

Área: Estratégia | **Tema:** Gestão Estratégica de Marketing

ANÁLISE DA OFERTA DE VEÍCULOS PARA O SEGMENTO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA: UM ESTUDO A PARTIR DOS SITES DAS PRINCIPAIS MARCAS DA INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA

NORMATIZATION BASIC FOR PAPERS - GUIDANCE

Marcos Ramos Lopes e Celina Franco Hoffmann

RESUMO

O presente estudo teve como objetivo analisar a oferta de veículos para o segmento de pessoas com deficiência a partir dos sites das principais marcas da indústria automobilística. Para tanto, foi realizada uma pesquisa exploratória de abordagem qualitativa, a qual ocorreu por meio de quadros de análise preenchidos por meio dos respectivos sites institucionais das seguintes marcas: GM (General Motors), Volkswagen, Fiat, Ford, Renault, Hyundai e Toyota. Marcas estas que foram escolhidas por apresentarem respectivamente os maiores números de vendas em 2018. Os resultados apontam para a existência de oferta de veículos voltada ao público de pessoas com deficiência em todas as marcas com isenção fiscal prevista em lei, porém com a utilização de uma abordagem mais amigável e acessível listam-se a Chevrolet, Fiat e Toyota. Destaca-se a Chevrolet que apresenta menor preço médio praticado entre os veículos ofertados, além de um questionário interativo que estimula a compra por esta modalidade. Adicionalmente, destaca-se a Toyota por apresentar toda linha em oferta, e também um guia passo a passo capaz de conduzir o público para o cumprimento das etapas do processo de compra.

Palavras-Chave: Segmentação de mercado. Pessoas com deficiência. Setor Automobilístico

ABSTRACT

The present study aimed to analyze the supply of vehicles commercialized nationwide for the segment of people with disabilities, from the websites of the main brands of the automobile industry. For this was accomplished, an exploratory qualitative approach was carried out, through the analysis of the contents of the following institutional websites: GM (General Motors), Volkswagen, Fiat, Ford, Renault, Hyundai and Toyota. The results point to the existence of offers of vehicles in all the cited brands aimed at the disabled people's public, tax exemption provided by law but in a more friendly and accessible way, are listed Chevrolet, Fiat, Renault and Toyota. Stands out Chevrolet with lower average price of the offers and Toyota for presenting a greater range of vehicles offered as well as a step-by-step guide able to lead the public to fulfill the stages of the purchase process.

Keywords: Market segmentation, People with disabilities, Automotive industry

ANÁLISE DA OFERTA DE VEÍCULOS PARA O SEGMENTO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA: UM ESTUDO A PARTIR DOS SITES DAS PRINCIPAIS MARCAS DA INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA

1 INTRODUÇÃO

O desafio das empresas em alinhar a oferta de produtos com as demandas do mercado tem aumentado nos dias de hoje, por isso, atrair e reter clientes pode ser uma tarefa difícil, entre os diversos setores econômicos existem uma grande variedade de marcas, preços e opções no mercado o que aumenta as opções para os clientes (KOTLER, 2005).

Neste contexto, o setor automobilístico tem importante participação na estrutura industrial, sendo responsável por 22% do PIB no Brasil, e impacta em uma série de outras cadeias produtivas, as quais são voltadas aos setores de aço, minérios e derivados, máquinas e equipamentos, materiais eletrônicos, produtos de metal, artigos de borracha e plástico, sendo capaz de impulsionar o crescimento da economia como um todo (BRASIL, 2017).

Segundo a Associação Nacional Dos Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA) no primeiro trimestre de 2019 as vendas de automóveis aumentaram 11,4% em relação a 2018, evidenciando a importância do setor para o cenário econômico nacional. Visto que as empresas são transnacionais, as quais operam em escala global ou no atendimento de regiões geográficas específicas, por meio de multiplantas, que produzem, nos diferentes locais, geralmente, os mesmos tipos e modelos de veículos (ANFAVEA, 2018).

Diante da importância do setor automobilístico para o cenário econômico e somado ao desafio das empresas em conquistar clientes, se articulam com as estratégias de marketing que envolve “o processo de planejar e executar a concepção, estabelecimento de preços promoção e distribuição de ideias, bens e serviços a fim de criar trocas que satisfaçam metas individuais e organizacionais” (CHURCHIL, 2012, p. 5).

Neste contexto, a segmentação de mercado faz parte da estratégia de marketing na medida em que tem o intuito de delimitar o mercado alvo pelo qual a empresa irá direcionar as ações de oferta de bens ou serviços, no que condiz às características dos produtos quanto ao preço, promoção, comunicação e comercialização. De acordo com Kotler (2002, p.278), um segmento de mercado “[...] consiste em um grande grupo que é identificado a partir de suas preferências, poder de compra, localização geográfica, atitudes de compra e hábitos de compra similares”, ou seja, remete a divisão por subgrupos.

No que condiz ao segmento de mercado formado por pessoas com deficiência, tem seu histórico marcado pela medida provisória nº 856, de 1995 tornou-se a lei nº 8.989/95 que concedeu a isenção do IPI, imposto sobre produtos industrializados, inicialmente aplicado aos motoristas de transporte autônomo de passageiros, na época somente táxis. Modificada pela Lei 10.690 de junho de 2003 que acrescentou o seguinte texto no artigo 1º: “Pessoas com deficiência física, visual, mental severa ou profunda, ou autistas, diretamente ou por intermédio de seu representante legal” ficam isentas do IPI.

Este foi o início da democratização da oferta e consumo de veículos, por meio da isenção de impostos, o IPI foi o primeiro seguido do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), Imposto sobre Operações de Crédito, Câmbio e Seguro, ou relativas a Títulos ou Valores Mobiliários (IOF). Em caso de financiamento da compra, Imposto sobre a Propriedade de Veículos Automotores (IPVA), voltado ao público formado por pessoas com deficiência, sendo ela física, mental ou sensorial.

Nos termos da Lei, incluem-se as pessoas com de deficiência física, visual, mental severa ou profunda, ou autistas, diretamente ou por intermédio de seu representante legal; adicionalmente, é considerada também pessoa portadora de deficiência física aquela que apresenta alteração completa ou parcial de um ou mais segmentos do corpo humano,

acarretando o comprometimento da função física, descritos nos termos da lei pelo referencial teórico do presente artigo.

Com o advento da Lei, a venda de veículos voltados ao atendimento do público formado por pessoas com deficiência cresceu muito nos últimos anos. No primeiro semestre de 2018 foram 187 mil automóveis retirados das lojas com descontos (GAZETA DO POVO, 2018). Além disso, o último Censo Demográfico feito pelo IBGE no Rio Grande do Sul em 2010, verificou que a população que se declarou como portadora de alguma deficiência foi de 197.523 pessoas, na faixa etária de 25 à 50 anos.

No intuito de contribuir para a temática de marketing voltado à inclusão social, o presente estudo tem como objetivo geral analisar a oferta de veículos para o segmento de pessoas com deficiência a partir dos sites das principais marcas da indústria automobilística, e como objetivo específico descrever a oferta de veículos para pessoas com deficiência para cada uma das 7 marcas selecionadas.

Nesse sentido, ressalta-se o argumento de Maximiano (2012), que as organizações devem prover meios para atender as necessidades das pessoas, e a democratização e acesso ao consumo de veículos, já que fazem parte das necessidades deste público cada vez mais incluído pela sociedade como um todo. De acordo com Kotler (1998), segmento de mercado é formado por um grande grupo de pessoas que com potencial de compra identificáveis. Para Churchill e Peter (2000), um único composto de marketing raramente é adequado a atender as necessidades de todos os clientes. Foi esta atitude que fez a General Motors (GM) tornar-se a maior empresa do ramo na época de Henry Ford oferecendo modelos diferenciados para cada grupo de clientes.

2 SEGMENTAÇÃO DE MERCADO E ESTRATÉGIA DE MARKETING

O consumidor procura satisfazer suas necessidades e, devido a suas particularidades, não existem padrões pré-definidos, portanto, cabe ao vendedor ter a percepção em cada situação, para atender a expectativa de cada cliente, oferecendo a melhor solução em automóveis.

Segundo Las Casas (2009), é preciso haver um processo em que agregue consumidores e suas características distintas, diferenciados de outros grupos, de modo que a empresa se aproxime da satisfação, desejos e necessidades dos grupos segmentados como mercado-alvo

A segmentação de mercado envolve um grupo de clientes que compartilham um conjunto semelhante de necessidades e desejos. A tarefa dos profissionais de marketing consiste em identificar o número apropriado e a natureza dos segmentos de mercado e selecionar como alvo um ou mais deles. Dois grupos gerais de variáveis são usados para segmentar mercados consumidores. Alguns pesquisadores tentam formar segmentos por meio de análise de características descritivas, também chamadas de bases de segmentação: geográfica, demográfica, psicográfica e comportamental.

Para Kotler (2005), o poder de compra se define diretamente a partir da renda, dos preços, da poupança, do endividamento e da disponibilidade de crédito, sendo assim, as organizações devem sempre estar atentas a esses fatores e as influências que refletem nas tendências dos padrões de consumo.

Para Peter e J. Paul (2013), uma maneira simples de falar sobre o conceito de marketing, é que uma organização deve procurar obter lucros e, ao mesmo tempo, atender as necessidades dos grupos de consumidores. O valor de uma empresa, no longo prazo, pode ser mensurado pela relação que ela tem com seu cliente. Segundo Rust, Zeithmal e Lemon (2001), o valor de uma empresa pode ser definido pelos valores totais de consumo do cliente, e não somente pelo valor atual, mas sim pelo fluxo líquido de todo o tempo de consumo que este cliente pode gerar e em todo mix de produtos.

Para Gordon (1999), o marketing de relacionamento é o processo contínuo de identificação e criação de novos valores com clientes individuais e o compartilhamento de seus benefícios durante uma vida toda de parceria. Kotler (2005), acrescenta que o marketing é, por essência, o desenvolvimento da troca entre clientes e organizações e tem objetivo de trazer benefícios a ambos.

Agregar valor às marcas ou produtos para atribuir maior importância para os consumidores é o conceito básico de Marketing. Neste contexto, agrega-se o apelo social dado pela inclusão das pessoas com deficiência em todos os âmbitos da sociedade, incluindo o papel exercido enquanto consumidores de veículos.

O mercado alvo formado pelas pessoas com deficiência vem aumentando significativamente após os programas de inclusão como a lei 13.146 de 6 de julho de 2015 e a lei 8.213, de 24 de Julho 1991, que obriga a empresa com mais de 100 funcionários a preencher de dois a cinco por cento dos seus cargos com beneficiários reabilitados, ou pessoas com deficiência e em concursos públicos a lei nº 8.112/1990 garante no mínimo 5 % máximo 20% das vagas as pessoas com deficiência, essas pessoas também tem necessidade de deslocamento e conforme aumenta a quantidade de pessoas com deficiência no mercado de trabalho a demanda por produtos que permitam maior autonomia tende a crescer.

Diante disso, o conceito de marketing é definido por Kotler (2005) como: “um processo social por meio do qual, pessoas e grupos de pessoas obtêm aquilo de que necessitam e o que desejam com a criação, oferta e livre negociação de produtos e serviços de valor com outros”. Assim, a essência do marketing pode ser vista como o desenvolvimento de trocas em que organizações e clientes participam, voluntariamente, de transações destinadas a trazer benefícios para ambos.

Também existem segundo o artigo 35º parágrafo único da lei 13.146 [...]. Os programas de estímulo ao empreendedorismo e ao trabalho autônomo, incluídos o cooperativismo e o associativismo, devem prever a participação da pessoa com deficiência e a disponibilização de linhas de crédito, quando necessárias. O que reforça a teoria do crescimento da demanda o público de pessoas com deficiência pois neste caso o acesso ao crédito estimula a compra.

Para demonstrar o potencial do público portador de deficiência a Tabela 1 evidencia o quantitativo de pessoas com deficiência no estado do Rio Grande do Sul, as quais foram categorizadas por tipo de deficiência, segundo o censo de 2010. O que também não pode ser esquecido é que estes números já estão desatualizados e que tem tendem a serem maiores.

Tabela 1 - Censo Demográfico 2010 - Características Gerais da População

População residente, por tipo de deficiência, segundo o sexo e os grupos de idade - Rio Grande do Sul – 2010				
Sexo e grupos de idade	População residente			
	Tipo de deficiência			
	Motora			Mental / intelectual
Não consegue de modo algum	Grande dificuldade	Alguma dificuldade		
25 a 29 anos	1 928	2 715	8 078	10 171
30 a 34 anos	1 852	3 474	11 091	10 251
35 a 39 anos	1 294	5 679	15 454	10 371
40 a 44 anos	1 621	9 425	24 294	11 778
45 a 49 anos	1 763	15 053	38 348	12 881
Total	8 459	36 347	97 265	55 452

Fonte: IBGE, Censo Demográfico 2010. Adaptado pelo autor

3. METODOLOGIA

A presente pesquisa classifica-se como exploratória que tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses (GIL, 2007) e é norteado pela abordagem qualitativa, uma vez que se preocupa com um nível da realidade que não pode ser quantificado, uma vez que trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis (MINAYO, 1995).

A coleta de dados ocorreu por meio do preenchimento de quadros de análise definidos pelo autor e leva em consideração os fatores de atratividade dos sites para o público com deficiência, conforme quadro 1. Dessa forma, foram pesquisadas as seguintes marcas: General Motors (GM), Volkswagen, Fiat, Ford, Renault, Hyundai, Toyota.

A escolha pelos sites das principais marcas do setor está relacionada ao número de veículos vendidos em 2018, conforme Tabela 3.

Tabela 3 - Relação das montadoras que mais venderam em 2018

Montadora	Unidades vendidas /2018	Ranking
General Motors	389.531	1°
Volkswagen	302.204	2°
FIAT e Jeep	290.711	3°
Ford	205.917	4°
Renault	190.488	5°
Hyundai	186.655	6°
Toyota	161.596	7°

Fonte: Anfavea, adaptado pelo autor.

A investigação sobre a oferta de veículos com isenção de impostos especificamente para Pessoas com deficiência e acompanhantes condutores conforme descrito no objetivo geral.

Procedeu-se ao preenchimento do seguinte quadro de análise que pode ser verificado no Quadro 1. Com intuito de analisar os aspectos da oferta direcionados ao público-alvo formado por pessoas com deficiência, tendo em vista a disponibilidade e a facilidade de acesso ao benefício de isenção de impostos e se são oferecidas mais algumas vantagens ou benefícios ao público PcD pelas principais marcas de automóveis, além dos benefícios obrigatórios por lei.

Quadro 1- Quadro de análise

1.O site apresenta ofertas para o público PcD?
2.O site apresenta um informativo sobre o processo de aquisição de veículo pelo PcD?
3.Quais veículos são ofertados?
4.Quantos veículos são ofertados?
5.Qual a média de preços?
6.Os veículos com isenção são ofertados em todas as unidades das concessionárias?
7.As informações disponibilizadas pelo site são claras e acessíveis?
8.Existe alguma promoção específica para o público Pcd que vá além da isenção de impostos?
9.Existem veículos recém lançados com isenção de impostos?
10.O site oferece um canal direto para o cliente?

Fonte: Autor

4 RESULTADOS

Foram obtidos através da análise dos sites tomando como base o segmento de mercado de pessoas com deficiência e as facilidades e dificuldades de acesso as informações para compra de veículos com descontos e verificar qual a importância que cada montadora disponibiliza a este público.

4.1 O SITE DA CHEVROLET (GM)

Sua página inicial é simplificada com um painel de ofertas e um cabeçalho superior esquerdo que tem a opção “Comprar”, e no segundo clique já começa a mostrar informações sobre carros para pessoa com deficiência.

Existe um questionário interativo com perguntas básicas, que facilita o possível cliente, verificar de forma simplificada se tem direito as isenções.

Este questionário demonstra de forma prática se a pessoa interessada tem o perfil para adquirir o carro na modalidade pessoa com deficiência e mais abaixo apresenta um passo a passo sucinto para adquirir o veículo.

Outro ponto muito interessante foi o atendimento via chat que apesar de não fornecer informações detalhadas, reforça as informações básicas e indica a concessionária mais próxima com um consultor especializado em vendas diretas.

O resultado da avaliação respeitou os parâmetros estabelecidos pelo questionário e apresentam os seguintes resultados conforma o Quadro 2.

Quadro 2- Quadro de análise do site da Chevrolet

https://www.chevrolet.com.br/
1.O site apresenta ofertas para o público PcD?
Sim apresenta, na página inicial da GM Brasil, na aba comprar a opção "Pessoas com deficiência".
2.O site apresenta um informativo sobre o processo de aquisição de veículo pelo PcD?
Sim, apresenta de forma sucinta 8 passos para adquirir o veículo.
3.Quais veículos são ofertados?
Prisma LT, Onix LTZ, Cobalt AT, Spin LT, com versões dentro da faixa de R\$70.000,00 e acima desta faixa são ofertados o Cruze LT, Equinox Premier e TrailBlaser.
4.Quantos veículos são ofertados?
8. modelos com descontos legais mais ofertas especiais da montadora, e todo restante da linha com descontos legais.
5.Qual a média de preços?
Variam de R\$46.330,00 à R\$54.350,00 e Média = R\$41.158,67 para modelos abaixo de R\$70.000,00. E R\$133.342,00 à R\$163,334,00 Média = R\$148.338,00
6.Os veículos com isenção são ofertados em todas as unidades das concessionárias?
Sim, as informações foram retiradas do site da GM do Brasil e confirmadas pelo atendente do Chat que as ofertas são validas para todas unidades exceto as ofertas especiais de cada concessionária do país.
7.As informações disponibilizadas pelo site são claras e acessíveis?
Sim, porém fica a dúvida sobre descontos com carros de valor superior a R\$70.000,00 que só foram sanadas através do chat com o atendente.
8.Existe alguma promoção específica para o público Pcd que vá além da isenção de impostos?
A montadora dá descontos em promoções específicas. As promoções estão na aba "Ofertas".
9. Existem veículos recém lançados com isenção de impostos?
Sim, todos da linha estão inclusos no programa Chevrolet Mobility
10. O site oferece um canal direto para o cliente?
Sim, o atendimento foi rápido, tirou algumas dúvidas e indicava para um consultor específico de vendas diretas.

Fonte: Dados da pesquisa

4.2 O SITE DA VOLKSWAGEN

A página inicial tem o cabeçalho na lateral esquerda que tem a opção “Vendas e Finanças” que transfere para uma tela de várias opções de compras, deslizando para parte inferior da tela em vendas corporativas está localizado a opção “PcD” que convida o cliente a conhecer as ofertas deste seguimento informações sobre carros para pessoa com deficiência.

O site não disponibiliza um passo a passo para aquisição, nem informações precisas para orientar ou estimular o cliente portador de deficiência a comprar nesta modalidade. A orientação é para procurar uma concessionária mais próxima.

O resultado da avaliação respeitou os parâmetros estabelecidos pelo questionário e apresentam os seguintes resultados conforme o Quadro 3.

Quadro 3- Quadro de Análise do site da Volkswagen

https://www.vw.com.br/pt.html
1.O site apresenta ofertas para o público PcD?
Sim, de forma discreta está na aba lateral "vendas e finanças" dentro do título vendas corporativas, na opção PcD.
2.O site apresenta um informativo sobre o processo de aquisição de veículo pelo PcD?
Não, O site orienta a procurar uma concessionaria para maiores informações.
3.Quais veículos são ofertados?
Gol, Voyage, Virtus, Novo Polo, com versões dentro da faixa de R\$70.000,00 e acima desta faixa são ofertados Novo Jetta, Tiguan Allspace, Passat e Toda a linha está disponível para o programa PcD, acima deste valor somente IPI.
4.Quantos veículos são ofertados?
7 modelos com descontos legais mais ofertas especiais da montadora, e todo restante da linha com descontos legais.
5.Qual a média de preços?
Variam de R\$57.260,00 à R\$69.990,00 e Média = R\$65.035,00 para modelos abaixo de R\$70.000,00. E R\$109.990,00 à R\$164,620,00 Média = R\$144.530,00
6.Os veículos com isenção são ofertados em todas as unidades das concessionárias?
Sim, as informações foram retiradas do site da Volkswagen do Brasil
7.As informações disponibilizadas pelo site são claras e acessíveis?
O site exige que seja informado qual a cidade e o estado para informar as ofertas específicas da cidade.
8.Existe alguma promoção específica para o público Pcd que vá além da isenção de impostos?
Sim, existe um desconto exclusivo para quem adquire veículos pelo canal de vendas corporativas. Mas não está especificado as condições ou percentuais de desconto.
9.Existem veículos recém lançados com isenção de impostos?
Sim, o Novo Polo e o Novo Jetta estão inclusos nas ofertas.
10.O site oferece um canal direto para o cliente?
Sim, o atendimento tem horário fixo de Segunda a Sexta das 8h00 às 18h00 e de Sábado das 08h00 às 14h00. tirou algumas dúvidas e indicava para um consultor específico de vendas corporativas.

Fonte: Dados da pesquisa

4.3 O SITE DA FIAT

A página inicial da Fiat tem um menu lateral para escolha das diversas opções do site que e quando desliza para baixo e escolhe através de *links* que direcionam de modo fácil qualquer setor do site.

Para acessar a informações de benefícios para portadores de deficiência bastam apenas três cliques: “Menu” “Vendas diretas” na aba “Pessoas com deficiência” são exibidas

informações de quem tem direito ao benefício fiscal, quem são consideradas pessoas com deficiência. Para facilitar o processo o site oferece uma lista de documentos para isenção de cada um dos impostos.

O site oferece uma lista das patologias para facilitar a verificação pelo cliente se ele tem direitos ou não. Também é mostrado uma lista de patologias para cada etapa do processo, bem como uma lista da documentação necessária para aquisição do veículo sem impostos.

O resultado da avaliação respeitou os parâmetros estabelecidos pelo questionário e apresentam os seguintes resultados conforma o Quadro 4.

Quadro 4 – Quadro de Análise do site da Fiat

https://www.fiat.com.br/
1.O site apresenta ofertas para o público PcD?
Sim, na página inicial no menu "vendas diretas", na aba "Pessoas com deficiência" porém antes das ofertas para PcD serem mostradas é solicitado a cidade do cliente.
2.O site apresenta um informativo sobre o processo de aquisição de veículo pelo PcD?
Sim, tem um passo a passo bem detalhado e com a lista de documentos necessários para cada tipo de isenção. Estimula a compra por demonstrar que o processo é viável.
3.Quais veículos são ofertados?
Mobi Drive 1.0
4.Quantos veículos são ofertados?
1 apenas.
5.Qual a média de preços?
R\$ 47.590 ,00
6.Os veículos com isenção são ofertados em todas as unidades das concessionárias?
Sim, as ofertas são validas para todas concessionarias.
7. As informações disponibilizadas pelo site são claras e acessíveis?
São claras e acessíveis, porém só oferta um veículo
8.Existe alguma promoção específica para o público Pcd que vá além da isenção de impostos?
Sim, uma versão do MOBI está de R\$47.590,00 por R\$35.974,70 já incluído os descontos da montadora e isenções fiscais.
9. Existem veiculos recém lançados com isenção de impostos?
Não a única oferta específica para PCD no site é o Mobi.
10. O site oferece um canal direto para o cliente?
Sim, um 0800, um número de Whatsapp, um chat além do contato por e-mail.

Fonte: Dados da pesquisa

4.4 O SITE DA FORD

A Ford optou por informações no menu principal, apenas um botão na barra superior chamado “Venda Direta” e mais abaixo um *link* para a opção “Acesso Ford” está com uma oferta única específica do Ford EcoSport para o público portador de deficiência, Na página também são mostrados os valores com e sem os descontos para mostrar as vantagens da compra. Por outro lado, não existe variedade de ofertas o que demonstra que os outros modelos não estão aptos a serem adquiridos na modalidade portador de deficiência, mesmo atendendo os critérios legais a Ford demonstra pouco interesse neste público.

No *link* as informações para o segmento de pessoas com deficiência são pouco exploradas tendo apenas informações superficiais e outro *link* para solicitação de orçamento.

O resultado da avaliação respeitou os parâmetros estabelecidos pelo questionário e apresentam os seguintes resultados conforma o Quadro 5.

Quadro 5- Quadro de análise do site Ford

https://www.ford.com.br/
1.O site apresenta ofertas para o público PcD?
Sim, em uma aba discreta na parte superior da janela do site existe uma opção de vendas diretas e também no final da página inicial um link para acesso a uma oferta especial para PCD
2.O site apresenta um informativo sobre o processo de aquisição de veículo pelo PcD?
Sim, mas é muito superficial, não tem passo a passo nem os documentos necessários, sugere ao cliente procurar a concessionária para solucionar dúvidas.
3.Quais veículos são ofertados?
Novo EcoSport, apresenta o desconto legal mais uma oferta especial para PCD, mas toda a linha está disponível para o programa PcD.
4.Quantos veículos são ofertados?
O site apresenta somente um veículo como sugestão.
5.Qual a média de preços?
R\$ 69.990,00
6.Os veículos com isenção são ofertados em todas as unidades das concessionárias?
Sim, as informações foram retiradas do site da Ford Brasil.
7.As informações disponibilizadas pelo site são claras e acessíveis?
As informações são superficiais, e apenas mostra um modelo como opção para PCD. Também não deixa claro se todos os modelos tem versões para PCD.
8.Existe alguma promoção específica para o público Pcd que vá além da isenção de impostos?
O EcoSport para público geral tem preço a partir de R\$76.890,00 e na versão para PCD o preço fica R\$69.990,00. Um desconto real dado pela montadora além das isenções por lei. Que deixa claro que o valor total com as isenções fica R\$55.292,10.
9.Existem veículos recém lançados com isenção de impostos?
Sim, Novo EcoSport
10.O site oferece um canal direto para o cliente?
Chat on-line é de segunda a sexta-feira das 08:00 as 20 horas, e aos sábados das 08:00 as 14 horas.(exceto nos feriados).

Fonte: Dados da pesquisa

4.5 O SITE DA RENAULT

A página inicial da Renault tem um menu lateral para escolha das diversas opções do site. Em “Veículos”; “Vendas Especiais”, já se encontram as ofertas para o segmento de pessoas com deficiência. de modo ágil e fácil. Outra forma de acesso é deslizar a barra de rolagem e a direita ira aparecer outro menu pequeno que acompanha a tela, neste está a opção “PCD Renault” que também conduz diretamente a página com as ofertas.

A Renault fez um passo a passo para o cliente conseguir comprar seu veículo som isenção, que segue 7 passos. As informações são muito básicas e deixam a desejar isto causa dúvidas ao cliente que busca as informações pelo site.

O resultado da avaliação respeitou os parâmetros estabelecidos pelo questionário e apresentam os seguintes resultados conforma o Quadro 6.

Quadro 6- Quadro de análise do site da Renault

https://www.renault.com.br
1.O site apresenta ofertas para o público PcD?
Sim, Apresenta no menu "Veículos"; "Vendas especiais" as ofertas para PcD.
2.O site apresenta um informativo sobre o processo de aquisição de veículo pelo PcD?
Apresenta sete passos para a retirada das cartas de isenção, sem maiores detalhes. Sugere que o cliente procure uma concessionária para maiores informações.
3.Quais veículos são ofertados?
Duster, Captur o restante da linha o site não informa se está disponível para o programa PcD

4.Quantos veículos são ofertados?
2 Duster e Captur
5.Qual a média de preços?
R\$59.990,00 a R\$ 69.990,00 A média dos valores são R\$64.990,00
6.Os veículos com isenção são ofertados em todas as unidades das concessionárias?
Sim, as informações foram retiradas do site da Renault do Brasil
7.As informações disponibilizadas pelo site são claras e acessíveis?
Sim, é de fácil entendimento, mas sem muitos detalhes para conseguir a isenção.
8.Existe alguma promoção específica para o público Pcd que vá além da isenção de impostos?
Os modelos Duster e Captur tem descontos da montadora mais a possibilidade das isenções legais.
9.Existem veículos recém lançados com isenção de impostos?
Não, Duster e Captur não são lançamentos
10.O site oferece um canal direto para o cliente?
Somente atendimento <i>online</i> mas é automatizado, não dá acesso a conversar com um atendente.

Fonte: Dados da pesquisa

4.6 O SITE DA HYUNDAI

A “página inicial da Hyundai tem uma aba superior que mostra a opção: “Quero comprar”; ” Comprar”; “ Hyundai facilita (Pessoas com deficiência) ” que leva para local onde encontram-se as ofertas do seguimento PcD

O resultado da avaliação respeitou os parâmetros estabelecidos pelo questionário e apresentam os seguintes resultados conforme o Quadro 7.

Quadro 07- Quadro de análise do site da Hyundai

https://www.hyundai.com.br/
1.O site apresenta ofertas para o público PcD?
Sim, mas escondido, na aba principal " quero comprar, comprar , Hyundai Facilita (pessoas com deficiência).mas mesmo estando um pouco escondido tem 4 modelos bem especificos para deficientes
2.O site apresenta um informativo sobre o processo de aquisição de veículo pelo PcD?
Sim, apresenta um informativo muito superficial com poucas informações e sugere ao cliente ir em um logica física.
3.Quais veículos são ofertados?
HB20 Premium, Creta Attitude
4.Quantos veículos são ofertados?
4 modelos não informa se outros modelos estão inclusos
5.Qual a média de preços?
R\$ 64.990,00 à R\$ 69.990,00 Média = R\$67.740,00
6.Os veículos com isenção são ofertados em todas as unidades das concessionárias?
Sim, a Hyundai do brasil respeita a padronização de preços.
7.As informações disponibilizadas pelo site são claras e acessíveis?
Não, as informações são superficiais e não estão, e deixam muitas dúvidas de como adquirir o veículo.
8.Existe alguma promoção específica para o público Pcd que vá além da isenção de impostos?
Não, as versões disponíveis apresentam apenas os descontos legais.
9.Existem veículos recém lançados com isenção de impostos?
Sim, o Creta
10.O site oferece um canal direto para o cliente?
Central de Relacionamento via 0800 de Segunda a Sexta das 8h às 20h. Aos Sábados das 9h às 15h. Mas não possui um chat on-line.
* A Hyundai não solicita a localização do cliente para mostrar as ofertas.

Fonte: Dados da pesquisa

4.7 O SITE DA TOYOTA

A página inicial da Toyota já mostra na aba “Vendas diretas” e a opção “Pessoas com deficiência”. Ao entrar nesta opção os modelos elegíveis estão à disposição em uma barra de rolagem horizontal com os valores dos descontos e o valor original além das possíveis isenções de cada modelo.

A Toyota mostra os valores com e sem a isenção dos impostos nos modelos elegíveis, visto que toda a linha de automóveis possui a oferta de isenção de impostos para o segmento de pessoas com deficiência.

O site relata na aba condições o necessário para condutores e não condutores portadores de deficiência e um passo a passo de como proceder que é necessário para adquirir o veículo.

Outro aspecto observado é a lista da documentação detalhada para obtenção dos benefícios. E mais um passo a passo com todas as informações necessárias para a obtenção da isenção, as doenças e a gravidade para que elas possam ser consideradas grave o suficiente.

O resultado da avaliação respeitou os parâmetros estabelecidos pelo questionário e apresentam os seguintes resultados, conforme o Quadro 8.

Quadro 08- Quadro de análise do site da Toyota

https://www.toyota.com.br/
1.O site apresenta ofertas para o público PcD?
Sim apresenta, na página inicial da Toyota, na aba vendas diretas a opção de informações para PCDs.
2.O site apresenta um informativo sobre o processo de aquisição de veículo pelo PcD?
Sim, através de um <i>link</i> de como obter a isenção dos impostos. Elenca todos os modelos que estão à disposição, Além de um passo a passo para conseguir os descontos, uma lista de
3.Quais veículos são ofertados?
Etios, Etios Sedã, Yaris, Yaris Sedã para redução de IPI e ICMS Modelos dentro da faixa de R\$70.000,00. acima desta faixa Yaris, Corolla, SW4 com versões acima de R\$70.000,00 com redução de IPI.
4.Quantos veículos são ofertados?
4 modelos em um total de 26 configurações diferentes
5. Qual a média de preços?
R\$ 51.390,00 à R\$ 69.990,00 Média = R\$ 61.940,00 até a faixa de R\$70.000,00 , Na faixa superior a R\$70.000,00 a média ficou entre R\$72.990,00 à R\$274.790,00 Média = R\$ 136.821,00
6. O site informa um passo a passo facilitado caminho a seguir,+D10:D25
As ofertas estão no site da Toyota Brasil e se estende a todas as concessionárias do país.
7. As informações disponibilizadas pelo site são claras e acessíveis?
O site informa um passo a passo facilitado caminho a seguir, tipos de doenças e uma grande variedade de modelos para escolha.
8.Existe alguma promoção específica para o público Pcd que vá além da isenção de impostos?
Não verificado no site
9.Existem veículos recém lançados com isenção de impostos?
Sim, o Yaris é lançamento e está no programa.
10.O site oferece um canal direto para o cliente?
Horário de atendimento via chat: 2ª a 6ª, das 8 às 19h30 (exceto feriados nacionais).

Fonte: Dados da pesquisa

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Destacam-se os resultados referentes à primeira questão incluída nos quadros de análise, onde consta a avaliação dos sites considerados no presente estudo, nesse sentido, percebeu-se que a existência de oferta de veículos com isenção fiscal obrigatória para o segmento de pessoas com deficiência ocorre em todas as marcas, porém de forma mais clara, amigável e acessível listam-se a Chevrolet, Fiat, e Toyota, sendo que a Volkswagen, a Ford, a Hyundai e a Renault apresentam as informações de ofertas voltadas a esse público de forma mais discreta e com pouca variedade de ofertas.

Quanto aos preços médios praticados pelas marcas consideradas, verificou-se que Chevrolet possui preços mais baixos em relação às demais marcas concorrentes, com média de R\$41.158,67 para modelos abaixo de R\$70.000,00. Visto que a Hyundai e Ford apresentam média de preços mais elevada R\$ 69.990,00 entre as demais marcas. Destaca-se que para o cálculo das médias foram considerados apenas os veículos que possuíam indicativo de oferta para pessoas com deficiência.

No que condiz à existência de um informativo capaz de conduzir o consumidor às especificidades do comércio de veículos com isenção de impostos voltados ao segmento de pessoa com deficiência. Destacam-se a Chevrolet por apresentar um questionário interativo que sugere ao cliente a preencher e imediatamente verificar se seu perfil pode se enquadrar para isenção. A Toyota é quem possui a um passo a passo que esclarece cada etapa que compõe a aquisição do veículo, sendo para o portador condutor ou condutor com dependente portador de deficiência, as informações são detalhadas e claras no site. A Fiat também se destacou por trazer todas as informações necessárias, como exemplo de quem são consideradas pessoas com deficiência, uma lista de patologias, um passo a passo e mais uma lista de documentos necessários em contrapartida apresenta um modelo apenas para esta modalidade e o site não informa se a oferta é válida para toda a linha. Por outro lado, a foi a única que usa a rede social WhatsApp para se comunicar com o cliente.

Quanto a oferta de lançamentos com a isenção de impostos voltados ao segmento de pessoas com deficiência, verificou-se que apenas a Renault e a Fiat não apresentam opções de veículos que sejam lançamentos da marca destinados ao público considerado.

Para todas as montadoras analisadas verificou-se que nenhum site conta com recursos para facilitar a navegação de pessoas com deficiência visual, que são clientes potenciais nesse seguimento.

Neste contexto, o presente estudo evidenciou quando determinada empresa se volta à estratégia de segmentação de mercado que remete a preocupação em definir o mix de marketing relacionado a preço, produto, praça e promoção adequados a determinado público, neste caso, voltado às pessoas com deficiência. De maneira geral, foi possível comparar a oferta das principais marcas por meio de seus respectivos sites institucionais.

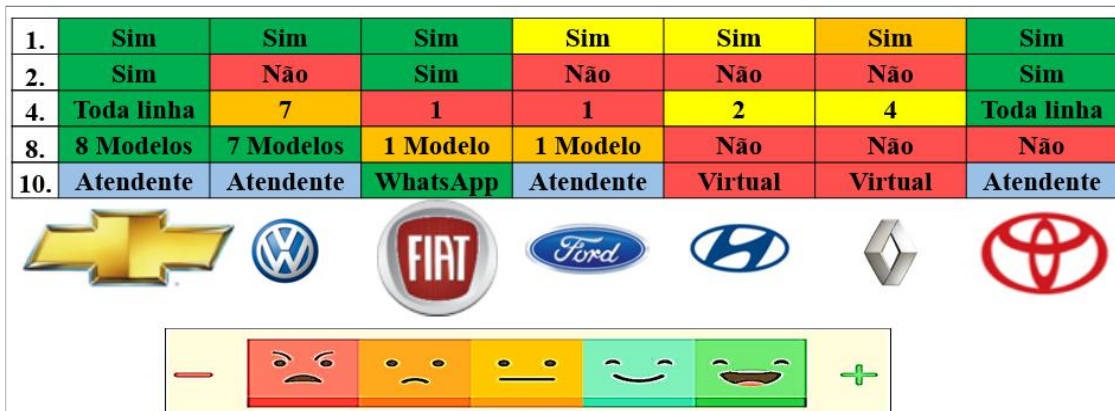
Quanto ao direcionamento das ofertas verificou-se que as marcas Chevrolet, Fiat, Volkswagen solicitam a localização como requisito para entrar no site.

Dessa forma, destaca-se positivamente a marca Chevrolet, Fiat e Toyota devido às suas características de facilidade de acesso a informação dentro do site, número de ofertas e opções para portadores de deficiência. No caso da Chevrolet, Toyota e Volkswagen possuem uma variedade maior que as das outras montadoras, tanto a gama de valores como modelos ofertados, já a Fiat, Ford e Renault poderiam ofertar mais modelos conforme resultado comparativo da Figura 1

O estudo sugere que a Chevrolet poderia dar mais destaque ao questionário interativo pois com ele o cliente tem a possibilidade de verificar rapidamente se existem chances de isenção. Já os informativos da Toyota se organizados de forma cronológica para aquisição se

tornam mais esclarecedores, partindo do princípio que a pessoa não tem certeza se tem direito ou não, esta ordem pode trazer melhores resultados.

Figura 1 - Resultado comparativo



Fonte: Dados da pesquisa

Quanto a legislação relativa às pessoas com deficiência, foi observado que não se estende a portadores de deficiência auditiva, o que talvez seja uma grave falha na legislação. Outro ponto falho é a falta de uma lista oficial e clara de patologias e características para a pessoa ser considerada com deficiência.

Como consideração final observa-se que o interesse neste público varia de acordo com cultura e estratégias de cada montadora e com o aumento das leis de incentivo a inclusão, os portadores de deficiência cada vez mais estão se tornando ativos financeiramente, já que o Brasil possui mais de 45 milhões de pessoas com deficiência o que representa cerca de 24% da nossa população, segundo o último censo em 2010 e que a lei brasileira determina que empresas com mais de 100 funcionários reservem de 2% a 5% de suas vagas para estas pessoas (G1, 2018).

A lei ajudou a tornar estas pessoas financeiramente mais ativas, sendo assim uma fatia muito atrativa do mercado e que é pouco explorado, sendo que o incentivo pode ser renovado a cada dois anos, a montadora que oferecer mais facilidades e vantagens às pessoas com deficiência tem a possibilidade de mantê-lo fiel à marca.

REFERÊNCIAS

ANFAVEA. **Licenciamento total de autoveículos leves por empresa**. 2018. Disponível em: <<http://www.anfavea.com.br/>>. Acesso em: 22 mai. 2019.

CHEVROLET. **Chevrolet mobility**. Disponível em: <<https://www.chevrolet.com.br/>>. Acesso em: 23 mai. 2019

FIAT. **Vendas diretas**. Disponível em: <<https://www.fiat.com.br/>>. Acesso em: 30 mai. 2019.

FORD. **Acesso ford**. Disponível em: <<https://www.ford.com.br/>>. Acesso em: 31 mai. 2019.

G1. Inclusão profissional traz motivação e desafios para pessoas com deficiência. 2018.

Disponível em:

<<https://g1.globo.com/especial-publicitario/em-movimento/ccr/noticia/inclusao-profissional-traz-motivacao-e-desafios-para-pessoas-com-deficiencia.ghtml>>. Acesso em 19 jun. 2019

GORDON, Ian. **Marketing de relacionamento**, 1ed. São Paulo: Futura, 1999.

HYUNDAI. **Programa hyundai facilita** Disponível em: <<https://www.hyundai.com.br/>>. Acesso em 01 jun. 2019.

IBGE. **Pessoas com deficiência: adaptando espaços e atitudes**. Disponível em:

<<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/16794-pessoas-com-deficiencia-adaptando-espacos-e-atitudes>>. Acesso em: 17 jun. 2019.

ICARROS. **Doenças que dão direito a desconto na compra de veículo 0km**. Disponível em:

<<https://www.icarros.com.br/noticias/geral/doencas-que-dao-direito-a-desconto-na-compra-de-veiculo-0km/23993.html>>. Acesso em: 13 mai. 2019.

JORNAL CONTÁBIL. **30 doenças que dão isenção de impostos na aquisição de veículo zero km (pcd)**. Disponível em:

<<https://www.jornalcontabil.com.br/30-doencas-que-dao-isencao-de-impostos-na-aquisicao-de-veiculo-zero-km-pcd/>>. Acesso em: 19 de jun. 2019.

KOTLER, P. **Marketing essencial**: Conceitos, estratégias e casos. Tradução: Sabrina Cairo. 2 ed. São Paulo: Pearson, 2005.

KOTLER, P; KARTAJAYA, H; SETIAWAN, I **marketing 4.0** :Do tradicional ao digital Tradução: Ivo Korytowki. Rio de Janeiro: 2005.

KOTLER, P.; KELLER, D. **Administração de marketing**. São Paulo: Pearson, 2005.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de vendas**. 8. Ed São Paulo: Atlas. 2009.

MINISTERIO DA ECONOMIA. **Setor automotivo** Disponível em:

<<http://www.mdic.gov.br/index.php/competitividade-industrial/setor-automotivo>>. Acesso em: 25 mai. 2019.

MOTOR1. **Carros pcd 2019 – documentos, doenças e como obter o benefício** Disponível em: <<https://motor1.uol.com.br/features/228118/pcd-guia-como-comprar/>>. Acesso em: 15 jun. 2019.

PETER, James H. Donnelly Jr. **Introdução ao marketing: Criando Valor para Clientes**. São Paulo: Saraiva, 2013.

RENAULT. **Vendas especiais renault**. Disponível em: <<https://www.renault.com.br/>>. Acesso em: 01 jun. 2019.

REVISTA AUTO ESPORTE. **Carro para pcd: como comprar com isenção de impostos**. Disponível em: <<https://revistaautoesporte.globo.com/Noticias/noticia/2017/10/carro-para-pcd-como-comprar-com-isencao-de-impostos.html>>. Acesso em: 12 mai. 2019

RUST, R. T.; ZEITHAML, V.; LEMON, K. N. **O valor do cliente: customerequity**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

TOYOTA. **Pessoas com deficiência**. Disponível em: <<https://www.toyota.com.br/>>. Acesso em: 05 jun. 2019.

VOLKSVAGEN. **Vendas corporativas pcd**. Disponível em: <<https://www.vw.com.br/pt.html>>. Acesso em: 25 mai. 2019