

## **Volkswagen Financial Services aposta na tendência dos carros por assinatura e registra crescimento na procura pelo serviço**

*Volume de veículos contratados por meio do VW Sign&Drive, entre janeiro e novembro, foi 256% superior ao total de locações nessa mesma modalidade, em 2022*

Os serviços de carros por assinatura são parte de uma tendência que chegou para ficar no mercado brasileiro de mobilidade. De acordo com pesquisa, divulgada no último mês de novembro pela Associação Brasileira de Locadoras de Automóveis (ABLA), só nos últimos 12 meses, a quantidade de veículos locados no país, por meio dessa modalidade, registrou um aumento de 31,2% e dobrou nos últimos três anos, saltando de 80 mil, em 2020, para 160 mil, em 2023.

De olho nessa verdadeira revolução na maneira como o consumidor brasileiro tem encarado as noções de uso e posse de automóveis, a Volkswagen Financial Services, empresa responsável pelas operações financeiras do Grupo Volkswagen, tem investido em um portfólio de soluções de mobilidade que vai ao encontro desses novos desejos e necessidades manifestados pelos clientes.

A empresa conta com o VW Sign&Drive, serviço disponibilizado em todo Brasil, em que o veículo escolhido é entregue ao cliente com documentação e taxas pagas, além de serviços agregados à locação, como manutenção preventiva, documentação e proteção contra roubo e sinistros que já estão inclusos no pacote. O contrato de aluguel conta com uma franquia de quilometragem mensal, com duração de 12, 18, 24 ou 36 meses, com possibilidade de renovação, trocando por outro veículo 0km, após o final da assinatura.

Segundo Simone Caracante Moras, diretora de Marketing e Vendas da VWFS Brasil, a combinação entre praticidade e flexibilidade oferecida pelos serviços de assinatura pode ser apontada como um dos principais fatores para o avanço dessa modalidade no mercado brasileiro de mobilidade. Só entre os meses de janeiro e novembro de 2023, foi registrado um crescimento de 246% no volume de carros contratados por meio do VW Sign&Drive, se comparado à quantidade total de veículos alugados nessa mesma modalidade no ano passado. “Se utilizarmos como base o ano de 2020, quando o serviço foi iniciado no Brasil, o crescimento é ainda mais impressionante, como uma alta que beira os 1.800%”, aponta a executiva.

As vantagens desse modelo são bastante claras, uma vez que o cliente tem a liberdade de escolher tanto o veículo de sua preferência, a franquia e o período de locação. E isso sem as responsabilidades e amarras que, normalmente, estão atreladas à posse de um carro. “Ao optar pela assinatura, o consumidor não precisa dispor de um investimento inicial, já que não é necessário pagar entrada, e ainda fica livre de preocupações com manutenção, seguro e documentação, que ficam por conta da empresa fornecedora do serviço”, destaca a executiva.

A comodidade, que inclui a possibilidade de contratar um veículo por assinatura sem sequer sair de casa, é um dos fatores que tem levado um número cada vez maior de clientes a priorizar o uso ao invés da posse de diversos bens de consumo, incluindo os automóveis. “Todo processo de contratação do VW Sign&Drive é feito pelo nosso site, facilitando ainda mais o acesso ao serviço. O usuário pode

escolher o modelo e a cor do veículo, selecionar o período de contratação e a quilometragem mensal desejadas, criar uma conta e, após realizar seu login, fazer o upload da documentação necessária para análise de crédito, a partir da oferta selecionada. Após a análise, o contrato digital é enviado por e-mail, para assinatura”, explica Moras.

Sobre o perfil dos clientes do serviço de carros por assinatura da VWFS, a diretora de Marketing e Vendas da empresa destaca que se trata de um público mais maduro, financeiramente estável e, em boa parte, geograficamente concentrado nas regiões sudeste e centro-oeste do país.

“A maioria dos nossos assinantes têm entre 31 e 40 anos de idade (37%), embora também tenhamos uma parcela significativa da nossa clientela com idades entre 41 e 50 anos (29%). E embora ainda haja uma alta concentração de assinaturas no estado de São Paulo (58,7%), também temos crescido no Centro-Oeste e Distrito Federal”, revela Simone.

Para além desse recorte, a VWFS tem trabalhado para expandir ainda mais a presença de seu serviço de veículos por assinatura, destacando não só a praticidade e flexibilidade dos contratos, mas também as vantagens financeiras obtidas pelo cliente ao optar por usufruir de um veículo ao invés de comprá-lo. “Ao optar pelo VW Sign&Drive, o consumidor não apenas abre mão da burocracia e de gastos com IPVA, licenciamento, emplacamento e DPVAT, como também pode retirar seu veículo em qualquer concessionária Volkswagen a nível nacional, sem taxas extras, a partir de cinco dias úteis dependendo da localidade, após o recebimento do termo de disponibilidade enviado por e-mail”, detalha.

Segundo relatório recente, produzido pelo banco BTG Pactual, além de ser, em média, 40% mais barata do que um financiamento e 14% menos onerosa do que uma compra à vista, a assinatura de um veículo também contribui para que o consumidor não perca dinheiro com juros e depreciação do bem e nem mantenha seu patrimônio imobilizado.

“Ao invés de aplicar em torno de R\$100 mil em uma compra à vista ou outro valor para entrada, o cliente tem a possibilidade de investir e obter rendimentos, enquanto opta por um serviço de assinatura, podendo utilizar um carro 0km por uma mensalidade adequada ao seu orçamento e sem preocupações com gastos em financiamento, impostos, documentos, manutenção, revisão e seguro”, finaliza Simone Caracante Moras.

### **Sobre a VWFS**

A Volkswagen Financial Services Brasil é constituída pelo Banco Volkswagen, Consórcio Nacional Volkswagen, Volkswagen Corretora de Seguros e LM Soluções de Mobilidade. Fundada em 1956, a empresa dispõe de uma gama de produtos para facilitar o acesso a veículos de passeio, comerciais, caminhões e ônibus Volkswagen e MAN Latin America, automóveis Volkswagen, Audi e Porsche e motocicletas Ducati. A Volkswagen Financial Services atende mais de 700 concessionários das marcas, em todas as regiões do Brasil. A instituição possui uma base de mais de 800 mil clientes ativos no Brasil.