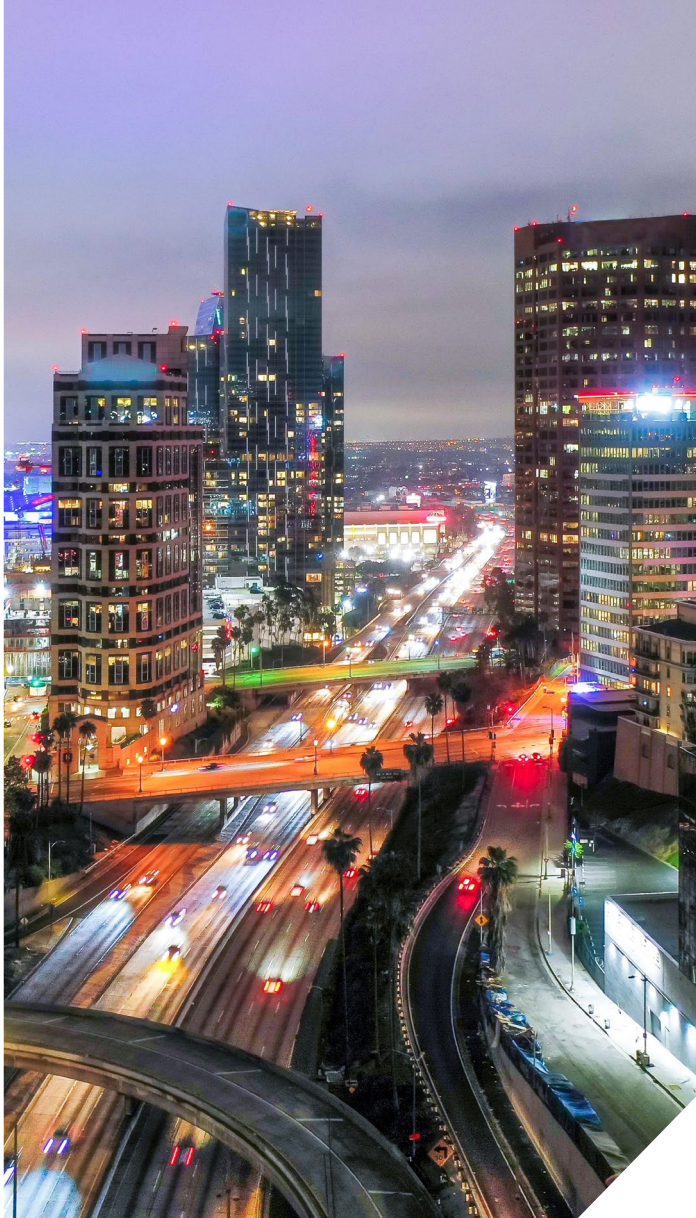


BRASIL AUTO: PROSPERANDO EM MEIO ÀS DIFICULDADES

Entre etanol e EVs: uma ponte
híbrida, marcas chinesas em
ascensão e escolhas lideradas
pelo consumidor



Navegando em um cenário de regulamentações em evolução e incentivos limitados à eletrificação, o mercado brasileiro continua a se diversificar com uma gama crescente de modelos e marcas.

O mercado automotivo brasileiro, embora desafiador devido a fatores como inflação, flutuações políticas e regulamentações de mercado, oferece oportunidades intrigantes para os interessados em inovação e adaptação.

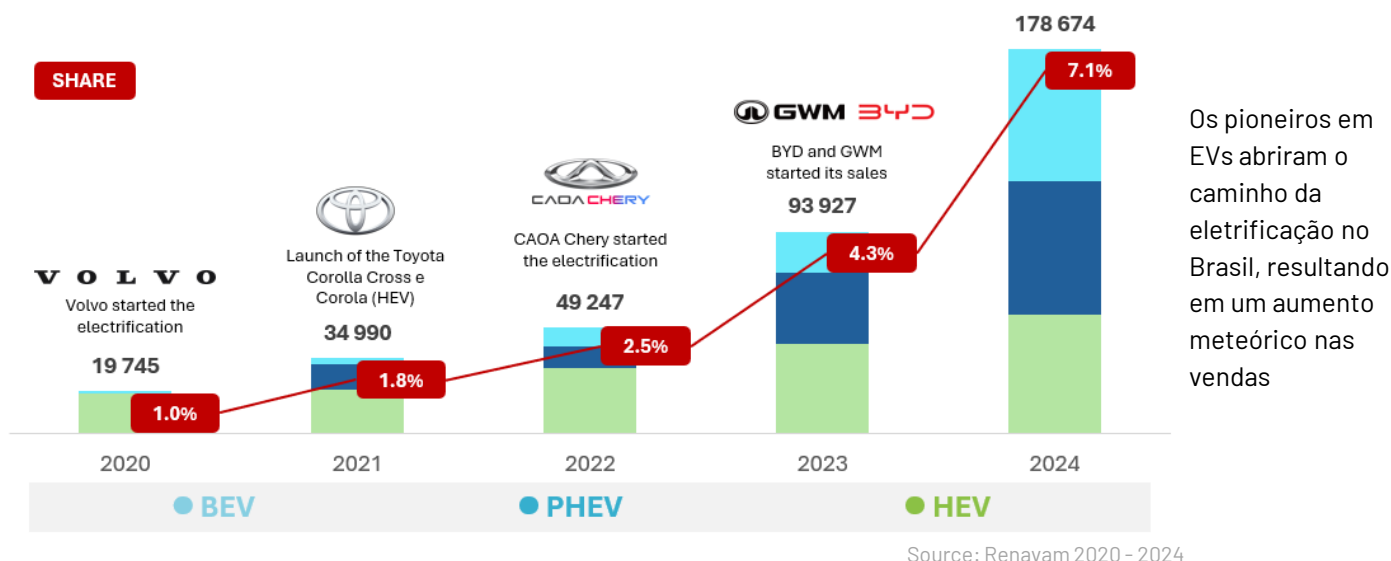
As características únicas do mercado, como o uso do etanol como combustível verde, motores flex que funcionam tanto com gasolina quanto com etanol e uma base de consumidores que valoriza qualidade e tecnologia, contribuem para sua importância. Essas particularidades tornam o setor automotivo brasileiro um dos mais vitais da América Latina e o classificam entre os 10 primeiros do mundo em volume de vendas. As vendas no mercado automotivo brasileiro **cresceram 27% entre 2020 e 2024**, destacando a força do mercado. Contudo, **as vendas ainda estão 6,7% abaixo dos níveis pré-COVID-19**. Em meio a essa dinâmica, o mercado ganhou atenção significativa dos fabricantes chineses (OEMs). **Em 2020, as marcas chinesas detinham uma participação de mercado de 1,1%** em veículos de passageiros e comerciais leves. Até **2024**, já totalizavam nove marcas, representando **6,9% das vendas totais**. Atualmente, três marcas chinesas estão montando modelos localmente, duas delas iniciaram suas atividades há algumas semanas com módulos SKD e CKD.



Apesar dos altos e baixos, o top 10 do mercado brasileiro está acelerando, e os que aprendem mais rápido – especialmente os novos OEMs chineses – estão ganhando terreno.

Novos trens de força, novos competidores

EVOLUTION OF THE BRAZILIAN ELECTRIC VEHICLE MARKET



A expansão das marcas chinesas no mercado automotivo brasileiro ainda está em seus estágios iniciais. Em 2025, essas marcas somam quinze empresas, **superando 9% de participação de mercado em agosto.** Os OEMs chineses são líderes em veículos elétricos (EVs), conhecidos por seus preços competitivos, tecnologia avançada e acabamentos de qualidade em diversos segmentos, como **B-SUVs, C-SUVs, sedãs e hatchbacks.**

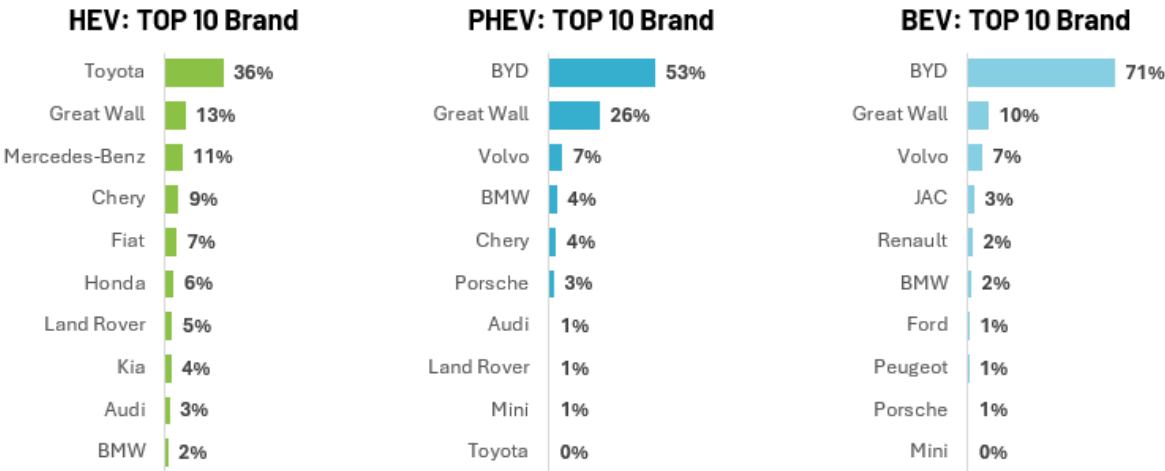
Isso levou os OEMs tradicionais a sentirem a pressão em seus volumes de vendas, levando a respostas estratégicas. **Toyota** está focada em manter sua posição no **veículo elétrico híbrido (HEV)**, enquanto **Stellantis**, através da sua marca Fiat, lançou com sucesso modelos na categoria **veículo híbrido leve (MHEV)** no final de 2024.

O impulso dos veículos elétricos (VE) no Brasil é predominantemente liderado pela BYD, Volvo e Great Wall. No final de 2024, a BYD havia garantido a décima posição no ranking de vendas de veículos de passageiros e comerciais leves em veículos com motor de combustão interna (ICE) e VEs, **com uma quota de mercado superior a 3%.** Essa tendência ascendente continuou e, em agosto de 2025, a BYD expandiu sua participação de mercado para mais de 4%, subindo uma posição no ranking geral de vendas e subindo três posições no segmento de veículos de passageiros.

A dinâmica competitiva do mercado deve se intensificar à medida que novas marcas surgem e introduzem seus modelos, enquanto as marcas estabelecidas visam restaurar seus volumes e lucratividade. **Este ano, GAC, OMODA / JAECOO e GEELY iniciaram as vendas, com o lançamento da LEAPMOTOR em breve.** Entretanto, a **Stellantis** tem planos para ampliar sua oferta de **MPEV** sob sua 'House of Brands' e introduzir novas **tecnologias EV** em todos os seus modelos. **Volkswagen** e a **Honda** estão desenvolvendo ativamente suas plataformas EVs, com anúncios esperados em breve. Consequentemente, surgem inúmeras oportunidades para fabricantes e consumidores. O sucesso desses lançamentos dependerá em grande parte de **como os OEMs habilmente adaptam suas estratégias às características únicas do Brasil**, como soluções híbridas flex ou híbridas a etanol, as condições do mercado e geográficas, onde a infraestrutura adequada é mais desenvolvida em centros urbanos, mas falta em cidades menores, seja para veículos elétricos ou não.

Ainda existem reservas consideráveis entre os consumidores em relação aos modelos de veículos elétricos, sejam eles produzidos por fabricantes tradicionais ou chineses. A pesquisa Ipsos Drivers 2024 destaca os desafios na integração de EVs no mercado brasileiro. De acordo com a pesquisa, **mais de 74% dos entrevistados** afirmaram que não têm conhecimento ou estão familiarizados apenas com o nome de **veículos elétricos a bateria (BEVs)**. Similarmente, **67%** expressaram conhecimento limitado sobre **veículos elétricos híbridos (HEVs)**, e **73%** sobre **veículos elétricos híbridos plug-in (PHEVs)**.

2024 BRAZIL: MAIN BRAND PER TECHNOLOGY



Em 2024, a Toyota é a marca líder em HEVs, enquanto a BYD lidera com PHEVs e BEVs. A GWM foi a segunda em todas as três.

Em 2025, estamos vendo MHEVs começando a ganhar destaque.

Source: Renavam 2020 - 2024



Os modelos híbridos estão crescendo em popularidade ao lado de uma seleção crescente de modelos disponíveis. De acordo com a pesquisa Ipsos Drivers, as três principais preocupações dos consumidores são as seguintes:

01

Preço do carro

A maioria dos modelos tem preço no segmento superior, ultrapassando R\$ 200.000 BRL (aproximadamente € 31.000)

02

Custos de manutenção

Tecnologias avançadas exigem técnicos qualificados, peças específicas e dependência da rede de concessionárias, o que pode aumentar as despesas de manutenção

03

Falta de familiaridade

Os consumidores muitas vezes não têm compreensão suficiente da tecnologia

A introdução da tecnologia EV avançou significativamente na transformação do mercado automotivo brasileiro. À medida que essa tecnologia continua a evoluir e se integra às soluções existentes de etanol ou motores flex, espera-se que o conhecimento do consumidor aumente, levando a emissões de CO2 progressivamente mais baixas ao longo do tempo.

É importante notar que o **governo brasileiro não forneceu incentivos financeiros para consumidores comprarem veículos elétricos ou híbridos.** Em vez disso, sua estratégia prioriza a redução de CO2 implementando várias tecnologias e apoiando soluções locais, como o etanol. Essa abordagem permite aos consumidores a liberdade de escolher as soluções que melhor atendem às suas necessidades, seja para deslocamento, lazer, viagens, compras ou alinhamento com a infraestrutura local. Dadas as condições atuais, **a infraestrutura do Brasil ainda não está totalmente preparada** para acomodar a adoção generalizada de veículos puramente elétricos. **O mercado é dominado principalmente por modelos de motor de combustão interna (ICE)**, indicando um período de transição potencialmente longo em relação aos motores tradicionais. É possível que várias soluções coexistam por muitos anos.



Preço inteligente, não apenas baixo

Dada a natureza transitória do mercado e a continuação do domínio das marcas tradicionais e dos veículos com motor de combustão interna (ICE), **os fabricantes estão se concentrando no desenvolvimento de uma nova linha de veículos Elétricos Híbridos Plug-in (PHEVs) e veículos Elétricos Híbridos Leves (MHEVs) com preços competitivos**, aprimorado com recursos desenvolvidos localmente. **Alianças estratégicas com empresas chinesas**, como **Renault e Geely**, ou **Stellantis e Leap Motor**, facilitará o lançamento de modelos eficazes em termos de custos através da partilha de redes de distribuição e a rede de concessionárias.

Em contextos tão dinâmicos, é essencial desenvolver estratégias adaptáveis aos objetivos de médio e longo prazo. Os fabricantes e importadores locais, independentemente da sua nacionalidade, devem manter um conhecimento aguçado de todo o ecossistema automotivo, com especial atenção para o **comportamento e necessidades do consumidor**. Embora as reduções de preços possam oferecer benefícios a curto prazo para os consumidores, também representam riscos

para a estabilidade financeira de alguns fabricantes do setor, podendo levar ao **fechamento de fábricas e concessionárias**. Um equilíbrio cuidadosamente gerenciado entre oferta, demanda e preços é crucial para manter a saúde geral do setor.

Investir em **pesquisa do consumidor** é crucial para **orientar estratégias de produto e estratégias de marketing**, pois permite que as marcas se diferenciem no mercado. A **Ipsos** é especializada em ajudar os fabricantes nesse processo e estamos ansiosos para ajudá-los a obter uma compreensão abrangente do mercado, as necessidades do consumidor e apoiar suas iniciativas de crescimento.

Notas finais:

1. RENAVAN – Registo Nacional de Veículos Automotores – 2020 até julho 2025
2. Ipsos Drivers – Edição 2024 (dados semestrais).

OBRIGADO

AUTORES

Marcelo Pereira

Head Automotivo e de mobilidade,
Ipsos

marcelo.pereira@ipsos.com

Mike VanNieuwkuyk

Chefe Global de Qualidade de
Veículos Automotivo e de
Mobilidade, Ipsos

mike.vannieuwkuyk@ipsos.com

Paulo Gabriel

Diretor de Negócios,
Automotivo e de mobilidade, Ipsos

paulo.gabriel@ipsos.com