

O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR ANTIGOMOBILISTA E O POTENCIAL DE VALORIZAÇÃO DE CARROS ANTIGOS

COIMBRA, Nathan Silveira ¹ ; CIRIBELI, João Paulo ² ; CONDÉ, Cláudia de Moraes Sarmento ³

¹ Discente Administração UNIFAGOC

² Docente Administração UNIFAGOC

³ Docente UNIFAGOC



nacoimbra@hotmail.com
jpciri@hotmail.com
claudia.conde@unifagoc.edu.br

RESUMO

Este artigo tem o objetivo de identificar as etapas relacionadas ao processo de decisão de compra dos antigomobilistas e também quantificar o grau de valorização que um veículo antigo pode alcançar. Quanto à classificação metodológica, este estudo se classifica como aplicado, quali-quantitativo e exploratório. Referente aos procedimentos metodológicos, o estudo foi realizado por meio de uma entrevista semiestruturada guiada por um questionário preestabelecido, aplicada a 7 proprietários de veículos antigos da cidade, nos meses de julho e agosto de 2020, de forma presencial (quando possível) e online, com veículos segundo o código do Detran (mínimo de 30 anos de fabricação, completo e alto nível de originalidade) ou o mais perto possível disso. Como instrumento utilizou-se um questionário de 14 perguntas. Após a análise dos resultados, constatou-se que a maioria dos donos de carros antigos tem o sentimento de nostalgia como motivação para a compra, pois a maior parte dos entrevistados tem mais de 40 anos, com carreiras profissionais já bem estabelecidas e de alta remuneração, e os carros datam do período de sua juventude e/ou adolescência. Evidenciou-se também que os aspectos mais importantes do veículo antigo são a originalidade e o seu estado de conservação do veículo, e que o mercado de carros clássicos tende a crescer nos próximos anos.

Palavras-chave: Carro antigo. Valorização. Perfil de comprador. Comportamento. Antigomobilista

INTRODUÇÃO

Antigomobilismo é o nome dado à cultura relacionada a automóveis antigos; logo, um antigomobilista seria um entusiasta e adepto dessa cultura. Na maioria das vezes, duas principais características marcam um antigomobilista: uma delas seria ter tido contado com esses veículos quando eram zero quilômetro na infância, por meio do uso, possibilitado por pais ou algum parente que possuísse o veículo; e a outra, ter vivenciado a época em que esses veículos eram novos, vendo-os nas ruas e nas lojas, porém sem ter tido a experiência de usá-los, na maioria das vezes por questões financeiras dos pais, que não tinham condição de comprar o veículo.

Via de regra, para que um veículo possa ser considerado antigo e receber certificado de originalidade e emplacamento como veículo de coleção, é necessário que haja 30 anos completos desde seu ano de fabricação, mantendo ao máximo o seu estado de conservação e características de fabricação (DETRAN-MG, 2020).

De acordo com o estudo da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da FGV, um veículo antigo pode gerar um retorno financeiro maior que um CDI e até

135% acima Selic. Em economias aquecidas e mercados consolidados, como nos Estados Unidos, o comércio de automóveis clássicos chegou a registrar a marca de 259 milhões de dólares em veículos comercializados no ano de 2007 no leilão de carros da cidade de Scotsdale, no estado do Arizona (EAESP, 2018).

Com um mercado capaz de movimentar tamanha quantia, torna-se interessante estudar sobre esse tema, de forma a tentar entender como e por que tanto dinheiro é despendido em automóveis antigos.

Com alto valor intrínseco, demanda tempo, dinheiro e conhecimento para ser efetuada com sucesso a compra de um clássico que satisfaça seu comprador. Nesse sentido, uma matéria sobre o tema publicada pelo G1 (2018) diz: “Para quem sonha em ter um carro, é preciso investimento e paciência”.

Por mais que não seja um mercado essencial para a economia, já foi mostrado que tal hobby é capaz de movimentar grandes quantias e gerar altos lucros para as pessoas que trabalham na área. Portanto, é interessante criar um referencial teórico para entender essa cultura e esse mercado, a fim de instruir pessoas que almejam ingressar nessa vertente do automobilismo de maneira menos frustrante possível.

Ante às informações expostas, o presente artigo busca responder ao seguinte problema de pesquisa: de que forma ocorre o processo de compra dos antigomobilistas? E em que medida pode se dar a valorização dos carros consumidos por este público?

Portando, este trabalho tem como objetivo geral buscar identificar as etapas relacionadas ao processo de decisão de compra dos antigomobilistas, bem como quantificar o grau de valorização que um veículo antigo pode alcançar.

REFERENCIAL TEÓRICO

Aspectos Históricos e Conceituais do Antigomobilismo

Para entender mais sobre o antigomobilista, deve-se atentar para alguns pontos do colecionismo, uma vez que o ato de ter e guardar carros antigos se enquadraria numa vertente de coleção.

No dicionário, o termo “colecionismo” é definido como “tendência a fazer coleções” (dicionário online de português). De acordo com Pomian (1984, p. 58 citado por GAUDIOSO, 2014, p.15), “[...] reis do passado tinham, em seus palácios, enormes depósitos para os objetos conquistados em batalhas ou recebidos como presente, tanto de súditos como de outros líderes [...]”. Sendo assim, o ato de se dar tratamento especial a um objeto de forma que este venha a adquirir valor não é algo que se verificaria nos tempos modernos.

Colecionismo seria, conforme diz Belk (1998, p. 67 citado por LEITÃO, 2011, p. 10), “o processo ativo, seletivo e apaixonado de adquirir e possuir coisas removidas de seu uso ordinário e percebidas como parte num conjunto de objetos ou experiências não

idênticos”. Tal afirmação faz entender que o ato de colecionar consiste em agrupar um ou mais bens de qualquer que seja sua natureza, de maneira que esses objetos sejam reintegrados no mercado, agora como itens de coleção.

Nessa citação, também nota-se que esse ato de tirar um objeto da sua posição normal de mercado e dar a ele uma posição extraordinária é feito com a motivação da paixão. Logo, trata-se de algo que se diz respeito a gostos pessoais, e consequentemente há prazeres envolvidos.

Logo, um apreciador de carros antigos adepto do antigomobilismo atua com a função de resgatar os exemplares de automóveis sobreviventes de outras épocas, retirando-o do seu fim de ciclo de uso (abandono, desmanche, reciclagem, ...) e o recolocando-o no mercado como um veículo de coleção.

Comportamento do consumidor

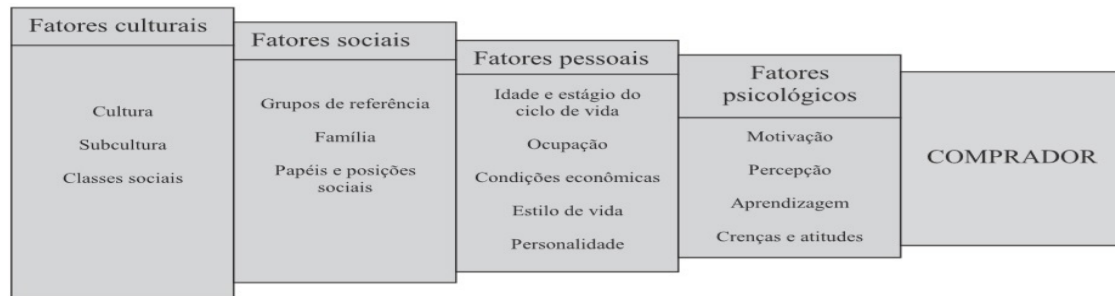
Sabendo que se trata de algo destinado ao prazer, focado em atender um desejo e não uma necessidade propriamente dita pode-se presumir que para uma pessoa despende uma quantia monetária considerável em um veículo que não é focado em se locomover do ponto A ao ponto B, é demandado alto envolvimento do comprador com o produto.

Tem como significado de envolvimento um estado em que o indivíduo, por intermédio de um estímulo (no caso deste estudo, a paixão por carros antigos), sente-se interessado por algo, dando-lhe um motivo para ação, havendo diferenças entre o baixo envolvimento e o alto envolvimento (POPADIUK, 1993).

Um comprador com alto envolvimento possui certas características, como a percepção aguçada do consumidor, que faz mais perguntas e indagações, buscando obter mais informações sobre o produto e a marca que estão sendo negociados. Consumidores com alto envolvimento são mais resistentes a estímulos para a mudança de atitude, por exemplo, um vendedor tentando fechar a venda; a conversa de compra e venda, por ser mais efetuada com termos mais intelectuais do que normalmente seria, deve ser elaborada em etapas decisórias; a compra pode ser efetuada por status social (POPADIUK, 1993).

Como cada nicho de produto tem seu perfil de comprador, com carros antigos não seria diferente. Lemos (2007, p. 18) diz que “o comportamento do consumidor são as atividades com as quais as pessoas ocupam-se quando obtêm, consomem e dispõem de produtos e serviços”. Assim, entendendo-se o que define o comportamento do consumidor, pode-se estruturá-lo de maneira a formar a estratégia de venda mais adequada. A Figura 1 exemplifica isso.

Figura 1: Fatores de influência no processo de decisão de compra



Fonte: Kotler, 1998, p. 163.

Considerando que um comprador de carros antigos tem alto envolvimento com o produto, faz-se necessário adotar estratégias de vendas elaboradas, com a maior qualidade possível (no caso de carros antigos, estar em bom estado de conservação e ter alto nível de originalidade) nos itens comercializados, buscando atender os desejos utilitários e hedônicos do comprador (POPADIUK, 1993).

Segundo Solomon (2002, p. 29), “uma das premissas fundamentais do moderno campo do comportamento do consumidor é a de que as pessoas muitas vezes compram produtos não pelo que fazem, mas sim pelo que eles significam”. Dessa forma, uma das principais motivações de compra de um veículo antigo é o sentimento do comprador em relação ao automóvel.

Esses sentimentos são a interpretação da relação entre o inconsciente das pessoas e os estímulos físicos que são externados pelo bem em questão na compra.

Sendo assim, a percepção na busca por um item desejado não vem somente das características do bem, mas sim da relação entre essas características e a motivação interna das pessoas (KOTLER; KELLER, 2006).

Karsaklian (2008 citado por TEIXEIRA, 2010, p. 17) diz: “Como os valores possuem uma dimensão cultural, eles proporcionam aos indivíduos a possibilidade de ser parte integrante de uma sociedade específica”. Logo, o fato de vários indivíduos serem adeptos da mesma cultura, torna possível a criação de movimentos, ideias e eventos dentro de grupo de pessoas com os mesmos interesses, o que pode ser um estímulo causador para a compra de um veículo, com o intuito de gerar pertencimento, uma vez que fatores culturais fazem parte do comportamento do consumidor.

Em seu estudo sobre aquisição de automóveis de alto valor, Lemos (2007) alega que a compra ocorre em cinco etapas. A primeira refere-se ao reconhecimento da necessidade, quando o comprador percebe uma diferença entre seu estado atual e um estado desejado por ele (no caso, pode ser ter um veículo antigo para participar de eventos ou angariar algum carro para sua coleção), o produto em questão terá mais valor que o seu custo.

A segunda etapa seria a busca por informações, em que o comprador levanta

dados sobre o produto para uma tomada de decisão mais assertiva na hora da compra.

A terceira seria a avaliação das alternativas, quando o comprador busca, por meio de seus parâmetros, identificar quais das opções de produtos atenderiam seus desejos (no caso dos carros antigos; alguns desses parâmetros seriam: estado de conservação, cor, motorização, preço, número de portas, etc.).

Na quarta etapa, a compra propriamente dita da melhor opção das alternativas, em alguns casos pode-se depender de outros membros da família para que seja aprovada.

A última etapa seria o pós-compra, quando as expectativas iniciais podem ser confirmadas, superadas ou esmorecidas.

Valorização e desvalorização de automóveis usados

É de conhecimento popular que um bem usado tende a perder seu valor de mercado, principalmente em se tratando de automóveis. Então, o que faria um automóvel considerado antigo receber mais valor? Sobre essa questão, Gaudioso (2014, p. 18):

O britânico MG modelo K3 dos anos trinta, construídos num total de apenas 33 exemplares por seu fabricante, mas existem mais de 100 disponíveis no mundo. Obviamente, a extinta empresa não produziu outros além daqueles iniciais, apenas algumas pessoas tentando explorar o interesse e boa fé dos colecionadores.

Tal fato evidencia que, dependendo do grau de raridade de um veículo antigo, criam-se até mesmo réplicas, tentando se passar por exemplares verdadeiros. Tal fato revela mais um motivo para a valorização de um carro antigo: a escassez. Com um número finito de carros antigos disponíveis e um número variável de possíveis compradores no mercado, à medida que se tem menos exemplares para um nicho ou mais pessoas interessadas e com poder aquisitivo para adquirir um modelo, o preço sofre uma variação, aumentando seu valor.

Os veículos remanescentes que sobrevivem ao ciclo de uso acabam sendo colocados em outro nicho de mercado. Uma vez que esse mercado voltado a bens finitos só cresce, gera-se muitas vezes uma grande demanda para uma baixa oferta, justificando assim a valorização de vários modelos de carros antigos.

Conforme identificado na Figura 2, certos modelos conseguem ter preço de mercado maior do que quando eram novos, isso décadas depois de terem sido lançados e descontinuados. Um exemplo disso é o Ford Galaxie, que custa R\$ 199.000,00 em 2020.

Figura 2: Anúncio de Galaxie em 2020



Fonte: Reginaldo, de Campinas, 2020.

A Tabela 1 mostra um comparativo de preço de alguns carros do mercado brasileiro em fevereiro de 1970, feito pela Revista Quatro Rodas, com os preços dos veículos quando eram novos, tanto em moeda da época, quanto em Real. Um carro semelhante ao do anúncio custaria R\$ 186.910,00 em valores atuais.

Tabela 1: Comparativo de especificações e preço da época e atualizado dos modelos de luxo de 1970

	Opala 3800	Dart	Variant	VW 1600	Corcel	Galaxie LTD
Preço fev. de 1970	NCr\$ 19 999	NCr\$ 26 569	NCr\$ 15 886	NCr\$ 15 931	NCr\$ 15 832	NCr\$ 35 431
Preço atualizado (IGP-I/FGV)	R\$ 105 501	R\$ 140 160	R\$ 83 803	R\$ 84 041	R\$ 83 519	R\$ 186 910

Fonte: Revista Quatro Rodas, 2015, p. 65.

METODOLOGIA

Referente à classificação metodológica, o presente artigo é de natureza aplicada, pois “objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática dirigida à solução de problemas específicos [...] e envolve verdades e interesses locais” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 51). Em relação ao tratamento dos dados, a pesquisa se caracteriza como qualitativa, pois, devido à sua construção científica, utiliza dados numéricos e não numéricos no desenvolvimento dos resultados obtidos.

Quanto aos fins, a pesquisa se classifica como exploratória, pois trabalha com

um assunto pouco abordado no âmbito acadêmico. De acordo com Prodanov e Freitas (2013, p. 52), esse tipo de pesquisa intenta “investigar, possibilitando sua definição e seu delineamento, isto é, facilitar a delimitação do tema da pesquisa; orientar a fixação dos objetivos e a formulação das hipóteses ou descobrir um novo tipo de enfoque para o assunto”. A pesquisa é formulada com base na vivência de pessoas nessa cultura, a fim de ser o mais verossímil possível e de fácil compreensão.

Quanto aos procedimentos metodológicos, a pesquisa foi realizada na cidade de Ubá - MG, uma vez que tem considerável número de proprietários de carros antigos para o porte da cidade, e alguns são possuidores de mais de um carro. Os dados obtidos serão endossados pela vivência dos proprietários na cultura do antigomobilismo, trazendo embasamento para a pesquisa. Os proprietários foram escolhidos com base em seus carros, em seu estilo de vida e pela acessibilidade. Como critério de escolha, os entrevistados deveriam ser proprietários de veículos segundo o código do Detran (mínimo de 30 anos de fabricação, completo e alto nível de originalidade) ou o mais perto possível disso.

O estudo foi realizado por meio de uma entrevista semiestruturada, aplicada a 7 proprietários de veículos antigos da cidade nos meses de julho e agosto de 2020, de forma presencial (quando possível) e online. Nesse modelo de entrevista, utiliza-se como base um roteiro de perguntas estabelecidas previamente, de forma a ditar e conduzir a entrevista para recolher mais informações e com maior qualidade.

As perguntas feitas tiveram o propósito de identificar, através da vivência no antigomobilismo, como ocorre o processo de compra de um veículo e em até que medida pode-se valorizar um carro antigo. Foram dispostas em determinada ordem, para que se criasse uma conexão com o entrevistado no decorrer da entrevista, possibilitando aumentar o grau de pessoalidade das questões. As respostas a essas perguntas foram comparadas e analisadas, com a finalidade de identificar as etapas de compra de carros antigos e os elementos que influenciam o ganho ou a perda de preço no um veículo.

Para entendimento de como ocorrem a valorização e a desvalorização dos carros clássicos e a que ponto pode chegar a valorização de um carro antigo, utilizou-se o preço dos carros dos entrevistados de quando eram 0 km, em moeda corrente, comparado aos preços praticados em carros semelhantes anunciados por sites especializados, para identificar a variação de preço de tais veículos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Num primeiro momento, conforme o Quadro 1, as respostas mostraram que, em sua maioria, o perfil de comprador de carro antigos se trata de pessoas acima dos 40 anos, com a carreira profissional já estabelecida, pois somente 1 dos 7 entrevistados está abaixo dessa faixa etária e todos têm profissões que possibilitam uma remuneração acima da média.

Quadro 1: Informações sobre os entrevistados e seus veículos

	Idade	Profissão	Antigos que possui
Entrevistado 1	45	Psicólogo	Diplomata SE 1988; Diplomata 1981 Cupê;
Entrevistado 2	55	Representante Comercial	Opala SS4 1974
Entrevistado 3	45	Empresário	Chevrolet Fleetline 2 portas 1952; Opala 1977; Aero Willys 1966; Chevette DL 1993; Kombi Furgão 1989; Kombi Passageiro 1996; Kombi Corujinha 1974; Escort XR3; Gurgel 1989; Puma GTE 1970;
Entrevistado 4	48	Consultor de Seguros e Consultor de Vendas de Veículos	Opala de Luxo Cupê 1974; Comodoro 1992
Entrevistado 5	72	Empresário	Bicicleta 1964; Fusca 1969; Karmann Ghia 1970; Fusca 1960; Fusca Itamar 1994; Mustang Fastback 1966; Mercedes 1972; Passat TS; Fusca 1972; Landau 1983;
Entrevistado 6	24	Empresário	Mustang Hardtop 1966; Scania 111 1979; Morris Oxford; Fusca 1969; Chevrolet Fleetmaster 54; Buick 1949; Monza 1993;
Entrevistado 7	51	Autônomo	Variant 1970; Aero Willys 1968; Fiat 147 1978;

Fonte: dados da pesquisa.

Pode-se perceber também que há uma relação entre o ano do veículo e a idade do dono, pois 6 dos 7 entrevistados têm carros fabricados no mesmo período da adolescência e juventude dos proprietários. Isso evidencia que, para se comprar e possuir um carro antigo, é demandado algum vínculo nostálgico, afinal “a nostalgia é uma força importante para o mercado de consumo, pois utilizando essa ferramenta da maneira correta se torna mais fácil a aceitação de um produto pelo consumidor” (SOUZA; POLIDORIO, 2013, p. 3). Como ilustra a Figura 3.

Figura 3: Entrevistado 2 com seu Opala SS4 1974, comprado novo pelo pai



Fonte: foto cedida pelo Entrevistado 2.

Na parte 2 da entrevista, na qual as perguntas são voltadas para as etapas de compra de um veículo antigo, notou-se que, mesmo que alguns entrevistados tivessem um procedimento de compra com algumas diferenças dos demais, os pontos importantes

para a compra de um bom exemplar são praticamente os mesmos para todos: a originalidade, o histórico e a conservação do veículo. Esse achado é corroborado pela constatação de que 5 dos 7 entrevistados alegam que o histórico do veículo é o que lhes chama a atenção ao olharem um carro antigo.

Primeiro, procedência e histórico, saber se a pessoa cuida do carro. Quanto maior o vínculo com o carro, mais fácil o carro estar bom. Histórico do veículo. Quantos anos que a pessoa tem esse carro? Tem toda a documentação desde o princípio? Tem! Aí você vê que o cara não é apenas um usuário do veículo não, é um cara que gosta de carro, tem porque gosta. (ENTREVISTADO 1)

Vejo o histórico do veículo, quantos donos, o manual original, se possui nota fiscal, chave reserva, são vários itens que tem que olhar. Olhar se é lacrado dianteira e traseira, se já foi restaurado, se tem retoques, a origem do veículo. (ENTREVISTADO 4)

A gente vê muito o original do carro, se o carro tá mais original. Se tem algum podre, se tem que reformar. O histórico conta muito, se foi só de um dono, isso conta muito. (ENTREVISTADO 6)

Tem que ser um carro alinhado, a lata certinha, interior conservado. Então, quanto mais estrutura o carro tiver, a gente procura mais essa parte. (ENTREVISTADO 7)

Dou muita importância para comprar um carro antigo é lata, lataria do carro. Porque motor, caixa, pneu normalmente é fácil de ser arrumado, lataria não. (ENTREVISTADO 3)

A respeito de fatores importantes para a compra de um artigo de qualidade, 4 de 7 entrevistados alegaram que a originalidade, o histórico do carro com antigos proprietários e o estado de conservação são pontos cruciais para uma boa compra. Foi levando em consideração essas condições que o entrevistado 6 e seu pai fecharam a compra do Ford Mustang Hardtop 1966 (Figura 4).

O estado de conservação, o mais perto da originalidade possível. (ENTREVISTADO 2)

A lata e com a estrutura do carro. O fechamento de capô, das portas e da mala do carro. (ENTREVISTADO 3)

A originalidade dele, a quilometragem dele. Um veículo sem restauro, pode ter algum retoque e a procedência do veículo é fundamental, com nota fiscal, manual, o histórico. (ENTREVISTADO 4)

A originalidade do carro, o aspecto dele. O estado de conservação, a originalidade dele. (ENTREVISTADO 7)

Figura 4: Ford Mustang Hardtop 1966, do Entrevistado 6



Fonte: foto cedida pelo Entrevistado 6.

Sobre o que é considerado importante para um veículo de coleção, foi perguntado aos entrevistados o que os faz desanimar sobre a aquisição de um veículo antigo. Verificou-se que, para 5 dos 7 entrevistados, os principais fatores que os fazem desanimar da compra de um veículo de coleção é a ausência dos itens que eles consideram mais importantes, logo um carro com pouca originalidade e que não esteja em bom estado de conservação.

Desanima o cara deixar a acabar o carro clássico que ele tem na mão. Se carro já estiver acabado eu aconselho, não recupere. (ENTREVISTADO 1)

A pessoa às vezes pega um opala aí e transforma em um SS, isso não é um SS, não é original. (ENTREVISTADO 2)

Alguns veículos aí, principalmente os opalas, que já foram bem judiados, reformas malfeitas. (ENTREVISTADO 4)

O aspecto do carro, lataria torta, pára-choque torto, grade torta já um banho de água fria. (ENTREVISTADO 7)

Aos entrevistados, também foram solicitadas suas considerações em relação ao mercado de carros clássicos nos atualmente, e todos afirmaram que o mercado está aquecido, apesar do momento de pandemia pelo qual passamos.

Bem aquecido, a procura é boa. (ENTREVISTADO 4)

É negocio que todo mundo gosta. Saio com meu Mustang e chama mais atenção que Ferrari. (ENTREVISTADO 5)

Vem crescendo muito. Muitos carros valorizando, muita procura. (ENTREVISTADO 6)

Apesar da situação econômica do país, está em alta. (ENTREVISTADO 7)

Sobre as considerações futuras sobre esses mercados, 6 dos 7 entrevistados disseram que é um mercado que só tende a crescer e ganhar força, com mais carros ganhando valor. Exemplo disso é a Figura 5, que retrata carros cada vez mais raros.

Se você tem um carro desse ninguém tem mais, diferente de um carro novo. O mercado fica cada vez mais aquecido. (ENTREVISTADO 2)

A cada ano que passa tende a ficar mais caro, fica mais raro. (ENTREVISTADO 3)

Acho que vai duplicar. Isso tende a crescer mais e mais. (ENTREVISTADO 6)

Figura 5: Da direita para esquerda: Fusca 1960, Karmann Ghia 1970, Fusca 1969, Fusca Itamar 1994, todos do Entrevistado 5



Fonte: dados da pesquisa.

Para averiguar se houve valorização de carros antigos através dos anos, foi perguntado aos entrevistados o preço e o ano de quando os veículos foram adquiridos e também o preço estimado hoje, para dessa maneira verificar se houve ou não valorização. A Tabela 2 mostra essa relação de valores.

Tabela 2: Preço e ano de quando os carros foram comprados e o preço estimado hoje

	Preço que foi comprado	Ano em que foi comprado	Preço estimado hoje
Entrevistado 1	Diplomata 1981: R\$ 4.000,00 (R\$ 21.622,68 em valores atualizados); Diplomata 1988: R\$ 5.000,00	Diplomata 1981 Cupê comprado em Junho de 1994; Diplomata 1988 comprado em 2005	Diplomata 1981: R\$ 23.000,00; Diplomata 1988: A partir de R\$30.000,00
Entrevistado 2	Veículo tirado OKM (foi feita uma troca por material entre o pai do proprietário e o dono da concessionária)	1974	R\$50.000,00
Entrevistado 3	Chevrolet Fleetline 2 portas 1952; Opala 1977: R\$ 45.000,00; Aero Willys 1966: R\$34.000,00; Chevette DL 1993: R\$ 16.150,00; Kombi Furgão 1989: R\$ 12.000,00; Kombi Passageiro 1996: R\$ 12.000,00; Kombi Corujinha 1974: R\$23.000,00; Escort XR3: R\$ 18.500,00; Gurgel 1989: R\$ 15.000,00; Puma GTE 1970: R\$20.000,00;	Chevrolet Fleetline 2 portas 1952: Carro ganhado, estava a mais de 60 anos na família; Opala 1977: 2017; Aero Willys 1966: 2018; Chevette DL 1993: 2018; Kombi Furgão 1989: 2018; Kombi Passageiro 1996: 2018; Kombi Corujinha 1974: 2017; Escort XR3: 2020; Gurgel 1989: 2020; Puma GTE 1970: 2016;	Chevrolet Fleetline 2 portas 1952: R\$ 140.000,00; Opala 1977: R\$ 55.000,00; Aero Willys 1966: R\$ 40.000,00; Chevette DL 1993: R\$ 19.000,00; Kombi Furgão 1989: R\$ 14.900,00; Kombi Passageiro 1996: R\$ 14.900,00; Kombi Corujinha 1974: R\$ 29.900,00; Escort XR3: R\$ 24.900,00; Gurgel 1989: R\$ 22.000,00; Puma GTE 1970: R\$25.000,00;
Entrevistado 4	-	Ambos em 2020	Comodoro 1992: R\$ 48.000,00; De Luxo 1974: R\$ 46.000,00;
Entrevistado 5	-	Coleção começou em 2015	Não estima preço pois não vende
Entrevistado 6	Mustang Hardtop: R\$ 80.000,00	Coleção começou a 8 anos	Mustang Hardtop 1966: R\$ 150 mil a 200 mil
Entrevistado 7	Variant 1970: R\$ 4.000,00; Aero Willys 1968: R\$ 8.000,00; Fiat 147 1978: R\$ 4.500,00;	Variant 1970: 2013; Aero Willys 1968: 2005; Fiat 147 1978: 2010;	Variant 1970: R\$ 20.000,00; Aero Willys 1968: R\$ 40.000,00; Fiat 147 1978: R\$10.000,00;

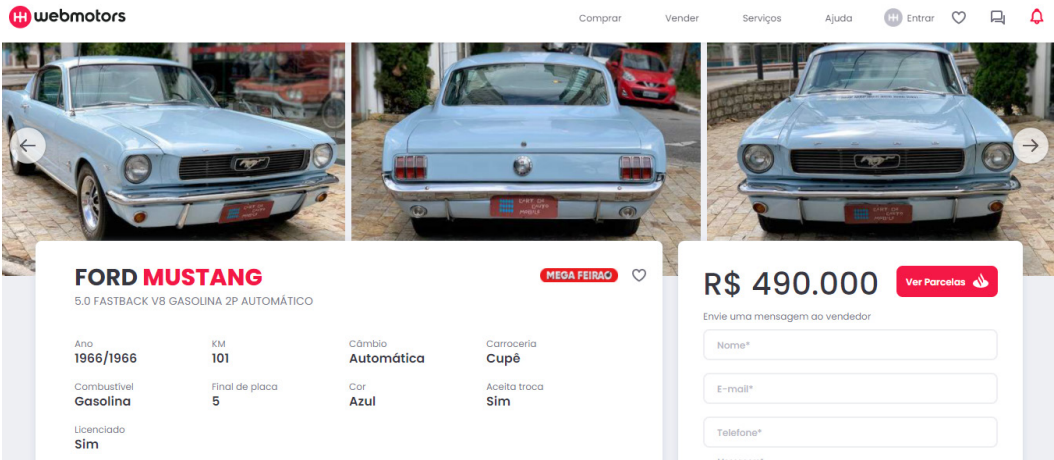
Fonte: dados da pesquisa.

Alguns entrevistados, por discrição, não citaram valores pelos quais compraram os carros, portanto foi comparado o preço de quando eram vendidos novos com o preço com que estão sendo anunciados nos dias de hoje.

Usando o como exemplo o Mustang Fastback, do entrevistado 5, (Vide Figura 6, de função ilustrativa), o veículo em questão era vendido novo nos Estados Unidos por US \$ 2.713 (CJ PONY PARTS, 2020), o que seria equivalente a R\$ 21.952,83 (Inflation Tool, 2020) nos dias de hoje. Com a cotação do dólar a R\$ 5,40 (Google, 2020), no dia

21 de setembro de 2020, o Mustang Fastback custaria R\$ 118.545,28. Como pode ser visto na Figura 6, há uma grande valorização do modelo em questão, pois um exemplar semelhante está sendo vendido por R\$ 490.000,00.

Figura 6: Anúncio do Ford Mustang em 2020



Fonte: Webmotors, 2020.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante de todas as informações expostas, percebe-se que há 3 perfis de compradores de carros antigos, como mostra o Quadro 2, abaixo. Todos esses 3 perfis têm profissões que possibilitam remunerações maiores que a média salarial, que podem bancar tal hobby, e a maioria está na faixa etária acima dos 40 anos.

Quadro 2: Perfis de compradores de carros antigos

Perfil:	Idade	Características
Comerciante	45 - 48	Menor intervalo de idade. Compra, usa e vende com lucro carros antigos com relativa rapidez, caracterizando uma forma de comércio
Pessoa que tiveram contato com os carros	45-55	Perfil composto por pessoas que tiveram contato direto com esse veículos e preservam carros que a família teve ou adquirem carros que os remetem ao período da vida que tiveram contato com esse carros
Pessoa que não teve contato com os carros	51-72	Maior intervalo de idade. Perfil de pessoas com poder mais alto. Buscam comprar os carros que não tiveram oportunidade de ter na época.

Fonte: dados da pesquisa.

Outro ponto a se atentar é o número de veículos por proprietário, que varia bastante entre os entrevistados, indo de 1 até 10 carros por pessoa. Esse número pode ser associado ao sucesso profissional da pessoa, possibilitando maiores despesas com esse tipo de gasto.

Por mais que os entrevistados selecionados tivessem marcas e modelos pelos quais tivessem mais apreço, apenas 3 deles têm carros somente de uma mesma montadora, mostrando que, em sua maioria, compradores de carros antigos tendem a ser ecléticos em relação a suas compras.

Portanto, pode-se identificar que o processo de compra de um veículo antigo acontece buscando um exemplar de determinada época em bom estado de conservação e com alto nível de originalidade, para assim executar uma boa compra. E a valorização de acordo com os dados da pesquisa vai de aproximadamente 6,37%, no carro de menor valorização (Diplomata 1981, do Entrevistado 1), até 413.244%, no carro de maior valorização (Mustang Fastback do entrevistado 5).

Um ponto limitante da pesquisa foi que alguns proprietários, por serem lojistas ou muito reservados, não quiseram informar por quanto adquiriram seus carros, dificultando saber o grau de valorização dos carros. Outro estudo futuro seria fazer a pesquisa com maior amostragem para conseguir dados quantitativos em relação a valores e segmentar os entrevistados, escolhendo de acordo com o tipo de carro, para se ter um maior detalhamento do processo de compra.

Sobre pesquisas futuras, recomenda-se realizar pesquisas com entrevistados fora da cidade de Ubá, de preferência pessoas que trabalham com compra e venda de antigos há mais de uma década e donos de coleções que tenham alguma notoriedade, ou seja, que já tenham sido citados em algum jornal ou revista especializada em carros antigos. Dessa maneira, aumentará a qualidade dos dados obtidos.

REFERÊNCIAS

CJ Pony Parts. **Mustang prices over time**. Disponível em: <https://www.cjponyparts.com/resources/mustang-prices-through-the-years>. Acesso em: 21 set. 2020.

COMPORTAMENTO do consumidor verde: realidades e perspectivas de um nicho de mercado em expansão. ENAPEGS. s.l. (2013).

DETRAN-MG. **Emplacamento de veículo de coleção**. 2020. Disponível em: <https://www.detrان.mg.gov.br/veiculos/emplacamento/veiculo-de-colecao> Acesso em: 25 mar. 2020.

Dicio. **Dicionário Online de Português**. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/colecionismo/> Acesso em: 18 de nov. 2020

FGV. **Carros antigos brasileiros valorizam até 135% acima da Selic, aponta estudo**. Disponível em: <https://portal.fgv.br/noticias/carros-antigos-brasileiros-valorizaram-ate-135-acima-selic-aponta-estudo> Acesso em: 18 mar. 2020.

G1. **Antigomobilismo**: a paixão pelos carros que marcaram épocas. Universidade de Sorocaba (Uniso). Disponível em: <https://g1.globo.com/sao-paulo/sorocaba-jundiai/especial-publicitario/universidade-de-sorocaba/noticia/antigomobilismo-a-paixao-pelos-carros-que-marcaram-epocas.ghtml>. Acesso em: 25 mar. 2020.

GAUDIOSO, Júlio César. **De carros, motores & emoções**. Museu do Automobilismo Brasileiro, Passo Fundo, RS. UFRGS, Repositório Digital. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/116230>. Acesso em: 31 mar. 2020.

GOOGLE. **Cotação do dólar**. Disponível em: <https://www.google.com/search?q=cota%C3%A7%C3%A3o+dolar&oq=cota%C3%A7%C3%A3o&aqs=chrome.1.69i57j35i39j0l6.4239j1j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>. Acesso em: 21 set. 2020.

INFLATION TOOL. **Value of 1966 US dollar today**. Disponível em: <https://www.inflationtool.com/us-dollar/1966-to-present-value?amount=2713>. Acesso em: 21 set. 2020.

LEITÃO, Débora Krischke. Mercado, conexões e interconexões: algumas pistas para compreender trocas comerciais via internet. **Revistas de Ciências Sociais UFSM**, v. 1, n. 1, p. 82-96. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/seculoxi/article/view/3138/1727>. Acesso em: 31 mar. 2020

LEMO, Ricardo Felipe. **Avaliação de atributos de compra no processo de aquisição de automóveis de alto valor**. Biblioteca Digital de Teses e Dissertações PUCRS, jul. 2007. Disponível em: <http://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/5703>. Acesso em: 31 mar. 2020.

MEDEIROS, Janine Fleith; CRUZ, Cassiana Maris Lima. Comportamento do consumidor: fatores que influenciam no processo de decisão de compra dos consumidores. **Revista Teoria e Evidência Econômica**, Passo Fundo, v. 14, Ed. Especial, p. 167-190, 2006. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1Y2I9vLZieQILGjoqTmtohVyam6T3V0io/view>. Acesso em: 18 abr. 2020

POPADIUK, Silvio. O processo de envolvimento na compra de um produto. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 28, n. 2, p. 83-91, abr./jun. 1993. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Silvio_Popadiuk/publication/280938579Oprocessodeenvolvimentonacompradeumproduto/links/55ccfbd208aeaaab209b4ddf/O-processo-de-envolvimento-na-compra-de-um-produto.pdf. Acesso em: 31 mar. 2020.

PRIBERAN. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/antigomobilismo>. Acesso em: 18 abr. 2020

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. Novo Hamburgo-RS: Universidade FEEVALE, 2013. Disponível em: https://drive.google.com/file/d/1lp5R-RyTrt6X8UPoq2jJ8gO3UEfM_JJd/view. Acesso em: 24 abr. 2020.

PROFESSOR CARDY. **Atualização monetária**. Disponível em: <http://www.profcardy.com/calculadoras/atualizacao-monetaria-calculada.php>. Acesso em: 15 out. 2020.

REGIONAL DE CAMPINAS. **Anúncio Galaxie**. Disponível em: <https://regionaldecampinas.com.br/produto/galaxie-landau/>. Acesso em: 19 abr. 2020.

REVISTA QUATRO RODAS. **Grandes comparativos**: confrontos que entraram para a história. São Paulo: Editora Abril, 2015.

SOUZA, Leonardo Vicente; POLIDORIO Gilson Rodrigo Silvério. **O poder da nostalgia no processo de conquista de cliente**. Presidente Prudente - SP. Faculdades Integradas Antônio Eufrásio de Toledo. Disponível em: <http://intertemas.toledoprudente.edu.br/index.php/ETIC/article/view/3416>. Acesso em:

24 set. 2020.

TEIXEIRA, José Carlos Inocente. **Fatores que influenciam o comportamento do consumidor**. Instituto a Vez do Mestre, Universidade Cândido Mendes, Rio de Janeiro, março de 2010. Disponível em: http://www.avm.edu.br/docpdf/monografias_publicadas/k212800.pdf Acesso em: 18 abr. 2020.

VASCONCELOS, Luís Henrique Vasconcelos; RIDOLFO, Artur. **O automóvel de antigo de coleção é um bom investimento?** Uma análise da última década no mercado antigomobilista brasileiro. Disponível em: [http://bibliotecadigital.fgv.br/ocs/index.php/simpoi/simpoi2019/paper/view/6541%20\(dia%2018/03\)](http://bibliotecadigital.fgv.br/ocs/index.php/simpoi/simpoi2019/paper/view/6541%20(dia%2018/03)). Acesso em: 19 mar. 2020.

WEBMOTORS. **Anúncio Ford Mustang Fastback**. Disponível em: <https://www.webmotors.com.br/comprar/ford/mustang/5-0-fastback-v8-gasolina-2p-automatico/2-portas/1966/33025520?pos=c33025520g:&np=1>. Acesso em: 21 set. 2020.