
Rumo à mobilidade elétrica

Expectativas e prontidão dos consumidores
para a era dos veículos elétricos





Apresentação

Mobilidade elétrica se refere ao uso de veículos que utilizam eletricidade para alimentar o motor, no todo ou em parte, oferecendo uma alternativa mais sustentável aos combustíveis fósseis. A **Pesquisa Global eReadiness 2024**, que entrevistou mais de 17.000 entrevistados em 27 países, incluindo o Brasil, investigou as necessidades de mobilidade e a prontidão dos consumidores em relação aos veículos elétricos (VEs).

Os respondentes foram agrupados em **proprietários de VEs**, **leads** – consumidores que têm a intenção de comprar VEs dentro de cinco anos – e **céticos** – que não têm interesse em VEs. Enquanto muitos países estão liderando a adoção da mobilidade elétrica, outros estão ficando para trás, apesar das previsões otimistas.





“

A mobilidade elétrica e seus impactos são temas centrais na discussão sobre o avanço dos compromissos assumidos no Acordo de Paris. Afinal, os segmentos de transporte e energia devem se unir para acelerar a sustentabilidade e viabilizar a transição para uma operação de baixo carbono.”

Adriano Correia, sócio e líder da indústria de Energia e Serviços de Utilidade Pública



O que os consumidores pensam sobre veículos elétricos (VEs)?

De acordo com a nossa pesquisa, os consumidores revelam um forte interesse pela mobilidade elétrica: 75% dos respondentes no Brasil pretendem comprar VEs nos próximos cinco anos (mundialmente, são mais de 60%). Globalmente, o interesse pelos VEs é semelhante ao do ano passado, mas varia significativamente em nível regional.

Países e regiões em crescimento, como China, Índia, Indonésia, América Latina, Oriente Médio e África, apresentam maior interesse pela mobilidade elétrica (70 a 80% dos consumidores são *leads*) do que países conservadores, como o Japão, onde a demanda é muito menor (apenas 20%).

Na Europa, o interesse pelos VEs varia entre as regiões. Os países nórdicos estão na vanguarda da eletrificação, com a maior proporção de proprietários de VEs. Os países da Europa Mediterrânea e Central apresentam maior interesse pela mobilidade elétrica em comparação com os da Europa Oriental. Nas Américas, os países mais ao sul declaram uma alta propensão para a compra de VEs e mobilidade sustentável, enquanto os do norte são mais conservadores.

Apesar do grande interesse dos consumidores, as compras de VEs ainda são limitadas, principalmente devido ao tempo prolongado de carregamento, à incerteza sobre a vida útil das baterias e à autonomia reduzida dos automóveis.





Quem são os atuais proprietários de veículos elétricos (VEs)?

No Brasil, os proprietários de VEs representam 5% dos respondentes (mundialmente, são 6%) e diferem dos *leads* e céticos em termos de idade, renda e localização residencial. Os proprietários são tipicamente homens mais jovens, de renda mais alta e com acesso a instalações de estacionamento privado.

A diferença de idade entre os proprietários e os céticos é maior em países como Austrália, Estados Unidos e Japão, onde o interesse pela mobilidade elétrica é menor, com uma diferença de aproximadamente 12-15 anos, em comparação com 5-7 anos em outros países.

Mundialmente, estacionamento privado e soluções de carregamento são cruciais para os proprietários, já que 65% dependem principalmente de soluções privadas para carregar seus veículos. Essa dependência de soluções de carregamento privado é ainda maior em países como Austrália (88%) e Indonésia (72%), devido aos estágios iniciais de implantação da infraestrutura de carregamento público.





Quão satisfeitos estão os proprietários com seus veículos elétricos (VEs)?

O nível geral de satisfação entre os atuais proprietários de VEs é alto. Mundialmente, 93% dos respondentes estão satisfeitos com seus carros. No Brasil, 100% dos respondentes declaram estar satisfeitos.

Os principais fatores que contribuem para essa satisfação são o tempo de carregamento (junto com a possibilidade de recarregar durante a noite em casa), a experiência de condução e os custos operacionais mais baixos.

Os brasileiros citam o tempo de carregamento, a vida útil da bateria e a experiência de dirigir VEs como as principais razões para sua satisfação. Os europeus valorizam mais os custos operacionais mais baixos de dirigir VEs, enquanto os consumidores da América do Norte e do Oriente Médio apreciam a velocidade de carregamento. Os países do Leste e Sul da Europa e o Japão apresentam o menor nível de satisfação (cerca de 75-80% dos clientes se declaram completamente satisfeitos).

As principais razões para a insatisfação nesses países estão relacionadas à disponibilidade limitada de infraestrutura pública de carregamento, ao desempenho reduzido em condições climáticas adversas e ao tempo necessário para carregar o veículo.

Em termos de lealdade à mobilidade elétrica, no Brasil, nenhum respondente voltaria a usar veículos com motor de combustão interna (ICE). Mundialmente, mais de dois terços dos proprietários de VEs não voltariam a usar um carro ICE.

No entanto, mundialmente, aproximadamente 1 em cada 3 consideraria retornar a um veículo ICE devido ao desejo de uma maior autonomia de condução, especialmente na Austrália e no Oriente Médio, onde as distâncias de condução são maiores e/ou as condições climáticas impactam o transporte.



Quem são os próximos clientes de veículos elétricos (VEs)?



Os *leads* de VEs, que constituem 75% dos respondentes no Brasil (62% mundialmente), compartilham algumas semelhanças com os proprietários atuais. No entanto, eles geralmente têm uma renda mais baixa (aproximadamente 20% menor) e acesso limitado a um estacionamento privado.

A falta de estacionamento privado é uma barreira importante para os *leads*, porque a duração do carregamento e a disponibilidade limitada de infraestrutura pública de carregamento estão entre as principais preocupações.

Nossa pesquisa identificou cinco personas entre os *leads*: sonhadores, entusiastas da tecnologia, luxuosos, *mainstream* e frugais. Entre elas, os entusiastas da tecnologia e os sonhadores são os mais inclinados a comprar VEs. No Brasil, eles representam 58% dos respondentes.

	Consciência ambiental	Confiança em tecnologias	Sensibilidade em relação a preços	Uso de veículos
 Entusiastas da tecnologia	Preocupado com o meio ambiente, mas não é sua prioridade	Consumidor pioneiro, confia muito na tecnologia	Disposto a pagar mais para ter acesso antecipado às tecnologias	Combina o carro com outros meios de transporte
 Sonhadores	Meio ambiente e mudanças climáticas são prioridades máximas	Nativo digital, sente-se confortável com a tecnologia	Está disposto a pagar um preço mais alto por uma boa causa	Sempre que pode, evita usar carros
 Mainstream	Não é particularmente preocupado com o meio ambiente	Nativo digital, sente-se confortável com a tecnologia	Importante, mas não uma prioridade, busca uma boa relação custo/benefício	Combina o carro com outros meios de transporte
 Luxuosos	O meio ambiente está entre as menores prioridades	Compra tecnologia convencional, mas utiliza funcionalidades básicas	O preço não é uma preocupação	Usa o carro como principal meio de transporte
 Frugais	Preocupado com o meio ambiente, mas não é a sua principal prioridade	Não é viciado em tecnologia. Usa-a para encontrar oportunidades	Consciente em relação a preços, sempre procurando pechinchas	Minimiza o uso de carros, preferindo opções mais baratas



O que faz os *leads* considerarem veículos elétricos (VEs)?

Os principais elementos que os *leads* consideram para a compra de VEs são a economia de combustível, a conveniência de recarregar o automóvel em casa e o menor impacto ambiental. A economia de combustível tem grande relevância para os consumidores tanto mundialmente quanto no Brasil. Mais de 70% dos entrevistados apontaram essa característica como o principal critério na escolha de veículos.





Quem são os céticos e o que os impede de considerar veículos elétricos (VEs)?

Como nas edições anteriores da pesquisa, 31% dos respondentes não têm nenhum interesse em comprar VEs nos próximos cinco anos. Países como Japão, Austrália e os da Europa Oriental apresentam um nível mais alto de céticos em comparação com outros países (respectivamente, 74%, 46% e 46%). O Brasil apresenta um dos menores índices de céticos, com apenas 20% dos respondentes nesse grupo.

Embora a maioria das principais barreiras sejam comuns em diferentes regiões, como o longo tempo de carregamento, a incerteza sobre a vida útil da bateria e o alcance limitado, alguns consumidores têm preocupações específicas.

Por exemplo, consumidores nos países do Norte da Europa estão mais preocupados com o desempenho reduzido das baterias em condições climáticas frias, enquanto os do Oriente Médio e da América Latina estão atentos à segurança das baterias.





Como promover a adoção de veículos elétricos (VEs)?

Há um forte interesse pela mobilidade elétrica, mas isso ainda não se traduz totalmente em volume de vendas. Para promover a adoção de VEs, cada participante nesse ecossistema desempenha um papel estratégico.

Os preços dos veículos, o Custo Total de Propriedade (TCO) e novos modelos de propriedade são fatores essenciais para incentivar a adoção de VEs, pois modelos mais acessíveis, especialmente nos segmentos B e C, dominam a preferência dos *leads*, correspondendo a até 75% da demanda global.

Além disso, o custo mais alto de VEs em comparação aos veículos ICE está entre os cinco principais motivos para sua pouca adoção. Aproximadamente 15% dos consumidores pesquisados estariam interessados em considerar um esquema de assinatura, o que resultaria em um custo inicial mais baixo para entrar na mobilidade elétrica.

Incentivos governamentais são uma maneira eficaz de promover a adoção de VEs, especialmente naqueles países com menor prontidão para a mobilidade elétrica. A disponibilidade generalizada de infraestrutura de carregamento é um facilitador para uma transição em massa.

Enquanto os *leads mainstream* estão aumentando sua intenção de compra, a disponibilidade limitada de estacionamento privado e a falta de uma rede pública de carregamento são barreiras para a adoção. Metade dos consumidores pesquisados consideraria aceitável um tempo de carregamento inferior a 30 minutos.

Soluções de mobilidade multimodal, que buscam integrar modalidades de transporte privado e público, como o modelo de estacionamento integrado ao transporte público e combinado com carregadores lentos, são uma maneira eficaz de promover a transição de jornadas baseadas exclusivamente em carros para o uso combinado de diferentes veículos.



“

A disponibilidade de modelos elétricos, especialmente os comerciais, e o desenvolvimento da infraestrutura de carregamento são fatores que podem impulsionar a transição para a eletrificação veicular. Estamos prontos para ajudar nossos clientes a enfrentar os desafios dessa indústria em constante evolução, maximizando oportunidades e construindo vantagens sustentáveis.”

Daniel Martins, sócio da Strategy& e líder de Energia para Advisory



Contatos



Adriano Correia

Sócio e líder da indústria de Energia e
Serviços de Utilidade Pública

adriano.correia@pwc.com



Daniel Martins

Sócio da Strategy& e líder de Energia
para Advisory

daniel.martins@pwc.com

strategy&

Part of the PwC network

www.strategyand.pwc.com



Neste documento, “PwC” refere-se à PwC Strategy& do Brasil Consultoria Empresarial Ltda., firma membro do network da PricewaterhouseCoopers, ou conforme o contexto sugerir, ao próprio network. Cada firma membro da rede PwC constitui uma pessoa jurídica separada e independente. Para mais detalhes acerca do network PwC, acesse: www.pwc.com/structure