O interesse por veículos totalmente elétricos permanece estável em 9%, e um dos motivos principais para isso está na escassez de infraestrutura de recarga

A preferência dos consumidores brasileiros por veículos a combustão avançou de 35% para 49%, enquanto o interesse por totalmente elétricos permaneceu estável em 9%, de acordo com a última edição do Índice de Mobilidade do Consumidor (MCI, na sigla em inglês), elaborado pela EY. Já o interesse por veículos elétricos de alguma forma, o que inclui os híbridos, caiu 17 pontos percentuais em 2025, na comparação com a edição de 2024, registrando 40% da preferência. Sobre os veículos classificados como híbridos, o interesse do consumidor pela aquisição cresceu um ponto percentual na comparação com o levantamento anterior, chegando a 18%.

Ainda segundo o estudo, 39% dos consumidores disseram estar adiando ou reconsiderando a aquisição de veículos elétricos por causa de gargalos logísticos e tarifas associadas a perturbações geopolíticas. Já 46% afirmaram que seus planos seguem inalterados e 11% que não pretendem mais comprar.

“Os principais motivadores para aquisição dos elétricos são aumento do custo dos combustíveis, citado por 38% dos entrevistados, e preocupações ambientais, resposta que recebeu a mesma porcentagem”, diz Marcelo Frateschi, sócio-líder para o setor automotivo da EY Brasil. Outros motivos são maior autonomia (30%), menor custo total de propriedade (29%), melhor desempenho em relação aos veículos a combustão (28%), facilidade de manutenção (25%) e ampliação da oferta de modelos (16%).

Em relação às barreiras para adoção dos veículos elétricos, a escassez de infraestrutura de recarga – tanto pública quanto residencial – aparece como principal entrave, ainda segundo a edição mais recente do MCI. Entre os consumidores que não pretendem adquirir veículo elétrico, 36% apontam a falta de estrutura em casa ou no trabalho; 33% citam a ausência de estações públicas de carregamento da bateria; 28% destacam a preocupação com a substituição da bateria; e outros 28% reclamam do valor cobrado pelo veículo. Além disso, 21% acreditam que os elétricos são mais caros para fazer qualquer conserto e 17% mencionam como problema a autonomia e incertezas sobre o custo de carregamento.

Preocupação com o meio ambiente

Quase quatro em cada dez consumidores brasileiros trouxeram a preocupação com o meio ambiente como motivo para aquisição dos veículos elétricos. Ainda que continue na primeira posição, ao lado do aumento do custo dos combustíveis, essa porcentagem vem caindo, tendo saído de 46,5% na edição retrasada do estudo para 38,3% nesta.

“Por trás disso está uma pergunta no centro da mobilidade global: se o petróleo segue vulnerável a choques geopolíticos; se o diesel pressiona inflação, frete e margens empresariais; e se a agenda climática avança, por que o carro elétrico ainda não vingou?”, questiona Ricardo Assumpção, líder de sustentabilidade e CSO (Chief Sustainability Officer) da EY para a América Latina. “A resposta é que a eletrificação não representa somente uma tecnologia. Trata-se de uma reorganização industrial, geopolítica, fiscal e energética. E é uma transição que não acontece em linha reta, o que significa que não ocorrerá rapidamente”, completa.

Ainda segundo Assumpção, a eletrificação exige muito mais do que trocar o motor, havendo necessidade de novas plataformas industriais, baterias, software, semicondutores, fornecedores, rede de carregamento, capacidade elétrica, financiamento e treinamento técnico. “Para as montadoras, o desafio é operar duas curvas de capital ao mesmo tempo: manter a rentabilidade da cadeia a combustão e financiar a nova cadeia elétrica”, observa.

Já para consumidores e empresas, o preço de aquisição, na avaliação do executivo, ainda pesa, mesmo quando o custo operacional ao longo da vida útil pode ser menor. “Esse é o ponto central. A eletrificação é uma agenda de capital antes de ser uma agenda de avanço climático. Ela só acelera

quando o custo total de propriedade fica evidente, especialmente em frotas, ônibus, logística urbana, veículos de alta utilização e operações corporativas. Por isso, no Brasil, a adoção tende a começar onde o veículo roda muito e, por consequência, o diesel dói no caixa: entregas urbanas, ônibus, frotas corporativas, mineração, aeroportos, portos e centros logísticos", finaliza.

Fonte: Agência EY, em 19.06.2026.