomia, entre muitas outras, relacionadas com a melhoria do meio ambiente.

Assim, é fundamental que a política de promoção de veículos elétricos seja analisada. Desta forma, poderemos compreender melhor se o que tem sido feito até agora tem obtido os resultados pretendidos e, caso contrário, perceber e readaptar as medidas que não estão a surtir o efeito desejado. (Matjaz Knez, 2017)

2.2 PROCESSO DE COMPRA

2.2.1 ETAPAS DO PROCESSO DE DECISÃO DE COMPRA

Figura 2 - Etapas de Processo de Compra



Fonte: Figura própria criada com base em Kotler, 2016

A primeira etapa de um processo de compra é o reconhecimento do problema. Nesta primeira etapa do processo de compra podemos, de facto, ter a necessidade de comprar um bem ou adquirir um serviço como, por exemplo, quando temos fome ou quando experimentamos algo que nos cria um sentimento de necessidade por ação de fatores que nos são externos. Noutros casos, as pessoas que nos são próximas podem influenciar-nos ou até criar-nos um sentimento de intenção de compra. Na mesma linha de pensamento, os anúncios televisivos são um excelente exemplo de uma externalidade que foi criada para nos fazer comprar bens e serviços. (Philip Kotler, 2016)

A segunda etapa está associada à procura de informação sobre o que se pretende comprar. Esta pode ser mais ou menos intensa, sendo que apenas cerca de 30% dos consumidores fazem esta procura de informação em mais do que 1 marca. Ainda é possível distinguir a pesquisa de informação em duas vertentes, a procura ativa de informação e a pesquisa em que apenas damos mais atenção ao que vemos num determinado bem ou serviço. Diferem entre si de forma muito prática, enquanto na segunda vertente o indivíduo apenas está atento ao que chega até si sem se esforçar, na primeira vertente existe uma procura por saber e aprender sobre o bem ou serviço em questão através de contacto próximos, sites e visitas a lojas físicas. (Philip Kotler, 2016)

Estas informações podem ser classificadas quanto à origem. Assim, temos a origem pessoal, onde incluimos a família, amigos e até vizinhos; a origem comercial, em que incluimos vendedores, anúncios, e-mails e profissionais da área; a origem pública, onde as redes sociais são o grande foco; e, por último, a origem experimental onde é o

indivíduo que, através da utilização e manuseamento do bem ou serviço, fica devidamente esclarecido. (Philip Kotler, 2016)

Podemos considerar que este processo chega a meio quando o cliente sente a necessidade de avaliar possíveis alternativas, considerando, assim, que a terceira etapa é a procura de artigos semelhantes que possam constituir uma alternativa mais vantajosa.

Nesta etapa percebemos que esta avaliação de alternativas não é linear e que se está a tornar mais complexa. Atualmente, é cada vez mais comum olhar-se para um conjunto de atributos por cada produto. Desta forma, o processo de estudo de alternativas divide-se em dois grupos, as pessoas que têm crenças e atitude em relação a determinadas marcas e, por outro lado, as pessoas que se baseiam num modelo de expectativa face ao valor do produto. Ambos os grupos são autoexplicativos. No primeiro, o indivíduo tem uma crença e uma preferência por uma determinada marca e é muito pouco provável que a altere; no segundo grupo, é efetuada uma avaliação de diversos fatores chave entre as várias marcas. Nesta avaliação, são conferidos graus de importância distintos às várias características de um certo bem e, em função das pontuações atribuídas, haverá uma marca que se destacará.

A quarta etapa é, finalmente, a decisão de compra. Nesta fase, existem diversas outras decisões que culminam na compra propriamente dita. Entre elas, temos a escolha da marca, o vendedor, a quantidade, o momento da compra e o método de pagamento. (Philip Kotler, 2016) Neste último ponto, antes de o bem ou serviço ser adquirido é importante perceber as necessidades e as preferências do consumidor. Para o efeito, o papel de um vendedor pode ser crucial para conseguir satisfazer as necessidades do cliente.

Por último, temos o comportamento de pós compra por parte do consumidor. Segundo Schiffman, existem 3 resultados possíveis que derivam da utilização de um produto. São elas, um sentimento neutro, um exceder de expectativas e um não corresponder às expectativas. Os 3 resultados originam 3 consequências distintas. Quando estamos perante um sentimento neutro, o cliente fica satisfeito com a sua compra, sente que o que pagou foi justo e, provavelmente, irá comprar novamente. Quando supera as expectativas, o cliente fica com o sentimento de que qualidade da sua compra é superior ao que esperava e, como tal, pode até comentar com amigos, vizinhos ou familiares no sentido de os convencer a adquirir também esse produto. Num sentido contrário, quando existe desilusão associada a uma compra, o consumidor terá a tendência a procurar alternativas melhores do que aquela pela qual optou. (Schiffman, 2012)

2.2.2 DECISÃO DE COMPRA DE AUTOMÓVEL

Tal como outra qualquer decisão de compra de um bem, a compra de um automóvel também tem várias etapas. Podemos, inclusive, afirmar que a compra de um carro é uma das mais delicadas na vida de uma pessoa por diversos fatores, entre os quais está a durabilidade do veículo, principalmente, por força da dimensão económico-financeira que representa possuir um automóvel.

Segundo Nezakati & Asgari, a compra de um automóvel é um dos maiores investimentos da vida de uma pessoa, sendo apenas ultrapassado pela compra de uma casa. (Nezakati & Asgari, 2011)

De entre todos os fatores que nos podem influenciar a comprar um automóvel, o presente estudo pretende focar-se no grau de relevância dos fatores financeiros pois, independentemente do gosto e desejos de cada consumidor, a componente financeira determina o que se poderá efetivamente comprar.

Acerca do assunto, Sathish & Thangam, procedem a uma análise dos principais fatores que influenciam os consumidores na tomada de decisão aquando da compra de um automóvel. Para além de concluírem que, entre outros, o preço tem um papel fundamental no momento da compra, reforçam esta ideia afirmando que determinar um preço ajustado é um processo tão essencial como difícil, pelo que deve ser uma área a que as empresas devem prestar a maior atenção. (Thangam & A.Sathish, 2018)

Em suma, o processo de compra de um automóvel é semelhante à de um qualquer outro bem. Temos é de ter a sensibilidade para perceber que os valores envolvidos são, muitas das vezes, avultados e que, por isso mesmo, podem ter um grande impacto no nosso quotidiano.

2.3 MODALIDADES DE AQUISIÇÃO AUTOMÓVEL

Atualmente existem várias formas de a um veículo. Desde as mais antigas, como a compra do automóvel a pronto pagamento a outras mais recentes e elaboradas como o renting e o leasing.

2.3.1 PRONTO PAGAMENTO

O pronto pagamento é o modo de pagamento mais simples dos apresentados neste trabalho. Não envolve a intervenção de nenhum tipo de terceiros para efetuar a compra. Resume-se a um montante que um indivíduo tem disponível para fazer a compra de forma imediata, seja ela em numerário ou noutro meio de pagamento.

Esta solução tem vantagens e desvantagens como todas as outras opções. Se por um lado, não tem juros associados, contratos, nem envolve terceiros, por outro, será necessário um compromisso grande por parte do comprador consigo próprio, no sentido de conseguir juntar a quantia necessário para efetuar a transação.

2.3.2 EMPRÉSTIMO BANCÁRIO

O crédito para aquisição de automóvel novo ou usado, é um instrumento financeiro bastante utilizado em Portugal. Segundo uma notícia recente do jornal digital Eco, com base em dados divulgados pelo Banco de Portugal, pode ler-se que do total de dinheiro pedido pelas famílias no arranque de 2024, pouco mais de um terço correspondem à compra de carro. (Teixeira, 2024)

O autor acrescenta ainda que existiu um aumento de 8,7% nos créditos para compra de automóvel. Este aumento deu origem a que 36% dos empréstimos ao consumo, concedidos no primeiro trimestre de 2024, tivessem sido crédito automóvel. No que diz respeito a carros usados, existiu um aumento de 11% no valor total. (Teixeira, 2024)

De acordo com Odegua, podemos classificar os empréstimos bancários como créditos, entenda-se dinheiro, emprestado por bancos ou instituições financeiras a consumidores finais. O retorno é feito mediante um acordo em que as partes definem as datas de pagamento e os respetivos juros. (Odegua, 2020)

2.3.3 LEASING

O leasing é, de forma sucinta, um contrato entre duas partes, o locador, que é quem fornece o ativo, e o locatário, pessoa singular ou coletiva que irá utilizar o bem durante um determinado tempo. Em contrapartida da utilização do ativo, o locatário terá de efetuar pagamentos, por norma periódicos, previamente acordados. Quando o contrato termina, existe a possibilidade de o locatário comprar o ativo em questão, por um valor que foi previamente estabelecido. (Sugheyer *et al.*, 2005)

O pagamento nesta modalidade possui uma base de cálculo que tem em conta o preço do bem, a sua vida útil e as eventuais depreciações que o próprio ativo terá de suportar para poder ser utilizado. O referido pagamento poderá ser influenciado em função de possíveis receitas que o ativo possa vir a gerar no futuro. (Mavila, 2003)

Em suma, o leasing é uma modalidade de financiamento para a compra de um veículo por intermédio de uma locadora, sendo que no final do contrato o locatário poderá efetuar a respetiva compra do mesmo pelo valor inicialmente acordado. (Bexiga, 2023)

2.3.4 RENTING

O renting, de modo sucinto, é uma forma de alugar carros novos mediante prestações fixas, sem a necessidade de pagar uma entrada inicial ou outro tipo de encargos. Neste tipo de modalidade, as principais despesas de manutenção e outros serviços adicionais estão incluídos no montante da renda. Este tipo de aluguer é feito por um período e quilometragem específicos. (Bexiga, 2023)

De uma forma mais sucinta e objetiva, Durgee & O'Connor designam renting como uma transação entre duas partes em que um bem é entregue por um período fixado a troco de dinheiro, não mudando de proprietário. (Durguee & O'Connor, 1995)

Podemos ainda dizer, com base no estudo de Benoit & Wittkowski, que o renting é um serviço para pessoas que não têm a necessidade de um sentimento de pertença aos bens que utilizam e que apreciam de seguir as mais recentes tendências do mercado. (Benoit & Wittkowski, 2010)

2.3.5 ALUGUER DE LONGA DURAÇÃO

Em termos objetivos, o aluguer de longa duração é, na maioria dos casos, idêntico ao leasing. Existe, todavia, uma diferença que importa realçar porque no final do contrato verifica-se a aquisição da viatura, de forma obrigatória, por parte do cliente.

Segundo Soares, o aluguer de longa duração “é um contrato de aluguer da viatura por um período determinado, sendo o cliente, no final do contrato, legal proprietário da viatura. Este tipo de crédito exige um contrato de seguro de danos próprios”. (Soares, 2010, p. 62)

Tabela 1 - Diferenças Entre Modalidades de Aquisição de Automóvel

	ALD	Leasing	Renting	Crédito Automóvel
Sujeito a variações das taxas de juro	Não	Não	Não	Sim
Taxas mais elevadas	Sim	Sim	Sim	Não
É possível mudança de contratante	Sim	Sim	A viatura não fica em nome do contratante	Não
Aquisição da viatura no final do contrato	Obrigatória	Opcional	Não	Não aplicável
Benefícios fiscais para empresas	Sim	Sim	Sim	Não
Custos de manutenção incluídos	Não	Não	Sim	Não

Fonte: Tabela própria criada com base no site da Caetano Retail, 2022

2.4 FATORES FINANCEIROS ASSOCIADOS A UMA COMPRA DE AUTOMÓVEL

Entre alguns dos autores já anteriormente referidos neste trabalho, também Pawar & Naranje concluíram que, de entre os diversos fatores financeiros, o preço é um indicador a ter em conta no processo de compra de um automóvel. (Pawar & Naranje, 2016)

Como tal, e tendo em conta diversas variáveis financeiras ou variáveis que afetam, de forma direta, o preço e o custo de utilização de um carro, iremos debruçarmo-nos sobre os conceitos abaixo indicados.

2.4.1 DESPESAS DE MANUTENÇÃO

Segundo a Caetano Retail, uma empresa de um dos principais grupos do setor da mobilidade e do automóvel em Portugal, a manutenção automóvel é imprescindível para garantir o bom estado de conservação do veículo e uma condução mais segura. No entanto, importa relembrar que estas manutenções representam um custo extra que influencia e impacta o orçamento das famílias. (Retail, 2022). O grupo Salvador Caetano é uma das maiores empresas em Portugal e, derivado desse reconhecimento, pertence à Associação Business Roundtable Portugal, uma associação que engloba as 42 maiores empresas privadas que tem como principal objetivo o desenvolvimento económico e social sustentado do país. (Martins, 2021).

Também Denton & Pells, validam a ideia de que a manutenção tem um propósito simples, o de manter o veículo em bom funcionamento e com uma condução segura. (Denton & Pells, 2022)

A manutenção do automóvel, para além de assegurar o bom estado do veículo, pode ser útil se for realizada antes de o submetermos à inspeção periódica obrigatória, garantindo, assim, que este cumpre com todos os requisitos exigidos por lei.

2.4.2 INSPEÇÃO PERIÓDICA OBRIGATÓRIA

As inspeções periódicas obrigatórias procuram assegurar que o veículo e as respetivas condições de segurança estão em funcionamento, de acordo com as características originais. (Portugal G. d., 2012)

Como podemos concluir, as referidas inspeções também são essenciais para a segurança rodoviária. Quanto melhor for o estado de conservação dos veículos, maior será a segurança dos mesmos. No presente ano, o custo da inspeção periódica de veículos ligeiros está fixado em 29,18€ sem IVA, 35,89€ com IVA. (ACP, 2024)

2.4.3 CONSUMO DE COMBUSTÍVEL

O consumo de combustível é uma variável importante para podermos calcular, de forma aproximada, o custo que iremos ter de suportar para conseguirmos usar o

veículo. Associado ao consumo de combustível, temos o preço do mesmo e a eficiência do veículo.

De acordo com Knittel, a indústria dos carros novos é afetada pela variação positiva do preço dos combustíveis. Sendo assim, potenciais clientes procuram comprar carros mais eficientes para poderem ter uma poupança no combustível. Diz ainda, que os clientes estão dispostos a pagar por veículos de gama superior se isso significar uma eficiência mais elevada. (Knittel, 2009)

Também Liu, concorda que o consumo dos combustíveis e os custos associados são avultados. Afirma que representam cerca de 65% dos custos operacionais. Também vai de encontro à ideia de que quanto mais sobem os preços dos combustíveis mais os clientes vão procurar carros que sejam eficientes. (Liu, 2010)

2.4.4 VALOR DO SEGURO

Todo e qualquer veículo a circular em Portugal, se tiver registo de matrícula, necessita de ter seguro. É obrigatório possuir um seguro automóvel para proteger os interesses de eventuais lesados, garantindo, assim, que os prejuízos decorrentes das perdas e dos danos que estejam cobertos, serão pagos. (Português, Cobertura de seguro automóvel em Portugal, s.d.)

Resumidamente, um seguro procura colmatar a necessidade das pessoas e instituições, no sentido de prevenir as consequências negativas da ocorrência de um risco que destrua um bem ou atente contra a vida e a saúde das pessoas. (Guedes-Vieira, 2012)

Relativamente ao valor do seguro, segundo a Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões (ASF), cada segurador tem a liberdade de fixar os valores dos prémios, incluindo o do seguro obrigatório de responsabilidade civil automóvel. Diversos fatores podem influenciar de forma negativa ou positiva neste valor como, por exemplo, a idade do veículo, o número de anos que o sujeito tem de carta e a sua idade. (ASF, 2021)

2.4.5 CUSTOS DE FINANCIAMENTO

A grande vantagem de se pedir um crédito para a compra de um automóvel é a de nos permitir adquirir o bem sem termos o dinheiro para o fazer. Desta forma, podemos antecipar uma compra que iria ter de ser adiada, provavelmente vários anos, até conseguirmos juntar todo esse dinheiro. No entanto, esta compra antecipada via crédito tem custos associados, de seu nome custos de financiamento ou custos de crédito.

Para recorrer ao crédito, precisamos de encontrar uma instituição financeira, por exemplo um banco, que nos conceda esse crédito. Segundo o Banco de Portugal, o cliente tem o direito de ser informado relativamente às condições do crédito para que, se assim o pretender, poder comparar essa com outras propostas. (Portugal, Como contratar)

Estas informações devem vir contempladas numa ficha de informação normalizada, FIN, que é disponibilizada ao cliente aquando de uma simulação de crédito. Estas fichas estão segmentadas em 4 partes. Para o presente estudo, vamos focarmo-nos no segmento do custo do crédito. Este tem de incluir a taxa de juro anual nominal, TAN, com as respetivas características, a taxa anual de encargos efetiva global, TAEG, as comissões incluídas na TAEG, as despesas notariais e os custos em caso de falta de pagamento. (Portugal, Como Contratar, s.d.)

É importante sublinhar a diferença entre as duas principais taxas que existem num crédito. Por um lado, temos a TAEG que de acordo com Silva e Matias, é utilizada para informar o mutuário acerca do custo total que irá ser suportado na operação de financiamento. (Silva & Matias, 2008). Nestes custos estão incluídos juros, impostos, comissões, seguros obrigatórios e outras despesas associadas a contratos de crédito. (Aspas, 2019)

A taxa de juro anual nominal (TAN), por sua vez, corresponde ao montante de juros que é cobrado pelo empréstimo. Se for um empréstimo com taxa variável, temos de somar o valor da Euribor e do spread. (Aspas, 2019)

Resumidamente, a TAEG é um indicador muito mais importante para o cliente. É esta que representa o valor total que o cliente irá pagar pelo empréstimo.

2.4.6 TAXA DE ESFORÇO AGREGADO FAMILIAR

Quando tratamos de pedir um empréstimo para efetuar uma compra, neste caso de um automóvel, temos de ter em conta que todos os meses vamos ter de prescindir de parte do nosso salário líquido para o alocar a essa despesa.

Sendo assim, é importante percebermos qual é a percentagem do valor que vai ficar alocado a esse bem. A isso chamamos taxa de esforço que “é um elemento fundamental quer para o devedor, quer para o credor, atendendo a que permite calcular o peso das prestações do crédito no rendimento líquido mensal do agregado familiar.” (Rui Paulo Ataíde, 2023)

Figura 3 - Fórmula Taxa de Esforço Agregado Familiar

$$\frac{\text{Total das Prestações Financeiras}}{\text{Rendimento Líquido do Agregado Familiar}} \times 100 = \text{Total em Percentagem}$$

Fonte: Figura própria criada com base no artigo de Farinha, 2004

2.4.7 VALOR RESIDUAL DO VEÍCULO

Existe uma correlação forte entre o valor residual e o valor contabilístico. O conceito de valor residual pode ser visto de 2 formas, pela vida útil do veículo ou pela vida útil contabilística. Uma vai estar ligada a um modelo de cálculo empresarial e a outra, a que nos interessa compreender nesta dissertação, ligada às pessoas singulares. Neste caso, o valor residual será útil na eventualidade de um indivíduo querer vender o seu carro depois de o usar durante o tempo que considerar desejado.

Depois desse período, irá atribuir um valor para o vender. Nesta etapa, a forma de cálculo é, muitas vezes, feita por comparação com modelos iguais em estados de conservação idênticos. (Ana Maria Rodrigues, 2013)

Assim sendo, o valor residual para uma pessoa particular é algo subjetivo. O valor atribuído pode ser influenciado por diversas variáveis e é passível de várias interpretações de diferentes partes, neste caso, comprador e vendedor.

2.4.8 IMPOSTOS SOBRE A COMPRA

Quando decidimos comprar um automóvel, temos de ter em atenção que existem diversos impostos que vão encarecer o respetivo preço final. Entre os que têm maior impacto, destacamos o Imposto Sobre Veículos (ISV), o Imposto Único Automóvel (IUC) e o Imposto sobre o Valor Acrescentado (IVA).

A Lei nº22-A/2007, de 29 de junho, operou uma reforma global da tributação automóvel. Assim, procedeu à revogação dos impostos que até então vigoravam para o setor automóvel e introduziu dois novos impostos, o imposto sobre veículos (ISV) e o imposto único de circulação (IUC). “Ambos os impostos se regem pelos princípios da equivalência e do poluidor-pagador, em que a responsabilidade recai sobre o contribuinte em detrimento dos responsáveis originários (fabricantes automóveis), tendo como objetivo compensar custos ambientais futuros.” (Ferreira, 2021, pp. 13)

Com a entrada em vigor da reforma fiscal verde em 2015, os impostos referidos anteriormente sofreram alterações, em especial o ISV” (Ferreira, 2021, pp. 13)

2.4.8.1 IMPOSTO SOBRE VEÍCULOS

O imposto sobre veículos, aprovado pela Lei nº 22-A/2007, é um imposto “que se insere na categoria dos impostos sobre o consumo, interno e monofásico, têm como objetos de tributação os veículos automóveis, autocaravanas, motociclos, triciclos e quadriciclos, novos ou usados, que se destinem a ser matriculados em território nacional.

Este imposto apresenta como principais finalidades a redução de emissão de CO₂, o incentivo ao abate de automóveis em fim de vida e a compra de veículos menos poluentes, bem como à oneração dos contribuintes relativamente aos danos causados pela emissão de CO₂ dos veículos utilizados, ou seja, o ISV rege-se pelo princípio da equivalência.” (Ferreira, 2021, pp. 14)

2.4.8.2 IMPOSTO ÚNICO DE CIRCULAÇÃO

O imposto único de circulação “encontra-se em vigor desde 2007, tendo sido aprovado pela Lei n.º 22-A/2007.

Este imposto respeita o princípio da equivalência, ou seja, procura responsabilizar os contribuintes, na medida dos custos que estes provocam nos domínios do ambiente, infraestruturas e sinistralidade rodoviária.

Assim sendo, na maioria dos casos, o valor do IUC depende basicamente das emissões de CO₂ do veículo, da antiguidade, do combustível usado e da cilindrada do seu motor.

Adicionalmente, o IUC também é aplicado a veículos que não circulem como forma de “obrigar” os seus titulares a cancelar as respetivas matrículas, reativando-as apenas quando voltarem a circular ou para promover a destruição definitiva da matrícula através dos centros de abate de veículos.” (Ferreira, 2021, pp. 24)

2.4.8.3 IMPOSTO SOBRE O VALOR ACRESCENTADO

O IVA é o imposto aplicado às vendas ou prestações de serviços em Portugal, suportado pelo consumidor quando paga o bem ou o serviço que lhe é prestado. O vendedor ou o prestador de serviços recebe o valor do IVA do consumidor e, posteriormente, entrega-o à AT. (Português, Web site do Governo Português, s.d.)

Embora o IVA não constitua um dos impostos específicos da tributação automóvel, não pode deixar de ser considerado como um imposto muito relevante no âmbito do mercado automóvel. (Ferreira, 2021)

3. METODOLOGIA

Como em qualquer trabalho de investigação, dissertação ou artigo é necessário delinear uma estratégia coesa, objetiva e suportarmo-nos em metodologia científica. Nesse sentido, Haig afirma que a centralidade do método científico decorre do facto de este fornecer aos cientistas a principal forma de orientação na procura de conhecimento sobre o mundo. (Haig, 2014)

Numa primeira fase da dissertação, através da revisão bibliográfica, foram identificadas as variáveis financeiras mais relevantes aquando do processo de compra de um automóvel e abordamos o processo de compra em si, de forma a, também, compreender as motivações de potenciais clientes. Posteriormente, pretende-se fazer uma pesquisa aplicada à compra de um automóvel, com base numa abordagem quantitativa, com o objetivo de identificar quais são os fatores financeiros com maior relevância.

Começamos por abordar as várias perspetivas relacionadas com o enquadramento metodológico do trabalho a realizar, nomeadamente a natureza, a forma de abordagem e os objetivos.

No que diz respeito à natureza, seguimos a pesquisa aplicada, que segundo Fleury e Werlang “pode ser definida como conjunto de atividades nas quais conhecimentos previamente adquiridos são utilizados para coletar, selecionar e processar fatos e dados, a fim de se obter e confirmar resultados, e se gerar impacto”. (Werlang, 2017, pp. 11,12)

A forma de abordagem, será representada por uma pesquisa quantitativa. Dentro deste tipo de pesquisa podemos identificar os estudos *ad hoc* e os estudos sistemáticos, sendo que o que utilizámos foi o *ad hoc* que “são desenhados com um fim específico, num determinado momento, para obter determinada informação, não tendo carácter repetitivo. Os inquéritos enquadram-se” e são os mais utilizados neste tipo de pesquisa. (Sarmiento, 2013, p. 18) Permitirá, após a recolha de dados dos inquéritos, transformar a respostas das pessoas em números. Este processo, facilitará a exposição de resultados obtidos. Por último, a pesquisa terá técnicas descritivas uma vez que facilitam a organização dos dados. (Gil, 2002)

Relativamente à recolha de dados, o objetivo foi fazê-lo através de inquéritos e de dados já existentes noutros relatórios. O inquérito que foi realizado é de extrema importância para o estudo pois “permite recolher os dados, que após a sua introdução numa base de dados e a aplicação adequada dos métodos estatísticos origina os resultados”. (Sarmiento, 2013, pp. 21)

A população, conceito definido como representação da “totalidade da população que se quer analisar” (Sarmiento, 2013, pp. 21) que pretendemos estudar nesta investigação foram indivíduos, maiores de 18 anos, de nacionalidade portuguesa, de ambos os sexos.

No que diz respeito à amostra que considerámos, e que podemos definir como “um subconjunto dos indivíduos pertencentes a uma população” (Sarmiento, 2013, pp. 22), procedemos a uma avaliação das opiniões de toda a população portuguesa, potencialmente compradora de um veículo automóvel, pelo que não restringimos a área de residência, o nível académico ou qualquer outra variável, para além da idade.

3.1 DEFINIÇÃO DO MÉTODO DE PESQUISA

3.1.1 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA

De forma a ser possível conseguir obter uma amostra que nos desse possibilidade de responder à questão de investigação e às hipóteses levantadas, optamos por realizar um inquérito *online*. A pesquisa foi delimitada à população adulta, isto é, com idade igual ou superior a 18 anos, de nacionalidade portuguesa e de ambos os sexos.

3.1.2 PROCEDIMENTOS DE RECOLHA DE DADOS

O inquérito, criado na plataforma *Google Forms*, foi disponibilizado entre os dias 4 e 21 de agosto de 2024. O mesmo foi partilhado em algumas plataformas, como o *LinkedIn*, redes sociais, *e-mail* e presencialmente para conseguir ter uma amostra com a dimensão necessária e desejada.

3.1.3 PROCEDIMENTO DE ANÁLISE DE DADOS

Os dados recolhidos foram sujeitos a análise com suporte às ferramentas de análise de dados do Excel. A análise descritiva dos resultados obtidos foi feita através de tabelas de frequência e coeficientes de correlação.

As tabelas de frequência apresentam-nos de que forma é que os inquiridos se sentem em relação a certos fatores e que importância dão aos mesmos. Os coeficientes de correlação vão dar-nos a possibilidade de aceitar ou rejeitar as hipóteses levantadas neste projeto.

3.2 APLICAÇÃO DO MÉTODO DE PESQUISA

3.2.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

Este capítulo procura apresentar os resultados obtidos através de uma análise quantitativa elaborada com base nas respostas do inquérito. Este inquérito foi respondido por 451 pessoas, maiores de idade com residência em Portugal, sendo que, por insuficiência de totalidade dos dados nas respostas, considerámos válidos 401 conjuntos de respostas.

Na caracterização demográfica da amostra, damos relevo ao género, à idade e ao estado civil dos inquiridos. Relativamente ao género das pessoas, concluímos que dos 401 inquiridos, 207 são do sexo masculino e 194 do sexo feminino, representando 51,62% e 48,38%, respetivamente.

Tabela 2 - Género

Género	Nº Respostas	Percentagem
Feminino	194	48,38%
Masculino	207	51,62%
Total	401	100%

Fonte: Tabela própria criada com base no inquérito

No que diz respeito à idade dos inquiridos, a maioria tem entre 25 e 34 anos (65,84%). Segue-se o intervalo compreendido entre os 18-24 anos (13,97%). O terceiro intervalo mais representado é o dos 35-50 anos (10,97%). Por fim, temos 36 pessoas que se situam no intervalo dos 51-65 anos (8,98%) e apenas 1 com mais de 65 anos (0,25%).

Tabela 3 - Intervalo de Idades

Idade	Nº Respostas	Percentagem
25 – 34	264	65,84%
18 – 24	56	13,97%
35 – 50	44	10,97%
51 – 65	36	8,98%
Mais de 65	1	0,25%
Total	401	100%

Fonte: Tabela própria criada com base no inquérito

Os números relativos ao estado civil das pessoas compreendidas na amostra, revelam que a grande maioria, 315 (78,55%) é solteira, 58 são casadas (14,46%), 14 (3,49%) estão divorciadas e 14 (3,49%) respondem que possuem outro estado civil.

Tabela 4 - Estado Civil

Estado Civil	Nº Respostas	Percentagem
Solteiro	315	78,55%
Casado	58	14,46%
Outro	14	3,49%
Divorciado	14	3,49%
Total	401	100%

Fonte: Tabela própria criada com base no inquérito

Na análise socioeconómica dos inquiridos destacamos quatro indicadores: as habilitações literárias, a situação profissional, a ligação entre a situação profissional e o setor automóvel e, por último, o rendimento do respetivo agregado familiar.

Relativamente às habilitações literárias, 174 inquiridos possuem o grau de licenciatura, representando 43,39% da amostra. Por sua vez, 144 (35,91%) dizem ter o grau de mestrado e 75 (18,70%) o ensino secundário. Da amostra fazem ainda parte 4 inquiridos (1,00%) com o grau de doutor (1,00%) e 4 (1,00%) com o ensino básico.

Tabela 5 - Habilitações Literárias

Habilitações Literárias	Nº Respostas	Percentagem
Licenciatura	174	43,39%
Mestrado	144	35,91%
Ensino Secundário	75	18,70%
Doutoramento	4	1,00%
Ensino Básico	4	1,00%
Total	401	100%

Fonte: Tabela própria criada com base no inquérito

Quanto à situação profissional, obtivemos um leque maior nas opções de resposta.

A situação profissional quantitativamente mais expressiva, é a de trabalhar por conta de outrem que totaliza 303 respostas (75,56%), seguida da do trabalhador por conta própria com 44 (10,97%) e a dos estudantes com 33 (8,23%).

As restantes opções revelaram-se muito menos expressivas em face das três anteriormente indicadas. Com efeito, as pessoas na situação de desemprego, as que detêm o seu próprio negócio, as que declaram possuir outra situação profissional e as que se encontram na situação de reforma, obtiveram a resposta de 10 (2,49%), 8 (2%), 2 (0,50%) e 1 inquirido (0,25%), respetivamente.

Tabela 6 - Situação Profissional

Situação Profissional	Nº Respostas	Percentagem
Trabalhador por conta de outrem	303	75,56%
Trabalhador por conta própria	44	10,97%
Estudante	33	8,23%
Desempregado	10	2,49%
Detentor de negócio	8	2,00%
Outra	2	0,50%
Reformado	1	0,25%
Total	401	100%

Fonte: Tabela própria criada com base no inquérito

Sobre a existência ou não de ligações entre a situação profissional dos inquiridos e o setor automóvel, as respostas vão no sentido de que 355 (88,53%) não têm ligações com este setor e que 46 (11,47%) têm com ele alguma espécie de ligação.

Tabela 7 - Ligação ao Setor Automóvel

Ligação Setor Automóvel	Nº Respostas	Percentagem
Não	355	88,53%
Sim	46	11,47%
Total	401	100%

Fonte: Tabela própria criada com base no inquérito

Por último, temos o indicador do valor do rendimento mensal do agregado familiar da pessoa inquirida.

O valor do rendimento mensal do agregado familiar mais representado na amostra é o compreendido entre os 1.001€ e 2.000€ mensais com 146 respostas (36,41%). Na segunda posição, surge o valor situado entre 2.001€ e 3.000€ com 118 respostas (29,43%), seguido de muito perto pelo que se situa acima dos 3.000€ com 106 respostas (26,43%). Finalmente, 31 respostas (7,73%) indicam que o referido rendimento é inferior a 1.000€ mensais.

Tabela 8 - Rendimento Mensal

Rendimento Mensal	Nº Respostas	Percentagem
Entre 1.001€ e 2.000€	146	36,41%
Entre 2.001€ e 3.000€	118	29,43%
Mais de 3.000€	106	26,43%
Até 1.000€	31	7,73%
Total	401	100%

Fonte: Tabela própria criada com base no inquérito

3.2.2 ANÁLISE EXPLORATÓRIA

Trata-se de um estudo exploratório que não visa tirar conclusões do trabalho, mas sim recolher dados e identificar lacunas no conhecimento científico que poderão ser resolvidas, em parte ou na totalidade através da investigação que nos propomos realizar.

3.2.3 TRATAMENTO DA BASE DE DADOS

Corresponde ao tratamento estatístico dos dados recolhidos de modo a obter resultados que validem ou contrariem as hipóteses de investigação que foram formuladas. Os resultados obtidos são elementos importantes para suportar a discussão que se segue a esta fase e que corresponde ao contraditório entre o estado da arte e os resultados obtidos. Suportam ainda as conclusões apresentadas no estado da arte.

4. DISCUSSÃO

Tendo em conta o objetivo da presente Dissertação, reunimos oito questões relacionadas com aspetos financeiros associados à compra de um automóvel. Essas questões incidem sobre despesas de manutenção, consumo de combustível, valor do seguro, custos e variedade de financiamento, taxa de esforço, valor residual e impostos. Todas as questões têm o mesmo formato de resposta de 1 a 5, sendo: 1 – Sem importância, 2 – Pouco importante, 3 – Neutro, 4 – Importante e 5 – Muito Importante.

Os aspetos mencionados acima e que, por sua vez, serão analisados neste capítulo, estão em linha com os que alguns autores mencionaram como relevantes num processo de aquisição de compra de um automóvel e que podem até ser decisivos.

Posto isto e no que diz respeito ao grau de importância que as pessoas atribuem às despesas de manutenção, a maioria dos inquiridos, 222 (55,36%), considera que a questão é importante e 90 (22,44%) muito importante. A opção neutra, pouco importante e sem importância recolheram, respetivamente, a preferência de 68 (16,96%), 17 (4,24%) e 4 (1,00%) pessoas.

Tabela 9 - Despesas de Manutenção

Despesas de Manutenção	Nº Respostas	Percentagem
4 Importante	222	55,36%
5 Muito importante	90	22,44%
3 Neutro	68	16,96%
2 Pouco importante	17	4,24%
1 Sem importância	4	1,00%
Total	401	100,00%

Fonte: Tabela própria criada com base no inquérito

Estes resultados estão em linha com o que (Denton & Pells, 2022) afirmam, no sentido em que a manutenção é importante para manter o bom funcionamento e segurança do carro. Este último, foi também questionado no inquérito, para percebermos que outros fatores, que não fossem financeiros, podiam pesar no momento da aquisição de um automóvel. Conseguimos perceber que a segurança é um dos pontos em que as pessoas não se descuidam, levando assim a crer que manter o carro em pleno funcionamento, através de manutenções, é importante. Com efeito, para 256 inquiridos (61,35%) a segurança do veículo é um aspeto muito importante e para 136

(33,92) importante. Apenas 17 pessoas (4,24%) entendem esta questão de forma neutra e 2 (0,50%) como pouco importante.

Tabela 10 - Segurança

Segurança	Nº Respostas	Percentagem
5 Muito importante	246	61,35%
4 Importante	136	33,92%
3 Neutro	17	4,24%
2 Pouco importante	2	0,50%
Total	401	100,00%

Fonte: Tabela própria criada com base no inquérito

O consumo de combustível revelou ser um dos indicadores mais relevantes, com 85,03% dos inquiridos a considerar que esta questão é importante ou muito importante. Com efeito, no universo de 401 inquiridos, 185 (43,16%) responderam que o consumo é importante e 156 (38,90%) muito importante (38,90%). Nas posições neutra, pouco importante e sem importância foram obtidas, respetivamente, 40 (9,98%), 18 (4,49%) e 2 (0,50%) respostas.

Tabela 11 - Consumo de Combustível

Consumo de Combustível	Nº Respostas	Percentagem
4 Importante	185	46,13%
5 Muito importante	156	38,90%
3 Neutro	40	9,98%
2 Pouco importante	18	4,49%
1 Sem importância	2	0,50%
Total	401	100,00%

Fonte: Tabela própria criada com base no inquérito

De acordo com Knittel, um dos principais custos, sem colocar na equação o valor de compra do automóvel, é o consumo de combustível.(Knittel, 2009). Neste caso, a pesquisa foi também aplicada no sentido de perceber com que regularidade é que as pessoas conduzem, dado que das 401 pessoas que responderam ao inquérito, 276 (68,83%) conduzem diariamente e 76 (18,95%) semanalmente. Os números indicam, portanto, que mais de $\frac{3}{4}$ dos inquiridos utilizam o automóvel com elevada frequência. Com menor expressão, 11 (2,74%) pessoas declaram conduzir

quinzenalmente e 38 (9,48%) mensalmente. Por sua vez, é possível afirmar que o uso tão recorrente de uma viatura influencia bastante a vida financeira das pessoas.

Tabela 12 - Frequência de Condução

Frequência de Condução	Nº Respostas	Percentagem
Diariamente	276	68,83%
Semanalmente	76	18,95%
Mensalmente	38	9,48%
Quinzenalmente	11	2,74%
Total	401	100%

Fonte: Tabela própria criada com base no inquérito

O valor do seguro pode ser bastante avultado, principalmente se estivermos a considerar carros novos e o imprecisamente denominado seguro contra “todos os riscos”. A este respeito, 188 inquirido (46,88%) responderam que consideram a questão importante e 110 (27,43%) muito importante. O neutro surge como a terceira opção mais referida com 76 respostas (18,95%). Por fim, 25 (6,23%) e 2 inquiridos (0,50%) consideram, respetivamente, esta questão como pouco importante e sem importância.

Tabela 13 - Valor do Seguro

Valor do Seguro	Nº Respostas	Percentagem
4 Importante	188	46,88%
5 Muito importante	110	27,43%
3 Neutro	76	18,95%
2 Pouco importante	25	6,23%
1 Sem importância	2	0,50%
Total	401	100,00%

Fonte: Tabela própria criada com base no inquérito

Sendo que a contratação do seguro automóvel não é uma questão de escolha, mas sim de carácter obrigatório, as pessoas têm de ter atenção e perceber qual será a escolha que lhes traga melhor custo-benefício. Até porque, o grande objetivo do seguro, segundo Guedes-Vieira, é o de prevenir eventuais consequências negativas que surjam da condução de um automóvel.

Quanto ao financiamento, por sua vez, temos duas questões que incidem sobre o valor associado e a respetiva variedade.

Como podemos constatar pelas respostas recolhidos, os custos de financiamento têm um impacto significativo na tomada de decisão de aquisição de um automóvel. Das 401 pessoas inquiridas, 137 (34,16%) consideram ser muito importante ter em conta esses custos e 151 (37,66%) importante. No entanto, 72 inquiridos (17,96%) têm sobre o assunto uma opinião neutra, 30 (7,48%) não lhe conferem importância e 11 (2,74%) pouca importância.

No que se refere à questão da variedade de financiamento, 146 pessoas (36,41%) dizem tratar-se de uma questão importante, 98 (24,44%) entendem-na de forma neutra, 91 (22,69%) como muito importante, 40 (9,98%) não lhe reconhecem importância e 26 (6,48%) pouca importância.

Tabela 14 - Financiamento

Importância	Custos de Financiamento	Variedade de Financiamento
5 Muito importante	137	91
4 Importante	151	146
3 Neutro	72	98
2 Pouco importante	11	26
1 Sem importância	30	40
Total	401	401

Fonte: Tabela própria criada com base no inquérito

De acordo com Rui Paulo Ataíde, a taxa de esforço “é um elemento fundamental para” e, para os inquiridos a o seu esforço financeiro mensal é uma questão muito relevante isto porque, a questão que juntou a maior percentagem de respostas como sendo muito importante ou importante foi a da taxa de esforço do agregado familiar. Com efeito, 223 pessoas (55,61) responderam que a taxa de esforço do agregado familiar é muito importante e 119 (29,68) que é importante. Para 39 pessoas (9,73%) trata-se de uma questão neutra, para 12 (2,99%) não tem importância e, finalmente, para 8 (2,00%) tem pouca importância. Com estes valores, podemos concluir que o esforço que o agregado terá de suportar para a adquirir um automóvel é uma questão devesas importante no momento da tomada de decisão.

Tabela 15 - Taxa de Esforço

Taxa de Esforço	Nº Respostas	Percentagem
5 Muito importante	223	55,61%
4 Importante	119	29,68%
3 Neutro	39	9,73%
1 Sem importância	12	2,99%
2 Pouco importante	8	2,00%
Total	401	100,00%

Fonte: Tabela própria criada com base no inquérito

Para efetuar a compra do veículo, 181 pessoas (45,13%) preferem o pronto pagamento, 127 (31,67%) a modalidade do pagamento parcial mais empréstimo e 40 (9,97%) alocar o valor total da compra a um empréstimo. Existem outras modalidades de aquisição que, embora pouco utilizadas pelos particulares, são, igualmente, opções a ter em conta. É o caso do leasing com 36 (8,98%) respostas, o renting com 12 (2,99%) e o aluguer de longa duração com 5 (1,25%).

Tabela 16 - Modalidade de Aquisição

Modalidade de Aquisição	Nº Respostas	Percentagem
Pronto pagamento	181	45,13%
Pagamento parcial e Empréstimo	127	31,67%
Empréstimo	40	9,97%
Leasing	36	8,98%
Renting	12	2,99%
Aluguer de Longa Duração	5	1,25%
Total	401	100%

Fonte: Tabela própria criada com base no inquérito

No que diz respeito à opção pela compra de um automóvel em estado novo ou usado, 275 (68,58%) pessoas respondem que optaria por adquirir um automóvel usado e 126 (31,42%) um automóvel novo.

Tabela 17 - Estado do Veículo

Carro Novo ou Usado	Nº Respostas	Percentagem
Usado	275	68,58%
Novo	126	31,42%
Total	401	100%

Fonte: Tabela própria criada com base no inquérito

O valor residual do veículo é, de acordo com o sentido das respostas dos inquiridos, o fator financeiro menos relevante. Nesse sentido, 174 pessoas (43,39%) consideram a questão importante e 110 (27,43%) neutra. Para 62 pessoas (15,46%) o valor residual do carro é muito importante, para 43 inquiridos (10,72%), pouco importante e para 12 (2,99%) não tem importância.

Tabela 18 - Valor Residual

Valor Residual	Nº Respostas	Percentagem
4 Importante	174	43,39%
3 Neutro	110	27,43%
5 Muito importante	62	15,46%
2 Pouco importante	43	10,72%
1 Sem importância	12	2,99%
Total	401	100,00%

Fonte: Tabela própria criada com base no inquérito

Se olharmos para os resultados obtidos na periodicidade de troca de carro, percebemos que é bastante diminuta e, por sua vez, também o valor residual é o fator financeiro menos relevante.

Tabela 19 - Periodicidade

Periodicidade Troca de Carro	Nº Respostas	Percentagem
Mais de 8 anos	214	53,37%
Entre 5 e 8 anos	104	25,94%
Entre 3 e 5 anos	60	14,96%
Entre 1 e 3 anos	17	4,24%
Anualmente	6	1,50%
Total	401	100%

Fonte: Tabela própria criada com base no inquérito

É também importante constatar que, quantos mais anos passarem para o carro que conduzimos, menor será o respetivo valor devido a toda a evolução tecnológica relacionada com o setor automóvel e às novidades disponíveis num mercado em constante evolução.

Para finalizar as questões financeiras, debruçamo-nos sobre a relevância dos impostos associados à compra e utilização de um automóvel. A este respeito, 169 pessoas (42,14%) consideram a questão importante e 109 (27,18%) muito importante. Para as restantes três opções de resposta, 85 pessoas (21,20%) entendem que a questão é neutra, 29 (7,23%) pouco importante (7,23%) e para 9 (2,24%) não tem importância.

Tabela 20 - Impostos

Impostos	Nº Respostas	Percentagem
4 Importante	169	42,14%
5 Muito importante	109	27,18%
3 Neutro	85	21,20%
2 Pouco importante	29	7,23%
1 Sem importância	9	2,24%
Total	401	100,00%

Fonte: Tabela própria criada com base no inquérito

Neste último segmento da discussão, indicamos um conjunto de questões sobre veículos elétricos. O objetivo é procurar compreender em que medida as pessoas estão familiarizadas com este tipo de automóvel, quais são os fatores a que atribuem maior importância na tomada de decisão de compra e que valor estão dispostas a pagar a mais para os adquirirem.

A primeira pergunta destina-se a determinar se os inquiridos estão ou não familiarizados com o carro elétrico. Verifica-se que 290 inquiridos (72,32%) respondem afirmativamente e 111 (27,68%) negativamente.

Tabela 21 – Conhecimento do Carro Elétrico

Familiarizado Carro Elétrico	Nº Respostas	Percentagem
Sim	290	72,32%
Não	111	27,68%
Total	401	100,00%

Fonte: Tabela própria criada com base no inquérito

Nesta questão procuramos compreender se os inquiridos equacionariam ou não a hipótese pagar um valor mais elevado por um veículo elétrico equivalente a um veículo a combustão e, em caso afirmativo, que quantias estariam dispostos a pagar a mais para o efeito. Do total dos 401 inquiridos, 167 pessoas (41,65%) responderam não estarem dispostas a pagar um preço mais elevado pelo veículo elétrico. Em sentido diferente, 142 pessoas (35,41%) disseram que pagariam até mais 5.000€ pelo veículo elétrico equivalente, 64 pessoas (15,96%) que gastariam entre 5.001€ a 10.000€ a mais por esse veículo, 20 pessoas (4,99%) que despenderiam uma quantia entre os 10.000€ e os 20.000€ pelo carro elétrico e 8 (2,00%) que até gastariam mais de 20.000€ pelo referido veículo.

Tabela 22 – Propensão a pagar mais por um veículo elétrico

Montante a mais	Nº Respostas	Percentagem
Não estou disposto	167	41,65%
Até 5.000€	142	35,41%
Entre 5.001€ Até 10.000€	64	15,96%
Entre 10.001 e 20.000€	20	4,99%
Mais de 20.000€	8	2,00%
Total	401	100,00%

Fonte: Tabela própria criada com base no inquérito

No que diz respeito aos benefícios fiscais, 143 pessoas (35,66%) respondem que se trata de um fator importante na tomada de decisão de compra, 95 pessoas (23,69%) considera esta questão como neutra e 86 pessoas (21,45%) declaram que ela é até muito importante. Acresce, ainda, que 48 pessoas (11,97%) dizem que a questão é pouco importante e 29 pessoas (7,23%) não dão importância ao assunto.

Tabela 23 - Benefícios Fiscais Carro Elétrico

Benefícios Fiscais	Nº Respostas	Percentagem
4 Importante	143	35,66%
3 Neutro	95	23,69%
5 Muito importante	86	21,45%
2 Pouco importante	48	11,97%
1 Sem importância	29	7,23%
Total	401	100,00%

Fonte: Tabela própria criada com base no inquérito

As últimas três questões constantes do inquérito estão ligadas ao grau de importância que é conferido ao tempo de carregamento de um veículo elétrico, à respetiva autonomia e ao tempo de vida útil das baterias e, de acordo com Alanazi, o setor enfrenta desafios enormes no que diz respeito à mobilidade elétrica. entre os quais a autonomia limitada dos veículos e a recetividade das pessoas a esta mudança. (Alanazi, 2023)

Acerca da questão do tempo de carregamento, 179 pessoas (44,64%) consideraram que esta questão é importante e 138 pessoas (34,41%) que ela é até muito importante. Para 48 pessoas (11,97%), porém, trata-se de uma questão neutra. Por sua vez, 22 pessoas (5,49%) consideram que ela não tem qualquer importância e para 14 pessoas (3,49%) é pouco importante.

Tabela 24 - Tempo de Carregamento Carro Elétrico

Tempo de Carregamento	Nº Respostas	Percentagem
4 Importante	179	44,64%
5 Muito importante	138	34,41%
3 Neutro	48	11,97%
1 Sem importância	22	5,49%
2 Pouco importante	14	3,49%
Total	401	100,00%

Fonte: Tabela própria criada com base no inquérito

De acordo com as respostas dadas pelos inquiridos, a autonomia dos veículos elétricos é uma questão que tem um peso muito significativo para a maioria das pessoas. Assim, 225 inquiridos (56,11%) entendem que ela é muito importante, 109 (27,18%) que é importante. Para 39 pessoas (9,73%) é uma questão neutra. Apenas 20 respostas (4,99%) vão no sentido de que o assunto não tem importância ou que possui pouca importância 8 (2,00%) respostas.

Tabela 25 - Autonomia Carro Elétrico

Autonomia	Nº Respostas	Percentagem
5 Muito importante	225	56,11%
4 Importante	109	27,18%
3 Neutro	39	9,73%
1 Sem importância	20	4,99%
2 Pouco importante	8	2,00%
Total	401	100,00%

Fonte: Tabela própria criada com base no inquérito

A finalizar o inquérito, temos a questão da vida útil das baterias dos automóveis elétricos. Segundo 216 pessoas (53,87%) esta questão é muito importante. Para 119 inquiridos (29,68%) é importante e para 42 (10,47%) é neutra. Temos, ainda, 18 pessoas (4,49%) para quem a questão não tem importância e 6 (1,50%) que a consideram pouco importante.

Tabela 26 - Vida Útil das Baterias

Vida Útil Baterias	Nº Respostas	Percentagem
5 Muito importante	216	53,87%
4 Importante	119	29,68%
3 Neutro	42	10,47%
1 Sem importância	18	4,49%
2 Pouco importante	6	1,50%
Total	401	100,00%

Fonte: Tabela própria criada com base no inquérito

5. CONCLUSÃO

Neste último capítulo, iremos apresentar as principais conclusões do trabalho desenvolvido, revendo o seu conteúdo de forma sumariada. Ainda neste capítulo iremos responder às hipóteses de pesquisa, à questão de investigação, serão apresentadas as restrições da pesquisa e as recomendações para trabalhos futuros.

5.1 HIPÓTESES

Hipótese 1: Existe uma correlação significativa entre a periodicidade de utilização da viatura e a percentagem do rendimento que cada comprador está disposto a afetar à mesma. - **Hipótese não verificada**

Tabela 27 – Índice de Correlação Hipótese 1

Coeficiente de Correlação	Percentagem do rendimento para Carro Novo	Percentagem do rendimento para Carro Usado
Periodicidade de utilização da viatura	0,011	-0,015

Fonte: Tabela própria criada com base no inquérito

Para a primeira hipótese foi estudada a correlação entre três variáveis. Visto que a hipótese é sobre a alocação de rendimento à aquisição de um automóvel, foi necessário efetuar dois coeficientes de correlação, um entre a periodicidade de utilização e a percentagem do rendimento que um indivíduo está disposto a afetar à compra de um automóvel usado e o outro coeficiente de correlação com a mesma periodicidade, mas neste caso com a aquisição de um automóvel novo.

Os resultados obtidos revelam-nos que as correlações são muito fracas nos dois casos. Os valores são 0,011 quando se trata de um carro novo e -0,015 quando é um usado.

Hipótese 2: Em média os adquirentes de carros novos estão dispostos a despende uma maior percentagem do valor do agregado familiar mensal do que os adquirentes de carros usados. - **Hipótese verificada**

Para comprar um automóvel em estado novo, 176 pessoas (43,89%) responderam estar dispostas a utilizar entre 11% e 20% do rendimento mensal familiar e 123 pessoas (30,67%) menos de 10% do referido rendimento. Estas duas opções representam, em conjunto, mais de 50% das respostas expressas pelo universo dos inquiridos e indica-nos que, mesmo para a aquisição de um veículo em estado novo, as pessoas não pretendem utilizar para o efeito uma percentagem muito significativa do respetivo rendimento mensal familiar. Para as restantes três opções, por sua vez, 72 inquiridos (17,96%), 16 (3,99%) e 14 (3,49%), responderam que estariam dispostos a despende, respetivamente, entre 21% e 30%, mais de 40% e entre 31% e 40% dos rendimentos mensais familiares.

Já para a aquisição de um automóvel em estado de usado, as preferências expressas pelos inquiridos revelaram-se, de certo modo, algo idênticas, na medida em

que 192 pessoas (47,88%) e 153 (38,15%) responderam que afetariam, respetivamente, menos de 10% e entre 11% e 20% dos rendimentos mensais familiares para a compra de um automóvel usado. Todavia, apenas 32 inquiridos (7,98%) declararam que despenderiam entre 21% e 30% do referido rendimento para essa aquisição e as restantes opções não têm qualquer expressão em face das respostas obtidas quanto à opção pela compra de um carro novo.

Tabela 28 - Percentagem do rendimento mensal familiar destinada à compra de carro novo

Percentagem do rendimento para Carro Novo	Nº Respostas	Percentagem
Entre 11% e 20%	176	43,89%
Menos de 10%	123	30,67%
Entre 21% e 30%	72	17,96%
Mais de 40%	16	3,99%
Entre 31% e 40%	14	3,49%
Total	401	100%

Fonte: Tabela própria criada com base no inquérito

Tabela 29 - Percentagem do rendimento mensal familiar destinada à compra de carro usado

Percentagem para Carro Usado	Nº Respostas	Percentagem
Menos de 10%	192	47,88%
Entre 11% e 20%	153	38,15%
Entre 21% e 30%	32	7,98%
Total	377	94,01%

Fonte: Tabela própria criada com base no inquérito

Podemos verificar que em nenhuma destas duas opções, despende 30% ou mais do rendimento mensal disponível é uma possibilidade admitida para um número significativo de pessoas. Concluimos que, apesar de não existir uma diferença muito expressiva, existe uma maior disponibilidade dos inquiridos quando se trata de adquirir um carro novo comparativamente a um usado.

Hipótese 3: O tempo de carregamento do carro elétrico é o maior entrave à compra destes modelos. - **Hipótese verificada**

Tabela 30 – Índice de Correlação Hipótese 3

Coefficiente de Correlação	Importância dos benefícios fiscais	Importância do tempo de carregamento	Importância da autonomia	Importância vida útil das baterias
Disposição de pagar a mais pelo carro elétrico	0,373	0,173	0,184105	0,187829

Fonte: Tabela própria criada com base no inquérito

Para analisar esta hipótese, foram estudadas várias variáveis através de coeficientes de correlação, sendo que o valor que as pessoas estariam dispostas a pagar a mais por um automóvel elétrico foi usado em todos os cálculos para termos um termo de comparação. Posto isto, fizeram-se cálculos com as variáveis relativas aos benefícios fiscais, ao tempo de carregamento, à autonomia e à vida útil das baterias. Desta forma, os valores para a correlação para os benefícios fiscais, o tempo de carregamento, a autonomia e a duração da vida útil das baterias são respetivamente, 0,373, 0,172, 0,184 e 0,187. Estes valores indicam-nos que a importância dos benefícios fiscais tem uma força de correlação moderada positiva e todas as restantes variáveis têm uma força de correlação fraca.

Apesar de termos valores pouco expressivos em todos os fatores analisados, concluímos que as pessoas que estão dispostas a pagar mais por um veículo elétrico, consideram que o tempo de carregamento é um fator relevante e sentem que constitui um entrave à aquisição deste tipo de veículos.

5.2 RESPOSTA À QUESTÃO DE INVESTIGAÇÃO

Neste capítulo iremos responder à questão que originou o presente estudo. Nesse sentido, a resposta terá de ser analisada de acordo com as diversas variáveis que abordámos ao longo da revisão bibliográfica para tirar a conclusão mais acertada.

Objetivamente falando, não nos é possível responder de forma inequívoca à questão de partida, mas a tendência mostra-nos que os fatores financeiros acabam por ter um impacto mais relevante na decisão final do consumidor. No entanto, há fatores não financeiros que não podem ser negligenciados, como é o caso da estética e da segurança.

Analisando estas duas variáveis não financeiras, percebemos que, independentemente das questões financeiras, os portugueses vêm a segurança na condução como o fator mais importante aquando da escolha do seu veículo. Com uma percentagem de 95,26% nas hipóteses muito importante e importante, não deixando qualquer tipo de dúvida de que esta questão não é uma opção a não ter em conta. A parte estética também é uma característica importante, reunindo 76,06% das respostas nas opções importante e muito importante. As restantes têm percentagens de respostas, em termos de grau de importância, mais baixas e, inclusive, a quantidade de extras tem um nível de importância relativamente baixo, 38,15%.

Adotando a mesma forma de analisar as respostas, temos as questões financeiras que, na sua generalidade, obtiveram respostas com percentagens, em termos de grau de importância, mais elevadas face às questões não financeiras. Das 8 questões financeiras, decidimos escolher as 4 que mais grau de importância tiveram para os inquiridos.

Foram elas a taxa de esforço do agregado familiar, o consumo de combustível, as despesas de manutenção e o valor do seguro. Olhando apenas para as respostas importante e muito importante, temos os valores de 85,29%, 85,04%, 77,81% e 74,31%, respetivamente.

Com estes dados, podemos concluir que, apesar das pessoas terem gostos e preferências por certo tipo de veículo, marca ou característica relativamente a um automóvel, acabam por ser as variáveis financeiras que determinam a decisão de compra de um indivíduo.

5.3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho de investigação teve como principal objetivo identificar quais são os principais fatores financeiros que influenciam a tomada de decisão aquando da aquisição de um automóvel em Portugal. Para tal, foi necessário compreender diversas temáticas e aspetos de forma a termos uma visão mais aprofundada e fundamentada do que o setor automóvel representa em Portugal e de que forma é que o automóvel impacta a vida dos portugueses.

Considerou-se importante caracterizar o setor automóvel em Portugal desde 2008 até aos dias de hoje. Como tal, conseguimos perceber que este foi muito afetado durante a crise que afetou o país entre os anos de 2008 e 2012 e, também, durante o período da pandemia Covid-19. Sendo que a recuperação após estes períodos foi rápida e constante, demonstrando a solidez do mesmo. Importa salientar que o setor automóvel está a atravessar uma mudança bastante grande com a introdução e conquista de quota de mercado da mobilidade elétrica. É um assunto com cada vez mais expressão por todo o mundo e que traz consigo grandes desafios para os próximos anos, provavelmente décadas, devido às enormes mudanças que têm de ser feitas quer no desenvolvimento das cidades e nos próprios veículos, quer na forma como as pessoas olham e percebem este tipo de veículo pouco consensual.

Abordou-se o processo de compra e as respetivas etapas. Considera-se este tema importante, pois apenas conseguindo compreender a forma como um indivíduo se comporta aquando da compra de um bem é que seria possível identificar os fatores determinantes que levam a essa mesma compra, fatores esses que serão abordados nos parágrafos seguintes. Ainda sobre as etapas do processo de compra, ficamos a perceber que não se trata dum assunto que possa ser menosprezado e que, de dia para dia, vai ser mais importante ter em consideração como é que o cliente pensa para que seja possível adaptar a forma como as marcas chegam a potenciais compradores. No que diz respeito ao automóvel, o processo de compra é em tudo semelhante ao de um outro qualquer bem ou serviço de custo elevado. Tendo de ter sido em conta de que os valores envolvidos são avultados e uma má decisão pode ter um grande impacto na vida de uma pessoa ou mesmo de uma família.

Posteriormente, estudaram-se as modalidades de pagamento que existem disponíveis no mercado português. Existem diferentes formas de adquirir um automóvel e, por isso mesmo, as preferências das pessoas podem ser muito diferentes, seja pela necessidade do sentimento de pertença de um objeto, seja pela capacidade económica ou até mesmo pelo gosto e vontade de ter as últimas novidades do mercado. Assim, foi possível perceber que diferentes perfis de pessoas têm diferentes preferências na forma de adquirir o seu automóvel. Desde o pronto pagamento, para um perfil que prefere não ter dívidas e gosta de saber que o veículo que utiliza está completamente pago até ao leasing onde o cliente nem precisa de comprar a viatura e pode trocar de veículo no final do contrato, assumindo a propriedade do veículo apenas durante esse tempo.

No que diz respeito aos fatores financeiros relevantes associados à compra de um automóvel podemos destacar a taxa de esforço do agregado familiar, o consumo de combustível e as despesas de manutenção devido ao seu grande impacto quer no rendimento disponível das famílias quer nos custos derivados da aquisição do automóvel, isto porque a compra do automóvel é, na verdade, o ponto de partida que, por vezes, pode nem ser o mais avultado, principalmente, se estivermos a falar de um carro usado de baixo valor.

De seguida, temos a metodologia. Nesta fase começamos a construir e desenvolver a componente empírica da dissertação, não só por ser o momento em que explicamos a forma como vamos elaborar a dissertação, como também nos encaminha para o inquérito criado no âmbito de quantificarmos e identificarmos os fatores que têm maior relevância. Construiu-se um inquérito foi estruturado com o objetivo de conseguirmos responder, da forma mais objetiva possível, quer à questão de investigação quer às hipóteses que foram formuladas. Este é um pouco longo pois, procuramos abranger várias temáticas relacionadas com a aquisição de um automóvel, mas também questões relacionadas com veículos elétricos, pela razão de ser um mercado em crescimento, ser um setor com perspectivas de futuro, pela margem que tem para evoluir e pela forma como terá de conquistar a confiança das pessoas.

Na discussão, foi possível debater os valores que derivaram do inquérito e relacionar alguns dos tópicos mais relevantes com a revisão bibliográfica.

5.4 LIMITAÇÕES DA INVESTIGAÇÃO

Podemos considerar que a presente dissertação apresenta algumas restrições em diferentes aspetos.

Do ponto de vista social, e tendo sido o inquérito disponibilizado, na maioria dos casos, através da *internet*, poderá não ter contemplado algumas pessoas denominadas infoexcluídas, como as pessoas de idade mais avançada, as pessoas com rendimentos baixos ou com graus de escolaridade pouco elevados.

Geograficamente, a presente amostra também poderá não ser totalmente representativa devido ao facto de se concentrar, na sua grande maioria, no distrito de Lisboa.

Por último, importa salientar que apesar de existir uma vasta bibliografia sobre o setor automóvel em Portugal, no que diz respeito aos fatores financeiros sobre o mesmo

estamos muito mais limitados, tornando-se assim difícil ter a densidade desejada em certos tópicos.

5.5 RECOMENDAÇÕES PARA TRABALHOS FUTUROS

Com a realização deste trabalho, foi possível perceber que fatores pesam mais aquando da tomada de decisão da compra de um automóvel em Portugal, com especial atenção para os fatores financeiros. Deste modo, e dentro de várias hipóteses para futuras investigações, poderá ser relevante perceber como é que uma amostra idêntica da mesma população se comportará daqui a, por exemplo, 5 anos de forma a compreender se os padrões de consumo se alteraram.

Ainda na lógica de padrões de consumo, compreender o tipo de segmento que as pessoas mais pretendem adquirir, poderá ser um bom contributo para a academia, no sentido de avaliar que tipo de automóvel é que é mais procurado, à data do estudo, pelas pessoas, podendo até tentar fazer um comparativo com épocas diferentes.

Na mesma linha de pensamento desta Dissertação, poderá ser interessante perceber como é que este mercado funciona noutros países. Com isto, poderíamos compreender as diferenças e semelhanças que existem entre a população portuguesa e outras populações quando decidem adquirir uma viatura.

Por último, o setor automóvel poderá a ter a necessidade de efetuar mais estudos sobre veículos elétricos para aferir de que forma é que estes estão a ser e podem vir a ser percecionados pelas pessoas.

BIBLIOGRAFIA

- (2023). Obtido de PorData:
<https://www.pordata.pt/portugal/veiculos+rodoviaros+motorizados+por+mil+habitantes-3234>
- ACP. (Janeiro de 2024). *Inspeção automóvel vai ser mais cara em 2024*. Obtido de Web Site do Automóvel Clube de Portugal: <https://www.acp.pt/o-clube/revista-acp/atualidade/detalhe/inspecao-automovel-vai-ser-mais-cara-em-2024>
- Alanazi, F. (Maio de 2023). *Electric Vehicles: Benefits, Challenges, and Potential Solutions*.
- Albuquerque, S. R. (Novembro de 2022). *Uso do automóvel aumentou na última década: 66% dos portugueses deslocam-se de carro*. Obtido de Expresso: <https://expresso.pt/sociedade/censos-2021/2022-11-23-Uso-do-automovel-aumentou-na-ultima-decada-66-dos-portugueses-deslocam-se-de-carro-064f6e01>
- Ana Maria Rodrigues, T. T. (2013). *O SNC e os Juízos de Valor - uma perspetiva crítica e multidisciplinar*. Edições Almedina, S.A.
- Andreas Jost, A. F. (2005). *Residual Value Analysis*.
- Ascensão, P. (Março de 2017). *Automóvel: um sector estratégico para a competitividade nacional*.
- ASF. (2021). *Seguro Automóvel*. Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões (ASF).
- Aspas, R. (Junho de 2019). *TAN e TAEG: Quais as diferenças?* Obtido de Web site do doutor finanças: <https://www.doutorfinancas.pt/creditos/tan-e-taeg-quais-as-diferencas/>
- Banco de Portugal Stat. (2022). Obtido de <https://bpstat.bportugal.pt/serie/12633614>
- Benoit, S., & Wittkowski, K. (Março de 2010). *The burdens of ownership: Reasons for preferring renting*.
- Bexiga, S. (Novembro de 2023). *Crédito automóvel, leasing ou renting? Como distinguir antes de escolher*. Obtido de Website de Doutor Finanças: <https://www.doutorfinancas.pt/creditos/credito-automovel-leasing-ou-renting-como-distinguir-antes-de-escolher/>
- BRP. (s.d.). Obtido de Web Site de Associação Business Roundtable Portugal: <https://www.abrp.pt/pt/>
- David Brown, M. F. (2021). *O futuro do setor automóvel*. Parlamento Europeu.
- Denton, T., & Pells, H. (2022). *Automotive Technician Training - Second Edition*. Routledge.

- Durgee, J., & O'Connor, G. (Março de 1995). An Exploration into Renting as Consumption Behavior.
- Farinha, L. (Setembro de 2004). Grau de Esforço Associado ao Endividamento das Famílias: Uma Análise Baseada em dados Microeconómicos. p. 8.
- Ferreira, T. R. (2021). A fiscalidade automóvel como instrumento de proteção ambiental. pp. 10-14.
- Fontainhas, N. (Outubro de 2021). Cluster da indústria automóvel em Portugal - Caracterização e contribuição para a economia.
- Gil, A. C. (2002). *Como Elaborar Projetos de Pesquisa*. Editora Atlas.
- Guedes-Vieira, M. (2012). *Introdução aos Seguro*. Vida Económica - Editorial S.A.
- Haig, B. D. (2014). *Investigation the Psychological World*.
- Jordão, M. (2019). *Indústria Automóvel*.
- Jordão, M. (2022). *A indústria automóvel em Portugal*.
- Knittel, C. (Março de 2009). Pain at the pump: how gasoline prices affect automobile purchasing in new and used market.
- Liu, Y. (Novembro de 2010). Gasoline Prices, Fuel Economy Efficiency And Automobile Replacement Dynamics.
- Martins, H. (Junho de 2021). *42 grandes empresas unem-se para fazer Portugal crescer*. Obtido de Web Site do Expresso: <https://expresso.pt/economia/2021-06-22-42-grandes-empresas-unem-se-para-fazer-Portugal-crescer-112c1bbc>
- Matjaz Knez, M. O. (2017). Policies for Promotion of Electric Vehicles and Factors Influencing Consumers' Purchasing Decisions of Low Emission Vehicles.
- Mavila, D. (2003). Leasing Financiero. *Industrial Data - Revista de Investigación*.
- Nezakati, H., & Asgari, O. (2011). Do Consumer based-factors influence consumer buying behavior in automotive industry? *International Conference on Sociality and Economics Development*.
- Observatório Auto*. (s.d.). Obtido de <https://observatorioauto.pt/>
- Odegua, R. (Janeiro de 2020). Predicting Bank Loan Default with Extreme Gradient Boosting.
- Pawar, S., & Naranje, S. (2016). A Study on Factors influencing on Buying Behavior of Costumers. *Research journal 2015 - Institute of Science, Poona College of Computer Sciences*.
- Philip Kotler, K. K. (2016). *Marketing Management*. Pearson.

- Portugal, B. d. (2025). *Como contratar*. Obtido de Web site do Banco de Portugal: <https://cliente bancario.bportugal.pt/pt-pt/como-contratar>
- Portugal, B. d. (s.d.). *Crédito aos Consumidores - O que é e tipos de crédito*. Obtido de Web Site do Banco de Portugal: <https://cliente bancario.bportugal.pt/pt-pt/o-que-e-tipos-de-credito>
- Portugal, G. d. (11 de Julho de 2012). Decreto-Lei nº 144/2012.
- Português, G. (s.d.). Obtido de Web site do Governo Português: <https://eportugal.gov.pt/cidadaos-europeus-viajar-viver-e-fazer-negocios-em-portugal/impostos-para-atividades-economicas-em-portugal/imposto-sobre-valor-acrescentado-iva-em-portugal>
- Português, G. (s.d.). *Cobertura de seguro automóvel em Portugal*. Obtido de Web site do Governo Português: <https://eportugal.gov.pt/cidadaos-europeus-viajar-viver-e-fazer-negocios-em-portugal/veiculos-e-conduzir-em-portugal/cobertura-de-seguro-automovel-em-portugal>
- República, A. d. (Junho de 2007). Lei nº22-A/2007. Portugal.
- Retail, C. (2022). *Manutenção automóvel: Como prolongar a vida útil do seu carro?* Obtido de WebSite da Caetano Retail: <https://caetanoretail.pt/blog/dicas-manutencao-automovel/>
- Rui Paulo Ataíde, F. R. (2023). *Estudos de Direito do Consumo*. Edições Almedina, S.A.
- Sarmento, M. (2013). *Guia Prático sobre a Metodologia Científica para a Elaboração, Escrita e Apresentação de Teses de Doutoramento, Dissertações de Mestrado e Trabalhos de Investigação Aplicada*. Lisboa: Universidade Lusíada Editora.
- Schiffman, L. (2012). *Consumer Behaviour*. Pearson.
- Silva, I., & Matias, R. (2008). A importância da TAEG no contexto do sobreendividamento das famílias.
- Soares, J. C. (2010). *Dicionário de Economia*. Porto: Plátano Editora.
- Sugheyer. (2005). *Leasing in Development - Guidelines for Emerging Economies*. International Finance Corporation.
- Teixeira, A. (Maio de 2024). *Crédito ao consumo sobe 4% para recorde de 2 mil milhões no primeiro trimestre*. Obtido de Web site do Jornal Eco: <https://eco.sapo.pt/2024/05/15/credito-ao-consumo-sobe-4-para-recorde-de-2-mil-milhoes-no-primeiro-trimestre/>
- Thangam, D., & A.Sathish. (2018). Factors influencing consumers' car purchasing decision in indian automobile industry. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology (IJMET)*.
- Werlang, M. T. (2017). *Pesquisa aplicada: conceitos e abordagens*.

ANEXOS

ANEXO 1 – QUESTIONÁRIO

Questionário

O presente questionário é realizado no âmbito da realização de uma dissertação de mestrado, como parte do processo de conclusão do mestrado em gestão na Universidade Lusíada.

O inquérito é confidencial, sendo as respostas utilizadas apenas para o fim indicado.

Caso tenha 18 ou mais anos, agradecemos a sua participação, contribuindo assim para os resultados do referido projeto de investigação.

Questões genéricas

1. Género

- Masculino
- Feminino

2. Idade

- 18-24
- 25-34
- 35-50
- 51-65
- Mais de 65

3. Estado Civil

- Solteiro
- Casado
- Divorciado
- Outro

4. Habilitações Literárias

- Ensino Básico
- Ensino Secundário
- Licenciatura
- Mestrado
- Doutoramento

5. Situação Profissional

- Trabalhador por conta própria
- Trabalhador por conta de outrem
- Detentor de negócio
- Estudante
- Desempregado
- Reformado
- Outa

6. A sua profissão está ligada ao setor automóvel?

- Sim
- Não

7. Qual é rendimento mensal do seu agregado familiar?

- Até 1.000€
- Entre 1.001€ e 2.000€
- Entre 2.001€ e 3.000€
- Mais de 3.000€

Questões relacionadas com utilização e compra de automóvel

8. Conduz com que frequência?

- Diariamente
- Semanalmente
- Quinzenalmente
- Mensalmente

9. Tem automóvel próprio?

- Sim
- Não

10. Com que frequência troca de carro?

- Anualmente
- Entre 1 e 3 anos
- Entre 3 e 5 anos
- Entre 5 e 8 anos
- Mais de 8 anos

11. Optaria por adquirir carro novo ou usado?

- Novo
- Usado

12. Que percentagem do valor do agregado familiar mensal estaria disposto a despende para comprar um carro novo?

- Menos de 10%
- Entre 11% e 20%
- Entre 21% e 30%
- Entre 31 e 40%
- Mais de 40%

13. Que percentagem do valor do agregado familiar mensal estaria disposto a despende para comprar um carro usado?

- Menos de 10%
- Entre 11% e 20%
- Entre 21% e 30%
- Entre 31 e 40%
- Mais de 40%

14. Qual é a modalidade que prefere para adquirir carro?

- Pronto pagamento

- Empréstimo
- Pagamento parcial e empréstimo
- Leasing
- Renting
- Aluguer de Longa Duração

Questões Financeiras (Grau de importância de 1 a 5, sendo que 5 é muito importante, 4 importante, 3 neutro, 2 pouco importante, 1 sem grau de importância).

15. Qual é o grau de importância que dá às despesa de manutenção?

- 1 Sem Importância
- 2 Pouco Importante
- 3 Neutro
- 4 Importante
- 5 Muito Importante

16. Qual é o grau de importância que dá ao consumo de combustível?

- 1 Sem Importância
- 2 Pouco Importante
- 3 Neutro
- 4 Importante
- 5 Muito Importante

17. Qual é o grau de importância que dá ao valor do seguro?

- 1 Sem Importância
- 2 Pouco Importante
- 3 Neutro
- 4 Importante
- 5 Muito Importante

18. Qual é o grau de importância que dá aos custos de financiamento?

- 1 Sem Importância
- 2 Pouco Importante
- 3 Neutro
- 4 Importante
- 5 Muito Importante

19. Qual é o grau de importância que dá à variedade de opções de financiamento?

- 1 Sem Importância
- 2 Pouco Importante
- 3 Neutro
- 4 Importante
- 5 Muito Importante

20. Qual é o grau de importância que dá à taxa de esforço sobre o rendimento do agregado familiar?

- 1 Sem Importância
- 2 Pouco Importante
- 3 Neutro

- 4 Importante
- 5 Muito Importante

21. Qual é o grau de importância que dá ao valor residual do veículo?

- 1 Sem Importância
- 2 Pouco Importante
- 3 Neutro
- 4 Importante
- 5 Muito Importante

22. Qual é o grau de importância que dá aos impostos que estão relacionados com a compra? (ISV,IUC,IVA)

- 1 Sem Importância
- 2 Pouco Importante
- 3 Neutro
- 4 Importante
- 5 Muito Importante

Questões não financeiras (Grau de importância de 1 a 5, sendo que 5 é muito importante, 4 importante, 3 neutro, 2 pouco importante, 1 sem grau de importância).

23. Qual é o grau de importância que dá à estética do carro?

- 1 Sem Importância
- 2 Pouco Importante
- 3 Neutro
- 4 Importante
- 5 Muito Importante

24. Qual é o grau de importância que dá à tecnologia que o carro contém?

- 1 Sem Importância
- 2 Pouco Importante
- 3 Neutro
- 4 Importante
- 5 Muito Importante

25. Qual é o grau de importância que dá à quantidade de extras do carro?

- 1 Sem Importância
- 2 Pouco Importante
- 3 Neutro
- 4 Importante
- 5 Muito Importante

26. Qual é o grau de importância que dá à marca de um carro?

- 1 Sem Importância
- 2 Pouco Importante

- 3 Neutro
- 4 Importante
- 5 Muito Importante

27. Qual é o grau de importância que dá à segurança do carro?

- 1 Sem Importância
- 2 Pouco Importante
- 3 Neutro
- 4 Importante
- 5 Muito Importante

Questões sobre carros elétricos

28. Está familiarizado com o carro elétrico?

- Sim
- Não

29. Tem noção da autonomia de um carro elétrico?

- Sim
- Não

30. Tem noção do custo do carregamento de um carro elétrico?

- Sim
- Não

31. Tem noção do tempo de carregamento de um carro elétrico?

- Sim
- Não

32. Que valor estaria disposto a pagar a mais por um carro elétrico face a um carro a combustão do mesmo segmento?

- Não estou disposto
- Até 5.000€
- Entre 5.001€ até 10.000€
- Entre 10.001€ e 20.000€
- Mais de 20.000€

33. Qual é o grau de importância que dá aos benefícios fiscais na compra de um carro elétrico?

- 1 Sem Importância
- 2 Pouco Importante
- 3 Neutro
- 4 Importante
- 5 Muito Importante

34. Qual é o grau de importância que dá ao tempo de carregamento de um carro elétrico?

- 1 Sem Importância

- 2 Pouco Importante
- 3 Neutro
- 4 Importante
- 5 Muito Importante

35. Qual é o grau de importância que dá à autonomia de um carro elétrico?

- 1 Sem Importância
- 2 Pouco Importante
- 3 Neutro
- 4 Importante
- 5 Muito Importante

36. Qual é o grau de importância que dá ao tempo de vida das baterias de um carro elétrico?

- 1 Sem Importância
- 2 Pouco Importante
- 3 Neutro
- 4 Importante
- 5 Muito Importante