



**CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM COMÉRCIO EXTERIOR**

**JEAN ARAÚJO  
SAMUEL LIMA DOS SANTOS**

**O IMPACTO DA IMPORTAÇÃO DE VEÍCULOS CHINESES NO  
MERCADO AUTOMOBILÍSTICO BRASILEIRO**

Guarulhos  
Dez/2025



**JEAN ARAÚJO  
SAMUEL LIMA DOS SANTOS**

## **O IMPACTO DA IMPORTAÇÃO DE VEÍCULOS CHINESES NO MERCADO AUTOMOBILÍSTICO BRASILEIRO**

Trabalho de graduação apresentado ao Curso Superior de Tecnologia em Comércio exterior, como requisito parcial para a obtenção do título de tecnólogo em comércio exterior sob a orientação do Prof (ª) Msc. Marco Antonio souto pasta Teberges.

Guarulhos  
Nov/2025

## RESUMO

O mercado automobilístico brasileiro tem vivenciado profundas transformações, impulsionadas pela crescente importação de veículos chineses. Marcas como BYD e GWM, focadas em modelos elétricos e híbridos, vêm ganhando espaço e alterando o cenário competitivo nacional. Este trabalho analisa, sob uma perspectiva econômica, os impactos dessa movimentação, abordando a influência sobre a competitividade, as preferências dos consumidores e as estratégias de preço e marketing. Em 2024, o Brasil produziu 2,55 milhões de autoveículos, um crescimento de 9,7% em relação a 2023, retomando a oitava posição no ranking mundial. As vendas totais de veículos leves — novos e usados — atingiram 14,4 milhões de unidades, impulsionadas por melhores condições de crédito e demanda reprimida. As importações também bateram recorde, com 466,5 mil veículos emplacados, sendo grande parte de modelos eletrificados chineses. O estudo avalia os fatores que contribuíram para esse desempenho e os desafios futuros para sustentar o crescimento da indústria nacional.

**Palavras-chave:** Mercado automobilístico brasileiro, Veículos chineses, Importação de automóveis, Veículos elétricos e híbridos.

## ABSTRACT

The Brazilian automotive market has undergone significant changes, driven by the increasing importation of Chinese vehicles. Brands such as BYD and GWM, focused on electric and hybrid models, are reshaping the competitive landscape. This study analyzes the economic impact of this trend, examining its effects on competitiveness, consumer preferences, and pricing and marketing strategies. In 2024, Brazil produced 2.55 million vehicles, a 9.7% increase over 2023, reclaiming its position as the eighth-largest global producer. Total light vehicle sales — new and used — reached 14.4 million units, fueled by improved credit conditions and pent-up demand. Imports also hit a record high, with 466,500 vehicles registered, largely consisting of Chinese electrified models. The research explores the factors behind this performance and the future challenges for sustaining growth in the domestic automotive industry.

**Keywords:** Brazilian automotive market, Chinese vehicles, Car imports, Electric and hybrid vehicles.

## LISTA DE ABREVIATURAS

(ANFAVEA) Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores.

(ABEIFA) Associação Brasileira das Empresas Importadoras e Fabricantes de Veículos Automotores.

(BYD) Build Your Dreams" (Construa Seus Sonhos).

(ABVE) Associação Brasileira do Veículo Elétrico.

(EVs) veículos elétricos

(IEA) Agência internacional de energia

(MDIC) Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC)

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Quantidade de carros importados no Brasil .....	33
Figura 2- Maiores importadores de veículos no Brasil.....	34

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Marketing Mix(4ps) .....	18
Tabela 2- Análise SWOT.....	18
Tabela 3- Ranking de importações em 2024.....	31
Tabela 4- crescimento por categoria .....	31

## SUMÁRIO

SUMÁRIO	8
1 INTRODUÇÃO	9
1.1 Justificativa	10
1.2 Objetivo Geral	11
1.3 Objetivos Específicos	11
2 METODOLOGIA	11
2.1 Coleta de Dados	12
2.2 Seleção dos casos	12
2.3 Pesquisa Bibliográfica	13
3 REFERENCIAL TEÓRICO	14
3.1 Fundamentação Teórica e Contextualização	15
3.1.1 O Mercado Automobilístico Brasileiro	15
3.1.2 Análise de Competitividade em Mercados Oligopolísticos	16
3.1.3 A Importação de Veículos no Brasil: histórico, regulamentação e tendências recentes.	18
3.1.4 A Ascensão da Indústria Automotiva Chinesa	19
3.1.5 Políticas de Incentivo à Mobilidade Elétrica na China	21
3.2 A Chegada e o Impacto das Montadoras Chinesas	22
3.2.1 Histórico da Presença Chinesa no Brasil	22
3.2.2 Análise Econômica da Competitividade	23
3.2.3 O Papel da Tecnologia (Elétricos e Híbridos)	24
3.3 O Comportamento do Consumidor e as Estratégias de Mercado	24
3.3.1 Mudanças nas Preferências do Consumidor	24
3.3.2 Estratégias de Marketing e Posicionamento de Marca	25
3.3.3 Análise de Preços e Modelos de Negócios	26
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES	26
4.3.1 Impacto na balança comercial	27
4.3.2 Tendências	28
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS E CONCLUSÃO	30
5.1 Síntese dos Resultados	30
5.1.1 Limitações do Estudo e Sugestões para Pesquisas Futuras	31

5.1.2 Conclusão -----	31
REFERÊNCIAS -----	32

## 1 INTRODUÇÃO

O mercado automobilístico brasileiro tem passado por profundas transformações, e um dos fenômenos mais recentes e impactantes é o crescente volume de importação de veículos chineses. Se antes a presença de marcas como Chery e JAC Motors era vista com certa cautela, hoje a chegada de novos players, como BYD e GWM, com uma forte aposta em veículos elétricos e híbridos, redesenha o cenário de competitividade e consumo. Este trabalho de conclusão de curso visa analisar, sob uma perspectiva econômica, o impacto dessa movimentação no mercado nacional, investigando como a entrada de veículos chineses afeta a competitividade, altera as preferências do consumidor e molda as estratégias de preço e marketing. Em 2024, o Brasil consolidou sua posição como uma potência na indústria automobilística global, alcançando a produção de 2,550 milhões de autoveículos. Esse marco representou um crescimento significativo de 9,7% em relação ao ano de 2023, conforme apontado pela Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA). Esse avanço não apenas destaca a recuperação e o dinamismo do setor automotivo no país, mas também permitiu que o Brasil reassumisse da Espanha o posto de oitavo maior produtor de veículos do mundo.

O presente trabalho analisa os fatores que contribuíram para esse desempenho, avaliando seu impacto econômico e os desafios futuros para sustentar essa trajetória de crescimento.

No ano de 2023 os emplacamentos tiveram o fechamento de 2,635 milhões de unidades, volume 14,1% maior que o do ano de 2022, e bem superior à média global, que foi de 2%. O fato mais representativo de 2024 foi que a soma de vendas de novos e usados chegou à marca de 14,4 milhões de veículos leves vendidos. “Claramente, há uma demanda reprimida por transporte individual que vem sendo atendida de forma crescente, graças às melhores condições de crédito. Se essas condições melhorarem e se houver uma política de renovação de frota, mais pessoas poderão optar por veículos 0km”, afirmou o Presidente da ANFAVEA Márcio de Lima Leite. Houve um aumento de 36% das concessões de crédito para financiamento de veículos novos e usados. (ANFAVEA, 2024).

As importações de autoveículos em dezembro de 2024 confirmaram a tendência de alta observada no segundo semestre, compensando o desempenho fraco registrado nos primeiros seis meses do ano. Esse movimento permitiu que o resultado anual se aproximasse dos níveis de 2023, totalizando 398,5 mil unidades enviadas ao exterior em 2024. Os principais destaques foram os embarques para Argentina e Uruguai, cujos crescimentos foram suficientes para equilibrar as quedas nas exportações destinadas aos demais países da América Latina.

Por outro lado, as importações atingiram seu melhor desempenho histórico, com 466,5 mil veículos emplacados — um aumento de 33% — impulsionado pela entrada expressiva de modelos eletrificados, especialmente provenientes da China (ANFAVEA, 2024).

Segundo dados da Associação Brasileira das Empresas Importadoras e Fabricantes de Veículos Automotores (ABEIFA, 2025), o Brasil registrou um crescimento de 141,1% nas importações de automóveis em 2024, com destaque para a chegada de veículos eletrificados chineses, que vêm ganhando espaço no mercado nacional

## **1.1 Justificativa**

A ascensão das montadoras chinesas no mercado automobilístico brasileiro configura-se como um fenômeno de elevada relevância acadêmica e econômica. Sua análise é essencial para compreender a dinâmica de um setor estratégico para o desenvolvimento industrial do país, permitindo avaliar os impactos dessa transformação sobre a competitividade, a inovação e a estrutura de mercado.

O ingresso e a rápida expansão das marcas chinesas no Brasil desafiam as montadoras tradicionais, ao mesmo tempo em que oferecem novas oportunidades de diversificação tecnológica e acesso a veículos eletrificados a preços mais acessíveis. Compreender as mudanças nas preferências dos consumidores — cada vez mais atraídos por modelos sustentáveis, conectados e com maior custo-benefício — é fundamental para antecipar as tendências futuras do setor.

Além disso, investigar as estratégias adotadas pelas empresas chinesas, como políticas agressivas de preço, investimentos em infraestrutura local e parcerias comerciais, contribui para o entendimento das novas configurações do mercado automotivo nacional. Tal abordagem permite não apenas mapear os desafios enfrentados pelas montadoras já estabelecidas, mas

também identificar os fatores que podem impulsionar ou limitar a consolidação dos novos entrantes no Brasil.

## **1.2 Objetivo Geral**

Analisar o impacto da importação de veículos chineses no mercado automobilístico brasileiro, considerando aspectos econômicos como competitividade, comportamento do consumidor e estratégias de mercado.

## **1.3 Objetivos Específicos**

- Avaliar a influência dos veículos importados da China na competitividade entre as montadoras nacionais e estrangeiras no Brasil: investigar como a chegada de marcas chinesas afeta a participação de mercado, as estratégias de preço e o portfólio de produtos das montadoras tradicionais.
- Identificar as mudanças nas preferências dos consumidores brasileiros diante do aumento da oferta de veículos chineses: examinar como a variedade de modelos, especialmente os elétricos e híbridos, impacta as decisões de compra, a percepção de valor e a aceitação da tecnologia pelo público brasileiro.
- Examinar as estratégias de marketing e preços utilizadas pelas empresas chinesas para ganhar espaço no mercado brasileiro: analisar as táticas de posicionamento de marca, os diferenciais competitivos e as políticas de preço adotadas para competir com marcas consolidadas.

## **2 METODOLOGIA**

O estudo utilizará uma abordagem qualitativa e quantitativa, combinando revisão bibliográfica sobre o mercado automobilístico e teorias econômicas de competitividade, com análise de dados secundários (relatórios da ANFAVEA, consultorias, notícias de mercado). A análise de dados estatísticos (como vendas mensais por marca e segmentação de mercado) será crucial para embasar as conclusões. Para isso, utilizou-se uma abordagem mista, conforme os princípios definidos por Creswell (2014), para fornecer uma análise mais robusta e completa.

### **2.1 Coleta de Dados**

A coleta de dados foi realizada em duas etapas:

Pesquisa bibliográfica:

- Busca inicial na base de dados Scopus, utilizando palavras-chave relacionadas à infraestrutura e adoção de veículos elétricos nos países selecionados.
- Aplicação de filtros de relevância, como número de citações e aderência ao tema.

Inclusão do Brasil na análise, por ser o foco da pesquisa.

Pesquisa complementar:

- Busca na base ScienceDirect, utilizando termos específicos relacionados aos programas de eletrificação de cada país.
- Seleção dos artigos mais relevantes, considerando critérios de impacto e acessibilidade.
- Consulta a sites e relatórios institucionais de organizações reconhecidas, como MIT, IEA e EPE, utilizando a técnica de snowballing (busca por referências citadas nos artigos-base).

### **2.2 Seleção dos casos**

A primeira etapa consistiu na análise de quais países seriam as melhores escolhas para esses estudos de caso a partir do panorama geral de veículos elétricos realizado pela IEA (2023). Era imprescindível a escolha da China, pois não se trata somente de um gigante na produção/comercialização de veículos elétricos, como visto anteriormente, mas o país também promove uma infraestrutura adequada e de fácil acesso a pontos de carregamento, o que permite a utilização desse meio de transporte. Assim, o país se configura como o principal promotor dos veículos elétricos atualmente, sendo representante de 30 mais da metade da quantidade global de carregadores lentos disponíveis ao público, assim como, 90% dos carregadores rápidos.

### **2.3 Pesquisa Bibliográfica**

A pesquisa bibliográfica foi conduzida com o objetivo de reunir e analisar estudos relevantes sobre a adoção de veículos elétricos no Brasil e China, utilizando as palavras-chave “Veículos elétricos, Importação, Mercado automobilístico, Brasil, China, Evolução tecnológica, Concorrência internacional, Política comercial, Mobilidade urbana”. Para isso, utilizou-se uma abordagem sistemática baseada em fontes secundárias, considerando artigos científicos indexados em bases como Scopus, Web of Science e Google Scholar, além de relatórios institucionais de organizações governamentais e privadas. O período de recorte utilizado nesta pesquisa foi de 2021 a 2025.

Os critérios para seleção das referências incluíram:

- Relevância: Estudos que tratam diretamente de políticas públicas e estratégias para veículos elétricos.
- Atualidade: Publicações dos últimos anos para garantir dados recentes.
- Credibilidade: Artigos revisados por pares e documentos oficiais de entidades reconhecidas.

A análise dessas fontes seguiu um método dedutivo, identificando padrões e diretrizes que poderiam ser adaptados ao cenário brasileiro. Além disso, as informações foram organizadas em categorias temáticas para facilitar a interpretação dos resultados e a formulação de recomendações.



### **3 REFERENCIAL TEÓRICO**

#### **3.1 Fundamentação Teórica e Contextualização**

##### **3.1.1 O Mercado Automobilístico Brasileiro**

Segundo a empresa brasileira, Neocharge, líder em infraestrutura de recarga para veículos elétricos, o êxito dos veículos elétricos nos países analisados não parece ser uma mera coincidência, mas sim o resultado da implementação de um conjunto estruturado de políticas públicas por parte dos respectivos governos. Nesta seção, serão apresentados o cenário atual brasileiro e discutidas as possibilidades de aplicação de algumas das medidas desenvolvidas nos países estudados, com o objetivo de superar desafios de diversas naturezas econômicas, técnicos, relacionados ao conhecimento e sociodemográficos no que se refere à difusão dos veículos elétricos (NEOCHARGE, 2023).

O panorama dos veículos elétricos no Brasil ainda é considerado modesto. Dados de julho de 2022 indicam que o país possui um total de 100.596 unidades, das quais apenas 8% correspondem a veículos puramente elétricos (NEOCHARGE, 2023) os principais obstáculos para a ampliação das taxas de adoção de veículos elétricos no Brasil incluem a insuficiência de infraestrutura de carregamento, o alto custo de aquisição, a incidência de taxas, bem como a carência de incentivos econômicos e regulamentares. Conforme apontado pela Associação Nacional de Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA, 2023)

Assis et al. (2023) destacam que, em países como o Brasil, onde ainda persistem deficiências significativas de infraestrutura, o estímulo à adoção de veículos elétricos sem a devida compreensão de seus impactos poderia ocasionar um colapso generalizado tanto no sistema de transporte quanto na estrutura de fornecimento de energia.

Adicionalmente, é importante ressaltar que o Brasil se posiciona como o sexto maior mercado consumidor e o nono maior produtor de veículos automotores em 2022 (MUNOZ et al., 2023). Além disso, as iniciativas do governo brasileiro voltadas à mitigação dos impactos negativos derivados da utilização de petróleo tanto do ponto de vista ambiental quanto econômico têm sido, há décadas, direcionadas para a produção e o uso do etanol proveniente da cana-de-açúcar como alternativa de combustível automotivo (HALLACK et al., 2020).

Nesta seção, serão abordados os temas fundamentais para a compreensão das estratégias de marketing no contexto das empresas de tecnologia, com destaque para o papel da “Build Your Dreams” (Construa Seus Sonhos) BYD no Mercado automobilístico Brasileiro. Inicialmente, serão discutidas as principais teorias de marketing aplicáveis às empresas do setor tecnológico, tais como: Marketing Mix, também conhecido como “4 Ps do Marketing” ou “Composto de Marketing”, é um conjunto de quatro elementos fundamentais que as empresas devem considerar ao criar e implementar suas estratégias de marketing. Esses elementos são: Produto, Preço, Praça (ou Distribuição) e Promoção. e Análise SWOT, ou Análise FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças), é uma ferramenta de gestão estratégica que ajuda a identificar e analisar os fatores internos e externos que afetam uma empresa ou projeto. Análise SWOT ajuda a definir estratégias e tomadas de decisões mais assertivas. Esses conceitos fornecem uma base teórica sólida para compreender como as organizações podem posicionar-se em mercados altamente competitivos, caracterizados por consumidores exigentes e constantemente conectados.

Em seguida, será analisada a trajetória da BYD, uma das empresas líderes mundiais em mobilidade sustentável. Essa análise incluirá sua inserção no mercado brasileiro, suas estratégias de marketing e o impacto de inovações tecnológicas, especialmente no desenvolvimento de veículos elétricos e baterias de longa duração. Por fim, será discutida a aplicação dessas estratégias e teorias no contexto da expansão internacional, enfatizando os desafios e oportunidades enfrentados em mercados como o brasileiro, onde a BYD se encontra em posição favorável para liderar a transição para a mobilidade elétrica.

### 3.1.2 Análise de Competitividade em Mercados Oligopolísticos

O setor automotivo brasileiro é um exemplo clássico de mercado oligopolístico, caracterizado por poucos competidores com grande poder de mercado. Nesse tipo de estrutura, as decisões de uma empresa afetam diretamente as demais, o que leva à adoção de estratégias interdependentes.

Entre os principais conceitos que regem a competitividade nesse contexto estão:

- Barreiras à entrada: incluem altos custos de investimento, exigências regulatórias, fidelização de consumidores e domínio tecnológico. Essas barreiras dificultam a entrada de novos concorrentes e protegem os incumbentes.
- Concorrência não-preço: as empresas competem por diferenciação de produto, qualidade, inovação e serviços agregados, em vez de apenas reduzir preços.
- Estratégias de preço: incluem práticas como preço-limite, discriminação de preços e guerra de descontos, especialmente em momentos de crise ou excesso de estoque.
- Teoria dos jogos: usada para modelar decisões estratégicas entre empresas, considerando ações e reações dos concorrentes.

A dinâmica oligopolística também favorece fusões, aquisições e alianças estratégicas, como forma de ampliar escala, reduzir custos e acessar novos mercados.

O setor tecnológico, caracterizado por sua constante inovação e dinamismo, demanda abordagens de marketing adaptadas às suas especificidades. As empresas inseridas nesse contexto enfrentam desafios como a concorrência em um mercado globalizado, a necessidade de diferenciação e a exigência de atender a consumidores cada vez mais informados. Além disso, os ciclos de vida dos produtos tecnológicos costumam ser reduzidos, exigindo estratégias eficazes para posicionamento e fidelização de clientes. (KOTLER et al., 2024)

Dentre as principais teorias de marketing aplicáveis às empresas de tecnologia, destacam-se o Marketing Mix (4Ps). O Marketing Mix fundamenta-se nos quatro pilares essenciais do marketing produto, preço, praça e promoção e orienta a formulação de estratégias empresariais. O Marketing de Conteúdo, por sua vez, busca atrair, engajar e fidelizar consumidores por meio da criação e distribuição de conteúdo relevantes. Conforme a Tabela 1. (KOTLER et al., 2024).

Tabela 1- Marketing Mix(4ps)

Elemento	Descrição
----------	-----------

Produto	Característica do bem ou serviço oferecido, incluindo qualidade, design, embalagem e funcionalidades
Preço	Estratégias de precificação, descontos, formas de pagamento e percepção de valor pelo consumidor.
Praça	Canais de distribuição, logística, localização dos pontos de venda e presença online.
Promoção	Estratégias de comunicação, publicidade, marketing digital, vendas e relacionamento com o consumidor.

Fonte: desenvolvida pelo autor, 2025

A Análise SWOT, amplamente utilizada no planejamento estratégico, permite avaliar os pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças da empresa em determinado contexto, possibilitando a tomada de decisões fundamentadas (KOTLER et al., 2024). A aplicação dessas teorias e modelos contribui para que as empresas de tecnologia se posicionem de maneira competitiva e respondam às transformações do mercado de forma ágil e estratégica. Conforme a Tabela 2.

Tabela 2- Análise SWOT

Forças	Vantagens competitivas, diferenciais de produtos e serviços, presença de marca forte
Fraquezas	Limitações internas, desafios operacionais, dependência de fornecedores específicos
Oportunidades	Crescimento do mercado, mudanças favoráveis na economia, avanços tecnológicos.
Ameaças	Concorrência intensa, instabilidade econômica, mudanças regulatórias.

Fonte: desenvolvida pelo autor, 2025

O conceito clássico de Marketing Mix, formulado por McCarthy em 1960, constitui um princípio essencial para a gestão eficiente dos elementos estratégicos que compõem o marketing: produto, preço, praça e promoção (MCCARTHY, 1978). No contexto do setor tecnológico, sua aplicação abrange não apenas o desenvolvimento de produtos inovadores e a definição de preços competitivos, mas também a seleção criteriosa de canais de distribuição e a implementação de estratégias promocionais que dialoguem com um público-alvo altamente informado e integrado ao ambiente digital (KOTLER et al., 2024).

### 3.1.3 A Importação de Veículos no Brasil: histórico, regulamentação e tendências recentes.

O mercado automobilístico brasileiro é um dos pilares da indústria nacional, com forte impacto na economia, geração de empregos e inovação tecnológica. A trajetória do setor começou com a instalação da Fábrica da Ford em São Paulo em 1919, mas foi a partir da década de 1950, com o Plano de Metas de Juscelino Kubitschek, que o setor ganhou impulso, atraindo montadoras como Volkswagen, General Motors e Fiat.

Durante os anos 1970 e 1980, o mercado foi marcado por forte proteção estatal, com restrições à importação e incentivos à produção local. A abertura comercial nos anos 1990 permitiu a entrada de novas marcas e modelos, ampliando a concorrência e a diversidade de produtos. A partir de 2010, o setor passou por transformações com a chegada de veículos híbridos e elétricos, além da digitalização dos processos produtivos.

Atualmente, o Brasil ocupa posição de destaque como o 8º maior produtor mundial de veículos, com mais de 2,6 milhões de unidades vendidas em 2024, segundo dados da Fenabrave. A liderança de mercado é disputada entre Fiat, Volkswagen, Chevrolet e Toyota, com crescente participação de marcas asiáticas. O setor também enfrenta desafios como a transição energética, a descarbonização da frota e a adaptação às novas exigências do consumidor digital. De acordo com Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC).

#### 3.1.4 A Ascensão da Indústria Automotiva Chinesa

O cenário brasileiro da mobilidade elétrica apresenta particularidades que devem ser cuidadosamente analisadas antes da implementação de políticas públicas inspiradas em experiências internacionais. Embora algumas iniciativas específicas, como estacionamento exclusivo para veículos elétricos e a instalação de estações públicas de carregamento tenham se mostrado eficazes na promoção da eletromobilidade, a replicação indiscriminada dessas medidas nem sempre se revela adequada ao contexto nacional. No entanto, observa-se que ações como a permissão de acesso a faixas livres, exemplificada pelo rodízio de veículos na cidade de São Paulo, desempenham um papel relevante na expansão da frota elétrica no país (AGÊNCIA ESTADUAL DE NOTÍCIAS, 2023).

Historicamente, a formulação de políticas voltadas ao desenvolvimento de veículos elétricos no Brasil não ocorreu de maneira estruturada como em outras nações. Entretanto, desde 2018, verifica-se uma evolução mais promissora nesse setor. Em agosto de 2023, o país

atingiu um marco relevante: a participação dos veículos elétricos no mercado nacional alcançou 5%, e pela primeira vez as vendas de veículos elétricos plug-in superaram as de híbridos convencionais segundo Associação Brasileira do Veículo Elétrico (ABVE, 2023).

Diante desse cenário, algumas medidas adotadas internacionalmente poderiam contribuir para impulsionar o avanço da eletromobilidade no Brasil, alinhando-se às metas estabelecidas pelo Plano Nacional de Energia (2020). Um exemplo significativo provém da China, onde a concessão de benefícios fiscais para montadoras estrangeiras de veículos elétricos incentivou a instalação de fábricas, fomentando tanto a difusão da tecnologia quanto o desenvolvimento industrial do setor. No Brasil, esse panorama já se desenha favorável com a entrada de fabricantes como BYD, GWM e CAO A Chery, que têm ampliado investimentos e o lançamento de novos modelos no país (ABVE, 2023).

Outro aspecto relevante para a expansão da eletromobilidade no Brasil refere-se às políticas de precificação da eletricidade, uma prática adotada em países como China, Noruega e Alemanha. No caso alemão, por exemplo, companhias de transporte recebem tarifas reduzidas para a operação de ônibus elétricos, enquanto na China há uma política específica de precificação da eletricidade para infraestrutura de carregamento. A adoção de estratégias semelhantes poderia incentivar o setor privado nacional a investir na eletromobilidade, garantindo maior viabilidade para projetos promissores, como o VAMO, que é um sistema de carros compartilhados elétricos em Fortaleza, que permitia o aluguel de veículos elétricos em diversos pontos da cidade de Fortaleza, cuja continuidade foi comprometida após o encerramento da parceria com o setor público. (NEOCHARGE, 2023)

Além dos desafios estruturais, o custo de aquisição dos veículos elétricos ainda representa um entrave significativo para sua popularização no Brasil. As iniciativas voltadas à redução desses preços permanecem concentradas em políticas regionais, demandando a implementação de incentivos fiscais e programas de acessibilidade em nível nacional. Caso a diminuição dos custos operacionais das montadoras no país não se concretize, a retomada da isenção do imposto de importação por meio do Projeto de Lei nº 403/2022 pode ser uma alternativa viável. A aprovação dessa medida poderia resultar em uma redução de 10% a 20% nos preços dos veículos elétricos no território nacional. Segundo (BITENCOURT et al., 2023).

Por fim, é imprescindível abordar a necessidade de ampliação da infraestrutura de carregamento, fator essencial para a consolidação da eletromobilidade. No Brasil, diversas iniciativas privadas vêm sendo desenvolvidas na região Sul-Sudeste, na França, que financia

pontos de carregamento em estacionamentos corporativos e edifícios residenciais. Outro modelo inspirador é o projeto norueguês de cooperação entre governo e empresas de táxi, que promoveu a instalação de infraestrutura de carregamento para toda a frota. A obrigatoriedade de novos empreendimentos destinarem espaços para carregamento de veículos elétricos, já adotada em São Paulo, é outra estratégia relevante. A capital paulista lidera a frota elétrica nacional, contabilizando 27.442 unidades licenciadas. De acordo com a (NEOCHARGE, 2023),

Dessa Forma, observa-se que há uma ampla gama de possibilidades para o governo brasileiro aprimorar suas políticas voltadas à difusão dos veículos elétricos. Os benefícios dessa tecnologia incluindo maior conforto, automação, redução da emissão de poluentes e menores custos de manutenção tornam os veículos elétricos cada vez mais atrativos ao público brasileiro. No entanto, é fundamental um esforço conjunto entre governo, montadoras e demais agentes do setor automotivo para desenvolver estratégias eficazes que impulsionem esse avanço, especialmente no que se refere à redução dos preços de aquisição e à expansão da infraestrutura de carregamento. Como destaca (ROSA et al., 2023),

### 3.1.5 Políticas de Incentivo à Mobilidade Elétrica na China

Além dos esforços já mencionados, destacam-se diversas políticas de incentivo à eletromobilidade implementadas na China. Historicamente, em cidades altamente populosas, foram adotadas medidas para mitigar o congestionamento urbano, incluindo restrições de licenciamento de placas para controle da frota de veículos e limitações de acesso às vias com base no número final da placa. Em 2011, como forma de estímulo à adoção de veículos elétricos (EVs), o Ministério das Finanças da China propôs a exclusão desses modelos das referidas restrições, permitindo, em algumas cidades, que tivessem acesso exclusivo às faixas expressas de ônibus (LIU et al., 2023). De acordo com (LIU et al. 2023), em Xangai, o custo para o emplacamento de veículos movidos a combustão interna (ICE) é de aproximadamente 1.000 yuans (US\$ 150).

Outros fatores essenciais contribuíram para que a China se consolidasse como líder mundial na comercialização de veículos elétricos, conforme destacado por (YANG et al., 2023). Um dos principais mecanismos adotados pelo governo foi o apoio às empresas nacionais do setor automotivo, garantindo sua viabilidade nos primeiros anos de operação por meio de contratos de aquisição junto às montadoras. Regulamentações determinaram que órgãos

públicos deveriam destinar 30% de suas novas aquisições a veículos elétricos (YANG et al., 2023).

Antes da plena aceitação dos veículos elétricos pelo mercado consumidor, os primeiros modelos na China foram integrados ao sistema de transporte público, o que não apenas gerou receita para as fabricantes, mas também permitiu a realização de testes de rodagem em condições reais. Um exemplo bem-sucedido dessa estratégia foi a cidade de Shenzhen, onde, a partir de 2012, o governo municipal estabeleceu uma parceria com a “Build Your Dreams”, que em português traduz-se como “Construa seus sonhos” (BYD) é uma empresa chinesa que produz veículos elétricos para a aquisição de 500 veículos elétricos destinados ao serviço de táxi. Em (2018), Shenzhen tornou-se a primeira cidade do mundo a operar exclusivamente com frotas de táxis elétricos (ZMOGINSKI et al., 2018).

A concessão de benefícios fiscais às empresas estrangeiras também desempenhou um papel fundamental na transformação da China em um dos principais polos de produção. A Tesla, maior fabricante mundial de veículos elétricos, estabeleceu em 2019 seu maior centro de produção em Xangai, responsável por mais da metade dos automóveis produzidos pela empresa em 2022 (HE, 2023). A presença de um concorrente global influente impulsionou a inovação entre as fabricantes chinesas, que passaram a investir massivamente no aprimoramento tecnológico e na oferta de modelos mais acessíveis.

Adicionalmente, essas empresas continuam desempenhando um papel relevante na consolidação do mercado de veículos elétricos. A BYD, maior vendedora mundial de veículos elétricos na atualidade, encerrou em março de 2022 a produção de veículos movidos a combustão interna (IEA, 2023), reforçando a tendência de transição energética no setor automotivo.

## **3.2 A Chegada e o Impacto das Montadoras Chinesas**

### **3.2.1 Histórico da Presença Chinesa no Brasil**

A inserção das montadoras chinesas no mercado brasileiro pode ser dividida em duas grandes fases: a primeira, marcada pela chegada de marcas como JAC Motors e Chery, e a

segunda, protagonizada por empresas como BYD e GWM, que trouxeram uma nova abordagem tecnológica e estratégica (AUTOESPORTE, 2024).

A JAC Motors iniciou suas operações no Brasil em 2011, com uma proposta de veículos compactos e acessíveis. A marca apostou em uma rede de concessionárias própria e em campanhas publicitárias agressivas, mas enfrentou dificuldades relacionadas à percepção de qualidade, à falta de tradição no país e à estrutura de pós-venda (AUTOPAPO, 2024). A Chery, por sua vez, chegou em 2009 e inaugurou uma fábrica em Jacareí (SP) em 2014, tornando-se a primeira montadora chinesa com produção local. Apesar do esforço industrial, a marca também enfrentou desafios de aceitação e competitividade (TIMES BRASIL, 2025).

A partir de 2022, uma nova onda de montadoras chinesas começou a se consolidar no Brasil, com destaque para a BYD (Build Your Dreams) e a GWM (Great Wall Motors). Diferentemente das pioneiras, essas empresas chegaram com foco em veículos elétricos e híbridos, tecnologia de ponta, design moderno e preços competitivos. Em 2025, ambas anunciaram fábricas no Brasil — BYD na Bahia e GWM em São Paulo — com planos de produção local e expansão da rede de concessionárias, sinalizando uma nova fase de consolidação e protagonismo no mercado nacional (AUTOESPORTE, 2024; TIMES BRASIL, 2025).

### 3.2.2 Análise Econômica da Competitividade

A entrada das montadoras chinesas provocou uma reconfiguração na estrutura competitiva do setor automotivo brasileiro. Com estratégias baseadas em preços agressivos, tecnologia embarcada e produção local, marcas como BYD e GWM passaram a disputar diretamente o espaço de montadoras tradicionais como Volkswagen, Toyota, Chevrolet e Fiat (WAGNER HENRIQUE, 2025).

Do ponto de vista econômico, essa movimentação pode ser analisada sob três aspectos principais. O primeiro é a participação de mercado: as montadoras chinesas vêm conquistando fatias significativas, especialmente no segmento de veículos eletrificados. Em 2024, a BYD já figurava entre as 10 marcas mais vendidas no país, com destaque para modelos como o Dolphin e o Song Plus (INSIDEEVS, 2025).

O segundo aspecto é a concorrência de preços. A capacidade de oferecer veículos com alto valor agregado a preços inferiores aos concorrentes tradicionais se deve à escala de produção global, à verticalização da cadeia produtiva e aos subsídios estatais chineses. Essa pressão levou marcas estabelecidas a reverem suas políticas de preços e reposicionarem seus modelos (CLICK PETRÓLEO E GÁS, 2025).

Por fim, as reações das montadoras tradicionais incluem o lançamento de novos modelos híbridos e elétricos, a intensificação de investimentos em eletrificação e a pressão por políticas de proteção, como o aumento de tarifas de importação para veículos elétricos (INSIDEEVS, 2025; CLICK PETRÓLEO E GÁS, 2025).

### 3.2.3 O Papel da Tecnologia (Elétricos e Híbridos)

O principal diferencial das montadoras chinesas está na aposta estratégica em tecnologias limpas e conectadas, especialmente veículos elétricos (EVs) e híbridos (HEVs). Essa escolha não apenas atende às demandas ambientais e regulatórias, mas também posiciona essas marcas como líderes em inovação (MIXVALE, 2025).

Modelos como o BYD Dolphin, o GWM Haval H6 e o Song Plus oferecem recursos como autonomia elevada, baterias de fosfato de ferro-lítio (LFP), conectividade avançada, design moderno e assistência semiautônoma. Esses atributos têm atraído consumidores brasileiros e elevado o padrão tecnológico do mercado nacional (REVISTA FÓRUM, 2025).

Em 2025, seis novas montadoras chinesas anunciaram fábricas no Brasil com foco exclusivo em veículos eletrificados, incluindo Leapmotor, Geely, Omoda Jaecoo e GAC. Essa expansão tecnológica está pressionando o mercado nacional a acelerar sua transição energética, rever modelos de produção e investir em infraestrutura de recarga (MIXVALE, 2025; INFOMONEY, 2025).

Além disso, a presença chinesa tem impulsionado o debate sobre políticas públicas de mobilidade sustentável, como incentivos fiscais, subsídios à produção local e regulamentação de emissões (INFOMONEY, 2025).

## 3.3 O Comportamento do Consumidor e as Estratégias de Mercado

### 3.3.1 Mudanças nas Preferências do Consumidor

O comportamento do consumidor brasileiro tem passado por transformações significativas diante da crescente oferta de veículos eletrificados. A tradicional preferência por veículos a combustão, motivada por fatores como preço, manutenção e infraestrutura, vem cedendo espaço ao interesse por tecnologias mais limpas e conectadas.

Segundo pesquisa da Webmotors Autoinsights (GURU DOS CARROS, 2025), 54% dos entrevistados apontaram a falta de pontos de recarga como o principal obstáculo para adquirir um carro elétrico ou híbrido plug-in, superando a desconfiança na tecnologia. Isso revela uma mudança de percepção: o consumidor já reconhece os benefícios dos elétricos, mas exige infraestrutura adequada.

Outro estudo da Dados X para a Abeifa mostra que muitos consumidores iniciam a jornada de compra desejando um veículo 100% elétrico, mas acabam optando por híbridos devido ao custo e à praticidade (INSIDEEVS, 2025). A percepção de qualidade das marcas chinesas também evoluiu: modelos como o BYD Dolphin e o GWM Haval H6 são vistos como modernos, tecnológicos e confiáveis, o que reforça o apelo junto ao público jovem e urbano.

### 3.3.2 Estratégias de Marketing e Posicionamento de Marca

As montadoras chinesas têm adotado estratégias agressivas e bem estruturadas para conquistar espaço no Brasil. A BYD e a GWM, por exemplo, investiram em publicidade institucional, parcerias com governos estaduais e ações de sustentabilidade, como a instalação de painéis solares em fábricas e o uso de energia limpa (GAZETA DO POVO, 2025).

A recém-chegada Omoda & Jaecoo, divisão do grupo Chery, planeja estar entre as dez marcas mais vendidas do país até 2026, com foco em design futurista, tecnologia embarcada e campanhas digitais voltadas para o público jovem (REVISTA FÓRUM, 2025). Essas empresas também têm apostado em eventos de lançamento, test drives urbanos e presença em feiras de inovação, o que reforça sua imagem de modernidade.

Além disso, a narrativa de sustentabilidade tem sido central: os veículos são promovidos como soluções para a mobilidade verde, com destaque para a redução de emissões e o uso de baterias recicláveis. Essa abordagem tem gerado engajamento positivo nas redes sociais e atraído consumidores preocupados com o meio ambiente (VEJA, 2025).

### 3.3.3 Análise de Preços e Modelos de Negócios

O modelo de negócios das montadoras chinesas no Brasil combina preços competitivos, produção local e pós-venda estruturado. Em 2025, BYD e GWM anunciaram investimentos de R\$ 22 bilhões, com expectativa de gerar mais de 20 mil empregos diretos, o que fortalece sua presença industrial e reduz custos logísticos (CBN, 2025).

A política de preços é baseada na verticalização da cadeia produtiva, uso de componentes próprios e escala global. Isso permite oferecer veículos com alto valor agregado por preços até 30% inferiores aos modelos equivalentes de marcas tradicionais (GAZETA DO POVO, 2025).

No pós-venda, as marcas têm investido em centros de distribuição de peças, treinamentos técnicos e garantia estendida, buscando superar a antiga percepção de fragilidade das marcas chinesas. A GWM, por exemplo, utiliza a fábrica da antiga Mercedes-Benz em Iracemápolis para montar seus veículos com alto padrão de qualidade (VEJA, 2025).

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

De acordo com a InsideEVs que é um site dedicado à cobertura de notícias, análises e informações sobre veículos elétricos e híbridos. As importações de veículos elétricos e híbridos pelo Brasil registraram um aumento expressivo em 2024, totalizando US\$ 4,3 bilhões. Segundo dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), essa categoria subiu do 13º para o 4º lugar no ranking de produtos mais importados, refletindo uma mudança significativa no mercado automotivo. (INSIDEEVS, 2025)

Os veículos eletrificados foram destaque entre os principais produtos importados pelo Brasil em 2024. O ranking é liderado pelos seguintes itens, de acordo com a tabela 3:

Tabela 3- Ranking de importações em 2024

Posição	Produto	Valor (US\$ bilhões)
1	Petróleo(bruto)	8,7
2	Óleo diesel	8,4
3	Peças de turborreatores/turbocompressores	4,8
4	Carros elétricos e híbridos	4,3
5	Cloretos de potássio	3,6

Fonte: (INSIDEEVS, 2025)

Esse aumento elevou os veículos eletrificados para uma posição de destaque. Em 2023, esses produtos ocupavam o 13º lugar, com um montante bem inferior.

O crescimento foi expressivo em todas as categorias de veículos eletrificados, conforme a tabela 4:

Tabela 4- crescimento por categoria

Categoria	2023 (US\$ bi)	2024 (US\$ bi)	Variação (%)
Veículos elétricos	0,8	1,6	107,7
Veículos híbridos	1,5	2,8	85,4
Total	2,3	4,3	93

Fonte: (INSIDEEVS, 2025)

A maior taxa de crescimento foi observada nos veículos totalmente elétricos, que mais que dobraram em relação ao ano anterior. Os veículos híbridos também apresentaram aumento significativo, ampliando ainda mais o volume cambial destinado a importações.

### 4.1.1 Impacto na balança comercial

O aumento das importações de veículos eletrificados teve impacto direto na balança comercial brasileira. Apesar de o saldo continuar positivo, com um superávit de US\$ 74,6 bilhões em 2024, houve uma redução em relação a 2023. Isso se deve, em parte, à elevação nas compras externas de automóveis e outros produtos. (INSIDEEVS, 2025)

Welber Barral, especialista em comércio exterior e sócio da BMJ Consultoria, explicou ao portal Poder360 que “o saldo diminuiu este ano, fundamentalmente, por causa do aumento de importações”, destacando os veículos eletrificados como um dos principais responsáveis. (INSIDEEVS, 2025)

A China domina o mercado de veículos elétricos no Brasil. Em 2024, o país asiático foi responsável por 84% das importações de veículos totalmente elétricos, totalizando US\$ 1,4 bilhão. Para os veículos híbridos, a China também lidera, representando 61% do total. (INSIDEEVS, 2025)

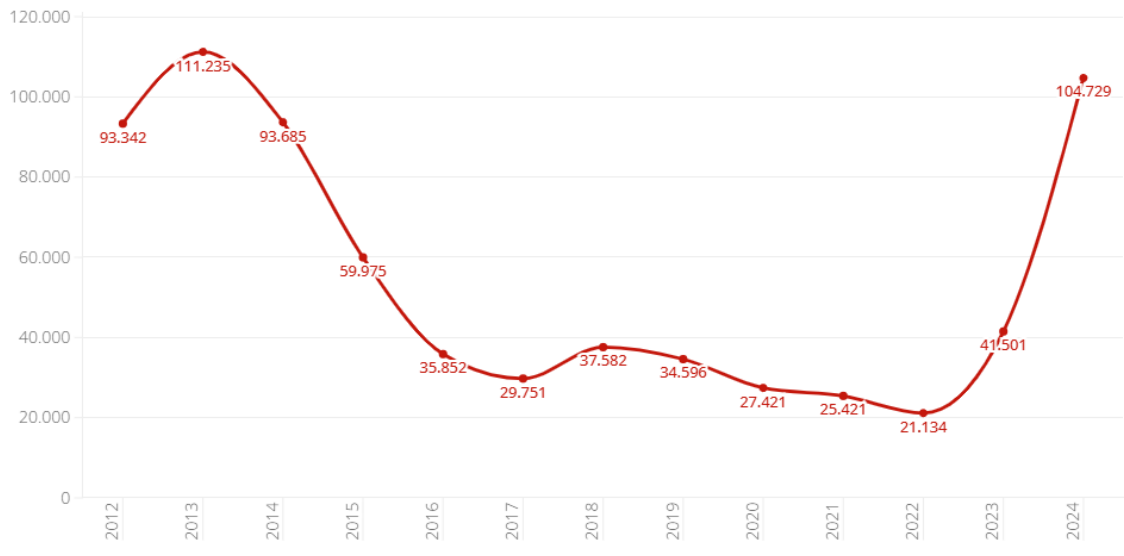
#### 4.1.2 Tendências

O aumento expressivo nas importações reflete uma maior adesão à eletromobilidade, impulsionada por mudanças nas preferências dos consumidores e avanços tecnológicos. Além disso, a presença de montadoras internacionais, como a BYD, que anunciou uma fábrica na Bahia, deve contribuir para um crescimento ainda maior do setor no país. (INSIDEEVS, 2025)

Os dados apresentados destacam a relevância do setor para a economia brasileira e apontam para um futuro em que os veículos eletrificados poderão ocupar uma fatia ainda maior do mercado. No entanto, o impacto na balança comercial é um tema que merece atenção. Ainda assim, vale ressaltar os projetos de grandes montadoras chinesas para construir fábricas no Brasil, como a já mencionada BYD, além da GWM e da recém-anunciada GAC. (INSIDEEVS, 2025)

O Brasil importou 104.729 veículos, marcando o melhor resultado desde 2014, quando 93.685 automóveis fabricados no exterior foram trazidos ao país. Em 2024, os modelos elétricos e híbridos dominaram as importações, totalizando 94.930 unidades, o que corresponde a 90,6% do total. No universo dos 178.430 veículos eletrificados registrados no Brasil em 2024, 53,2% foram provenientes de outros países (ABEIFA, 2025). Conforme o gráfico 1.

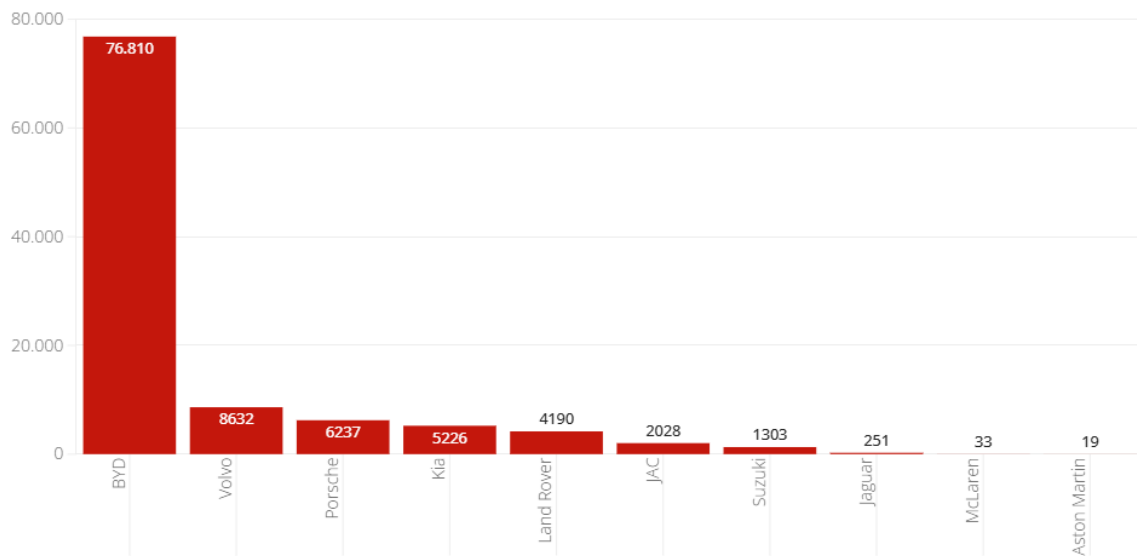
Figura 1- Quantidade de carros importados no Brasil



Fonte: ABEIFA, 2025

Já no ranking de marcas, a liderança da BYD foi indiscutível. A montadora comercializou quase 2,8 vezes mais veículos do que a soma das vendas das outras 10 maiores empresas do segmento de importados. Conforme o gráfico 2.

Figura 2- Maiores importadores de veículos no Brasil



Fonte: ABEIFA, 2025

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS E CONCLUSÃO

### 5.1 Síntese dos Resultados

Este trabalho teve como objetivo analisar os impactos da importação de veículos chineses no mercado automobilístico brasileiro, com ênfase nos aspectos relacionados à competitividade, ao comportamento do consumidor e às estratégias adotadas pelas empresas do setor. A partir da análise dos dados coletados e da revisão bibliográfica, foi possível identificar transformações significativas no cenário nacional, impulsionadas pela entrada de montadoras chinesas no país (G1, 2025).

No que se refere à competitividade, observou-se que a presença crescente de veículos chineses no Brasil tem provocado uma reconfiguração do mercado. As montadoras tradicionais, diante da nova concorrência, foram compelidas a rever suas estratégias de precificação, inovação tecnológica e relacionamento com o consumidor. A oferta de veículos com preços mais acessíveis, aliada a um pacote tecnológico robusto, tem sido um diferencial competitivo das marcas chinesas, contribuindo para a democratização do acesso a automóveis com recursos antes restritos a modelos de maior valor agregado (METRÓPOLES, 2025).

Em relação ao comportamento do consumidor, identificou-se uma mudança gradual na percepção sobre os veículos de origem chinesa. Embora ainda haja certa resistência quanto à durabilidade e à confiabilidade desses automóveis, os consumidores brasileiros têm

demonstrado maior abertura para experimentar novas marcas, especialmente quando estas oferecem bom custo-benefício, design moderno e tecnologias embarcadas. A crescente valorização de veículos elétricos e híbridos também tem favorecido as montadoras chinesas, que apresentam portfólios mais avançados nesse segmento (GAZETA MERCANTIL, 2025).

No tocante às estratégias empresariais, as montadoras chinesas têm adotado posturas agressivas para consolidar sua presença no Brasil. Dentre as principais ações, destacam-se os investimentos em fábricas locais, centros de distribuição, redes de concessionárias e serviços de pós-venda. Além disso, a utilização intensiva de campanhas publicitárias e parcerias estratégicas tem contribuído para o fortalecimento da imagem das marcas junto ao público brasileiro (G1, 2025).

#### 5.1.1 Limitações do Estudo e Sugestões para Pesquisas Futuras

Apesar dos resultados obtidos, é importante reconhecer algumas limitações deste estudo. A análise foi baseada em dados disponíveis até o momento da pesquisa, o que pode não refletir integralmente as rápidas mudanças do setor automobilístico, especialmente diante das incertezas econômicas e políticas que afetam o comércio internacional (GAZETA MERCANTIL, 2025).

Dessa forma, sugere-se que futuras pesquisas aprofundem os seguintes aspectos: a evolução da aceitação dos veículos chineses no Brasil ao longo do tempo, com foco em estudos longitudinais que acompanhem a fidelização dos consumidores; a análise do impacto ambiental da crescente frota de veículos importados, especialmente no contexto da transição energética e da mobilidade sustentável; a investigação sobre o papel das políticas públicas e dos acordos comerciais bilaterais na regulação da entrada de veículos estrangeiros e na proteção da indústria nacional; e estudos comparativos entre o desempenho de veículos chineses e de outras origens (europeus, norte-americanos, japoneses) em termos de segurança, eficiência energética e satisfação do consumidor (METRÓPOLES, 2025).

#### 5.1.2 Conclusão

A importação de veículos chineses representa um marco na história recente do setor automobilístico brasileiro. Mais do que uma simples ampliação da oferta de marcas e modelos,

trata-se de uma transformação estrutural que desafia os paradigmas tradicionais da indústria nacional. A presença dessas montadoras tem contribuído para o aumento da competitividade, incentivando a inovação, a redução de preços e a melhoria dos serviços prestados ao consumidor (G1, 2025).

Contudo, essa nova configuração também impõe desafios significativos. A indústria automobilística brasileira precisa se adaptar rapidamente, investindo em tecnologia, sustentabilidade e estratégias de diferenciação para manter sua relevância. Ao mesmo tempo, o poder público desempenha um papel crucial na formulação de políticas que equilibrem a abertura ao mercado internacional com o fortalecimento da produção local (GAZETA MERCANTIL, 2025).

Em síntese, o futuro do mercado automobilístico brasileiro dependerá da capacidade de adaptação dos seus atores frente às novas dinâmicas globais. A presença dos veículos chineses, longe de representar uma ameaça isolada, deve ser compreendida como uma oportunidade para a modernização do setor, desde que acompanhada de políticas industriais eficazes e de uma postura estratégica por parte das empresas nacionais (METRÓPOLES, 2025).

## REFERÊNCIAS

ABVE – AGÊNCIA BRASILEIRA DO VEÍCULO ELÉTRICO. **Novo recorde em agosto e 5% de market share.** 2023. Disponível em: <http://www.abve.org.br/novo-recorde-em-agosto-e-5-de-market-share/>. Acesso em: 09 dez. 2023.

AGÊNCIA ESTADUAL DE NOTÍCIAS. **Dia da Eletromobilidade: Paraná tem segunda maior frota de carros 100% elétricos do país.** 2023. Disponível em: <https://www.aen.pr.gov.br/Noticia/Dia-da-Eletromobilidade-Parana-tem-segunda-maior-frotade-carros-100-eletricos-do-pais>. Acesso em: 09 dez. 2023.

ANFAVEA – ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS FABRICANTES DE VEÍCULOS AUTOMOTORES. **Carta da ANFAVEA – Janeiro 2025.** São Paulo: ANFAVEA, 2025. Disponível em: <https://anfavea.com.br>. Acesso em: 27 maio 2025.

AUTOESPORTE. **Invasão chinesa: como foi o ano das marcas no Brasil.** Autoesporte, 2024. Disponível em: <https://autoesporte.globo.com/setor-automotivo/mercado-automotivo/noticia/2024/12/invasao-chinesa-como-foi-ano-marcas-brasil-quais-vem.ghtml>. Acesso em: 19 out. 2025.

AUTOPAPO. **Montadoras chinesas: qual a real situação de cada uma no Brasil.** Autopapo, 2024. Disponível em: <https://autopapo.com.br/noticia/montadoras-chinesas-brasil/>. Acesso em: 19 out. 2025.

BITENCOURT, L. et al. Understanding business models for the adoption of electric vehicles and charging stations: challenges and opportunities in Brazil. **IEEE Access**, v. 11, 2023.

CBN. **Montadoras chinesas investem R\$ 22 bi no Brasil e prometem mais de 20 mil empregos.** 2025. Disponível em: <https://cbn.globo.com/brasil/noticia/2025/08/09/montadoras-chinesas-investem-r-22-bi-no-brasil-e-prometem-mais-de-20-mil-empregos.ghtml>. Acesso em: 19 out. 2025.

CLICK PETRÓLEO E GÁS. **Todos contra a BYD? Montadoras como Toyota, GM e Volkswagen reagem ao avanço chinês.** 2025. Disponível em: <https://clickpetroleogas.com.br/todos-contr-a-byd-montadoras-como-toyota-gm-e-volkswagen-reagem-ao-avanco-chines-especialista-comenta-a-guerra-comercial-no-setor-automotivo-afch/>. Acesso em: 19 out. 2025.

CNN BRASIL. HE, L. **Fábrica em Xangai produz os Teslas da “mais alta qualidade”, diz Musk.** 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/fabrica-em-xangai-produz-os-teslas-da-mais-alta-qualidade-diz-musk/>. Acesso em: 21 out. 2023.

FOGAÇA, A. **Importação de veículos cresce mais de 140% em 2024, puxada por elétricos e híbridos chineses.** G1, 21 jan. 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com>. Acesso em: 27 maio 2025.

GAZETA DO POVO. **Carros chineses: a estratégia de BYD e GWM no Brasil.** Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/economia/carros-chineses-byd-gwm-industria-brasil/>. Acesso em: 19 out. 2025.

GAZETA MERCANTIL. **Importação de carros chineses no Brasil bate recorde em 2025 com avanço dos veículos híbridos e elétricos.** Disponível em: <https://gazetamercantil.com/importacao-carros-chineses-brasil-2025>. Acesso em: 21 nov. 2025.

G1. **Importação de veículos cresce mais de 140% em 2024, puxada por elétricos e híbridos chineses.** Disponível em: <https://g1.globo.com/carros/noticia/2025/01/21/importacao-de-veiculos-cresce-mais-de-140percent-em-2024-puxada-por-eletricos-e-hibridos-chineses.ghtml>. Acesso em: 21 nov. 2025.

GOOGLE SCHOLAR. **A entrada de veículos chineses da China para o Brasil.** Disponível em: <https://scholar.google.com>. Acesso em: 27 maio 2025.

GURU DOS CARROS. **Estudo revela motivos que afastam brasileiros dos veículos eletrificados.** Disponível em: <https://gurudoscarros.com.br/2025/09/16/estudo-revela-motivos-que-afastam-brasileiros-dos-veiculos-eletrificados-em-2025/>. Acesso em: 19 out. 2025.

HALLACK, L.; KAUFMANN, R. K.; SZKIO, A. Price discovery in Brazil: causal relations among prices for crude oil, ethanol, and gasoline. **Energy Sources Part B: Economics, Planning and Policy**, v. 15, 2020.

IEA – INTERNATIONAL ENERGY AGENCY. **Global EV Outlook 2018: Towards cross-modal electrification.** Paris: IEA, 2018.

IEA – INTERNATIONAL ENERGY AGENCY. **Key World Energy Statistics 2021: World total final consumption by source.** Paris: IEA, 2021.

INFOMONEY. **Gigantes montadoras chinesas avançam no Brasil com o sonho de dominar um continente.** InfoMoney, 2025. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/business/global/gigantes-montadoras-chinesas-avancam-no-brasil-com-o-sonho-de-dominar-um-continente/>. Acesso em: 19 out. 2025.

INSIDE EVS BRASIL. **Importações de carros elétricos crescem 117% em 2024 no Brasil.** InsideEVs, 2024. Disponível em: <https://insideevs.uol.com.br/news/747128/importacoes-carros-eletricos-2024-brasil/>. Acesso em: 17 jun. 2025.

INSIDEEVS. **Elétrico, híbrido ou plug-in: o que o brasileiro compra no final?** Disponível em: <https://insideevs.uol.com.br/news/757986/eletrico-hibrido-preferencia-consumidor-brasil/>. Acesso em: 19 out. 2025.

INSIDEEVS. **Montadoras pressionam por tarifas contra avanço chinês.** InsideEVs Brasil, 2025. Disponível em: <https://insideevs.uol.com.br/news/763378/montadoras-tarifas-eletricos-chineses-brasil/>. Acesso em: 19 out. 2025.

KOTLER, P.; KELLER, K. L.; CHERNEV, A. **Administração de marketing.** 16. ed. Porto Alegre: Grupo A, 2024.

LEMOS, L. de P. A invasão chinesa de veículos tecnológicos e eletrificados em território brasileiro. **Revista Ciência da Sabedoria**, v. 5, n. 2, 2024. Disponível em: <https://revistacienciadasabedoria.com>. Acesso em: 27 maio 2025.

LIU, Y. et al. Impact of policy incentives on the adoption of electric vehicle in China. **Transportation Research Part A: Policy and Practice**, v. 176, 2023.

METRÓPOLES. **O dragão acelera: o que explica invasão chinesa no mercado automotivo.** Disponível em: <https://www.metropoles.com/negocios/o-dragao-acelera-o-que-explica-invasao-chinesa-no-mercado-automotivo>. Acesso em: 21 nov. 2025.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS. **Programa Mover: Mobilidade Verde e Inovação.** Brasília: MDIC, 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/mdic>. Acesso em: 19 out. 2025.

MIXVALE. **Brasil ganha 6 novas montadoras chinesas com foco em veículos eletrificados.** Mixvale, 2025. Disponível em: <https://www.mixvale.com.br/2025/06/30/brasil-ganha-6-novas-montadoras-chinesas-com-foco-em-veiculos-eletrificados/>. Acesso em: 19 out. 2025.

MOBILIZE BRASIL. ZMOGINSKI, F. **Shenzhen, na China, a primeira cidade a ter 100% dos ônibus e táxis elétricos.** 20 out. 2023. Disponível em: <https://www.mobilize.org.br>. Acesso em: 27 maio 2025.

NEOCHARGE. **Número de carros elétricos no Brasil.** Disponível em: <https://www.nocharge.com.br/carros-eletricos-brasil>. Acesso em: 28 nov. 2024.

REVISTA FÓRUM. **Montadora chinesa planeja fábrica no Brasil para disputar espaço entre as marcas mais vendidas.** 2025. Disponível em: <https://revistaforum.com.br/brasil/2025/10/19/montadora-chinesa-planeja-fabrica-no-brasil-para-disputar-espao-entre-as-marcas-mais-vendidas-190085.html>. Acesso em: 19 out. 2025.

ROSA, C. B. et al. Regulatory analysis of E-mobility for Brazil: a comparative review and outlook. **Utilities Policy**, v. 84, 2023.

TIMES BRASIL. **GWM, BYD e mais: montadoras ampliam presença no Brasil.** Times Brasil, 2025. Disponível em: <https://timesbrasil.com.br/empresas-e-negocios/transporte/gwm-byd-e-mais-montadoras-e-marcas-chinesas-ampliam-presenca-na-industria-automotiva-brasileira/>. Acesso em: 19 out. 2025.

VEJA. **Invasão chinesa: montadoras do país assumem papel de protagonistas no Brasil.** Disponível em: <https://veja.abril.com.br/economia/invasao-chinesa-montadoras-do-pais-assumem-papel-de-protagonistas-no-brasil/>. Acesso em: 19 out. 2025.

WAGNER HENRIQUE. **O papel das montadoras chinesas no redesenho do mercado nacional.** 2025. Disponível em: <https://wagnerhenrique.com.br/o-papel-das-montadoras-chinesas-no-redesenho-do-mercado-nacional/>. Acesso em: 19 out. 2025.

YANG, A. et al. Electric vehicle adoption in a mature market: a case study of Norway. **Journal of Transport Geography**, 2023.