

Queda registrada foi de quatro pontos percentuais em relação à edição anterior do MCI, mas ainda é elevado, com 68% manifestando intenção de compra

Quase sete em cada dez consumidores brasileiros manifestam intenção de compra de carro, de acordo com a última edição do Índice de Mobilidade do Consumidor (MCI, na sigla em inglês), elaborado pela EY. “Embora a porcentagem de 68% continue acima da média regional, também houve retração no Brasil, com queda de quatro pontos percentuais em relação a 2024”, diz Marcelo Frateschi, sócio-líder para o setor automotivo da EY Brasil. “Em relação ao momento planejado para a aquisição, 64% dos entrevistados pretendem fazer isso nos próximos 12 meses, enquanto 38% indicam prazo entre 13 e 24 meses”, completa o executivo.

O levantamento aponta ainda que, nas Américas, 58% dos respondentes afirmam estar extremamente ou razoavelmente propensos a adquirir um carro, o que representa redução de três pontos percentuais em relação ao período anterior. Sobre a preferência por região de origem da marca, há, ainda segundo Frateschi, uma mudança relevante no mercado brasileiro. “As marcas europeias fortaleceram seu apelo em todos os tipos de veículo (combustão interna, híbrido ou elétrico), com 76% da amostra brasileira demonstrando preferência por essas empresas. As marcas chinesas também avançaram, alcançando 24%”, afirma.

As concessionárias continuam sendo a principal opção entre os canais de compra disponíveis. Isso porque 36% dos consumidores preferem concluir a compra presencialmente em showrooms, mas os canais online vêm ganhando relevância, alcançando 28%. “Além disso, 36% dos consumidores preferem utilizar esses dois canais, combinando experiências online e offline”, diz Frateschi. Por fim, ainda segundo o MCI, os consumidores brasileiros têm preferência por funcionalidades práticas voltadas principalmente para navegação, segurança e proteção. “Por outro lado, serviços ligados a conforto, bem-estar e entretenimento têm menor peso na decisão de compra”, finaliza.

Nova fase da eletrificação dos veículos

A preferência dos consumidores brasileiros por veículos a combustão avançou de 35% para 49%, enquanto o interesse por totalmente elétricos permaneceu estável em 9%, ainda de acordo com o MCI.

“O elétrico ficou preso entre a urgência climática e a disputa geopolítica. O consumidor percebe essa incerteza”, diz Ricardo Assumpção, líder de sustentabilidade e CSO (Chief Sustainability Officer) da EY para a América Latina. “O MCI mostrou, além desses dados referentes ao Brasil, que 50% dos consumidores globais pretendem comprar veículos a combustão nos próximos 24 meses, alta de 13 pontos percentuais em comparação com a última edição do estudo referente a 2024. Já a preferência por veículos totalmente elétricos caiu para 14%”, completa.

Na avaliação de Assumpção, isso não significa que a eletrificação perdeu relevância, mas que entrou em uma fase menos emocional e mais estratégica. “A eletrificação amadureceu e não vai se dar em uma linha reta nem será igual para todos os países. A China seguirá acelerando porque construiu escala, infraestrutura e cadeia produtiva. A Europa continuará pressionada por metas climáticas, mas protegerá sua indústria. Os Estados Unidos avançarão quando a eletrificação for percebida como emprego americano, bateria americana e soberania americana. E o Brasil terá uma rota própria: etanol, híbridos flex, eletrificação de frotas e, progressivamente, veículos 100% elétricos onde a conta econômica fechar”, finaliza.

Fonte: Agência EY, em 03.07.2026.