

Pesquisa da Localiza&Co revela que 51% dos jovens pretendem comprar um carro nos próximos três anos

Estudo inédito da Companhia destaca diferenças geracionais na percepção da mobilidade e aponta para o futuro do transporte sustentável no Brasil.

A Localiza&Co acaba de divulgar uma pesquisa inédita que mostra as diferenças na forma como as gerações brasileiras percebem a mobilidade urbana e suas expectativas para o futuro. O estudo, intitulado “Mobilidade Através das Gerações”, foi realizado entre abril e junho de 2024, com 1.600 brasileiros de todas as regiões do país, acima de 18 anos, em um painel oferecido pela Offerwise.

Foram entrevistadas pessoas que compõem as gerações Baby Boomers (1945-1960), Geração X (1961-1981), Geração Y (1982-1997), Geração Z (1998-2009) e a emergente Geração Alfa (2010 - presente). O estudo aborda desde a escolha dos meios de transporte no dia a dia até as expectativas para o futuro da mobilidade urbana no Brasil, destacando a importância crescente de fatores como sustentabilidade, economia de tempo e o papel da tecnologia.

Em relação ao futuro da mobilidade, os entrevistados indicaram transporte público (62%) como o principal do futuro, seguido por carros de aplicativo (60%), bicicletas (43%), carros elétricos (43%) e carro próprio (39%). Para os Baby Boomer e Geração X, o transporte público e carros elétricos aparecem com mais relevância, enquanto para as gerações Y e Z, carro próprio e moto própria se destacam.

A pesquisa revela ainda que 51% dos brasileiros enxergam o futuro da mobilidade urbana no país passando por uma redução no deslocamento diário, impulsionada pela adoção das atividades remotas. Por outro lado, 46% acreditam que os carros elétricos, híbridos e renováveis serão os mais utilizados. Para as gerações BB e X, o transporte público de qualidade é um destaque, enquanto para as gerações mais jovens (Y e Z), a compra e utilização do carro próprio tende a aumentar cada vez mais no futuro.

“A pesquisa nos ajuda a entender que há uma mudança de comportamento na forma de deslocamento em curso e que sugere uma mobilidade híbrida, digital e capaz de moldar o futuro das cidades”, comenta a diretora de marca da Localiza&Co Tatiana Rocha.

Conveniência e economia de tempo estão entre os fatores decisivos que influenciam na escolha do meio de transporte no dia a dia. Entre os entrevistados, 62% declararam que opta por aquele que gera economia de tempo, 44% pelo que ir direto, sem ter de trocar de meio de transporte, 33% pelo que encontrar um trajeto mais rápido, 30% pelo que tem horário exato de partida e chegada e 26% por um preço acessível.

Considerando um recorte geracional, 48,1% da geração Baby Boomers acreditam que a economia de tempo e chegar antes é um fator importante para a escolha do transporte. Já a Geração Z, 36,3%, prefere saber o horário exato de partidas e chegadas, enquanto a somente 19,1% opta pelo meio de transporte que possam pagar.

Carro próprio ainda tem forte apelo entre os mais jovens

Embora a posse de carro seja menor entre os mais jovens, a intenção de compra ainda é alta. Tanto que 51% dos entrevistados da Geração Z afirmam que planejam adquirir ou trocar de carro nos próximos três anos. Já entre a Geração Y, esse número é de 47%, contrastando com apenas 20% dos Baby Boomers que pretendem comprar um novo carro no mesmo período.

Fatores como preço (75%), consumo de combustível (51%), 0KM (30%) e segurança (27,6%) são os principais critérios para a escolha de um veículo. As gerações mais novas também demonstram interesse por tecnologia e design, enquanto os Baby Boomers priorizam sustentabilidade e baixo custo de manutenção.

Em relação a novos modelos de posse de veículos, o estudo mostrou que 53% dos entrevistados não consideram a assinatura de carro como uma opção, devido à falta de conhecimento sobre a modalidade. Por outro lado, 31% ainda

Pesquisa da Localiza&Co revela que 51% dos jovens pretendem comprar um carro nos próximos três anos

veem a assinatura como uma escolha viável, mas entre jovens, a aceitabilidade foi um pouco maior.

Quando questionados sobre os motivos pelos quais considera adquirir um carro por assinatura, destacou-se que 53% dos Baby Boomers consideraram essa opção pela possibilidade de ter um carro 0km todo ano, e 51% por não ter preocupação com a revenda.

O estudo possui uma margem de erro de 2,5% e um índice de confiança de 95%, garantindo representatividade em termos de idade, gênero, região e classe social. Com insights detalhados sobre o comportamento e as percepções das diferentes gerações, o relatório oferece um panorama valioso sobre as tendências que moldam o futuro da mobilidade no Brasil.

Sobre a Localiza&CO

Somos uma das maiores e mais completas plataformas de soluções de mobilidade do mundo. Companhia de capital aberto listada na B3 e com elevado nível de governança corporativa, a Localiza traz em sua história resultados extraordinários de protagonismo e inovação, sempre com o foco na geração de valor e com visão de longo prazo.

Fundada em Belo Horizonte, em 1973, ao longo do tempo consolidou-se como líder de mercado, sendo hoje uma das 25 marcas mais valiosas do país. O compromisso em superar as expectativas dos clientes, aliado à excelência operacional, permite à Companhia oferecer uma variada gama de soluções de mobilidade por meio de mais de 900 pontos físicos de atendimento ao cliente, distribuídos em 7 países da América do Sul, além da forte presença digital.

Redes Sociais

[Instagram](#) | [Facebook](#) | [TikTok](#) | [YouTube](#) | [Spotify](#) | [Twitter](#) | [Pinterest](#)