

CONEX

ABRADIT - TOYOTA

50A
ANOS DE ABRADIT

UNIDOS PELA
MISTO

50

UNIDOS PELA
MFA

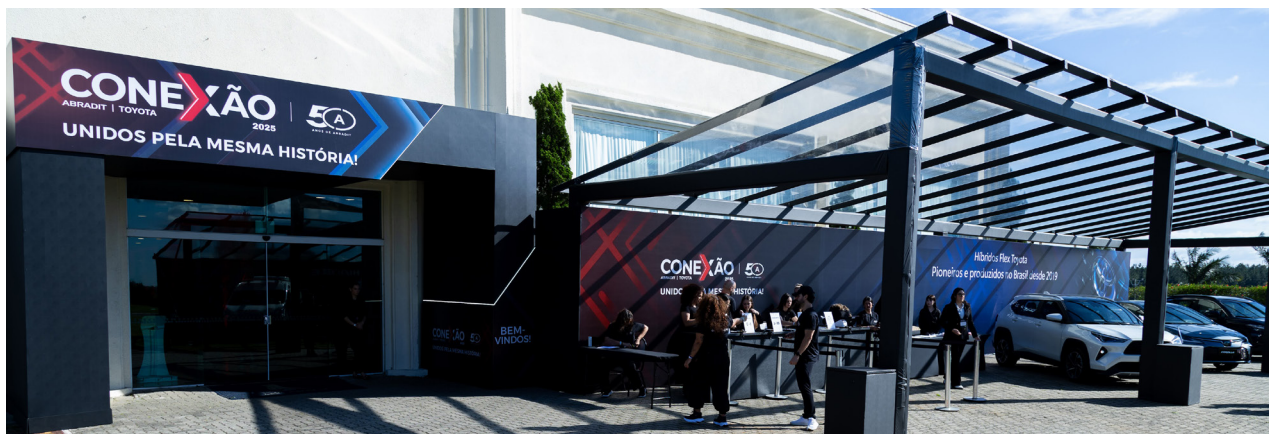
CONEXÃO | 50 ANOS DE BRADIT

2025

CONEXÃO ABRADIT - TOYOTA 2025, OS CAMINHOS QUE LEVARÃO AO FUTURO

Evento celebrou as cinco décadas da ABRADIT, trouxe as diretrizes estratégicas para os próximos anos e reafirmou a força da parceria entre a Rede, a Associação e a Toyota

POR: FABIANA PALORO E LIA FREIRE



O encontro anual que reúne a Rede de Concessionárias Toyota e Lexus, a Montadora, o Banco Toyota, a KINTO e parceiros de negócios ganhou um significado especial em 2025 ao marcar os 50 anos da ABRADIT. A Conexão ABRADIT – Toyota também foi o primeiro grande evento promovido pela Associação após o incidente na fábrica de Porto Feliz (SP). Em um cenário de superação, Dealers e Montadora voltaram a comprovar a força da marca Toyota, a solidez da parceria e o poder da resiliência, fatores que permitiram encerrar o ano com resultados surpreendentes. Não por acaso, o lema da edição foi “Unidos pela mesma História”, refletindo o passado construído em conjunto e o compromisso com o futuro.

Realizado em 11 de dezembro, no Med Lake Paradise, em Mogi das Cruzes (SP), o evento foi palco do Business Meeting Toyota, no qual a Montadora apresentou as novas diretrizes para os negócios. Já a ABRADIT, por meio de sua Assembleia Geral, apresentou os resultados dos trabalhos desenvolvidos ao longo de 2025 nas áreas de Vendas, Pós-Venda e Parcerias Estratégicas. Também foram destacados os avanços nas atividades dos Comitês, incluindo os Comitês de Crise, criados após o incidente em Porto Feliz (SP), além do anúncio da nova composição do Conselho Nacional dos Distritos Pares. Na ocasião, temas estratégicos foram consolidados e apresentados à Montadora, ao Banco Toyota e à KINTO como prioridades para o plano de trabalho de 2026. “A ABRADIT se dedicou e pensou em cada detalhe deste evento para que todos tivessem a melhor experiência. Não poderíamos iniciar a Conexão sem registrar nosso mais profundo agradecimento à Rede pelo reconhecimento que resultou na conquista do prêmio de melhor Associação de Marca do Brasil, na pesquisa FENABRAVE. Esse reconhecimento nos inspira e reforça a nossa responsabilidade de seguir evoluindo, no verdadeiro espírito Kaizen”, declarou Riguel Chieppe, Presidente da ABRADIT.

Riguel também reforçou a importância da união e

da resiliência, fatores decisivos para que, em conjunto com a Toyota, fosse possível superar as adversidades impostas após o incidente na fábrica de Porto Feliz (SP). “O ano de 2025 vinha transcorrendo com bastante êxito e números interessantes até ocorrer os danos na estrutura da fábrica, que levaram à interrupção da produção. Porém, com união, força e o suporte da Montadora e dos parceiros, finalizamos 2025 de forma bastante positiva e, certamente, construiremos um belo 2026”, afirmou o Presidente da ABRADIT.

Paulo Cezar (PC), Diretor-Executivo da ABRADIT, também celebrou os 50 anos da Associação. “Estamos orgulhosos do que construímos, não faltam motivos para comemorar e temos muito trabalho pela frente. Que venham os próximos 50 anos”, celebrou.



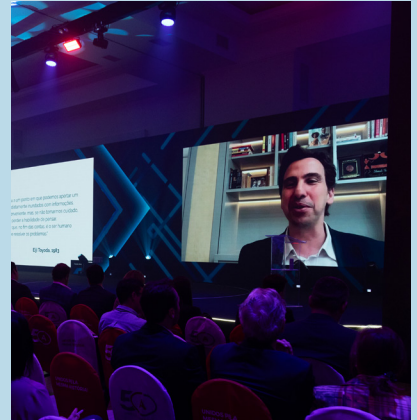
“Com união, força e o suporte da Montadora e dos parceiros, finalizamos 2025 de forma bastante positiva e, certamente, construiremos um belo 2026”, **Riguel Chieppe**, Presidente da ABRADIT

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: DE TENDÊNCIA A FERRAMENTA ESTRATÉGICA

A Inteligência Artificial ganhou destaque na programação da Conexão ABRADIT–Toyota com a palestra de Kenneth Corrêa, estrategista em Tecnologias Emergentes e IA, diretor da 8020 Marketing e professor de MBA da FGV. Durante sua apresentação, Kenneth traçou um panorama dos cenários de transformação digital, apresentou ferramentas de IA já disponíveis no mercado e mostrou, de forma prática, como essas soluções podem contribuir para diferentes áreas das Concessionárias, como Vendas, Pós-Venda, Atendimento e Experiência do Cliente. O conteúdo também

trouxe reflexões sobre ganhos de produtividade, personalização de processos e a importância da tomada de decisão orientada por dados.

Ao longo da palestra, Kenneth reforçou que a Inteligência Artificial vai além de uma tendência tecnológica e deve ser encarada como uma ferramenta estratégica para o negócio. Segundo ele, a IA tem papel fundamental para elevar a eficiência operacional, acelerar diagnósticos, antecipar as necessidades dos clientes e permitir que a Rede atue com ainda mais assertividade e competitividade em um mercado cada vez mais dinâmico.



ANO DE DESAFIOS, MAS TAMBÉM DE CONQUISTAS

Na abertura do Business Meeting, a Toyota apresentou os resultados alcançados em 2025. “Apesar dos contratemplos, temos que celebrar os avanços conquistados. Progredimos de forma estratégica, com foco na nossa cadeia de valor, que se mostrou um pilar incontestável da sustentabilidade do nosso negócio”, destacou Caroline Sentinelo, Gerente de Desenvolvimento de Rede e Dealer Excellence da Toyota do Brasil.

OS NÚMEROS DE 2025

Os indicadores apresentados refletem a consistência da estratégia adotada ao longo do ano. Na retenção, a Toyota alcançou o melhor resultado histórico, com crescimento de 6%. O projeto Toyota 10, que ampliou para dez anos a garantia de todos os veículos Toyota produzidos a partir de 2020, superou 30% de ativação.

Na Certificação de carros usados, o índice avançou de 26% para quase 40%. Já a venda de peças registrou crescimento de 30%, enquanto o PNV de acessórios apresentou alta de 20%, passando de R\$ 2 mil para R\$ 2.400. O e-commerce de peças e acessórios alcançou R\$ 10 milhões em vendas, representando um incremento de 60% em comparação a 2024.

O Consórcio Toyota contabilizou mais de 14 mil cotas comercializadas, com 70% das contemplações destinadas a veículos da marca. Em Seguro e Ciclo Toyota, a participação foi de 13% e 16%, respectivamente. A KINTO atingiu 93 pontos no NPS, enquanto os Serviços Conectados Toyota registraram ativação em 80% dos veículos conectados.



“Progredimos de forma estratégica, com foco na nossa cadeia de valor”, **Caroline Sentinelo**, Gerente de Desenvolvimento de Rede e Dealer Excellence da Toyota do Brasil

Reforçando a estratégia de crescimento sustentável, a Toyota encerrou o ano com mais de 330 Concessionários no Brasil, incluindo a expansão do T-Service para mais de 30 operações, consolidando a capilaridade e a força da Rede em todo o país.

AS NOVIDADES NO LINE UP CONTINUAM

Se 2025 foi marcado por novidades importantes no line up, com a entrada da Toyota em duas novas categorias: de vans, com a Hiace e a de B-SUVs, com o Yaris Cross, 2026 e os anos seguintes seguirão o mesmo ritmo. A agenda de lançamentos permanece ativa e amplia ainda mais o portfólio da marca, ao mesmo tempo em que reforça o conceito multipathway que aposta em múltiplas rotas tecnológicas para neutralidade de carbono, aplicadas aos veículos.

“Os lançamentos recentes e os que estão por vir reforçam a nossa identidade como marca e representam uma importante defesa de território. O modelo de negócio no setor automobilístico está em transformação, porém a Toyota segue reconhecida pela consistência da marca, especialmente pela qualidade, pelo Pós-Venda sólido e por um custo de propriedade muito assertivo. Não vendemos apenas veículos, mas uma experiência que engloba todo o ecossistema de soluções de mobilidade”, declarou José Ricardo Gomes, que, à época da Conexão, ocupava o cargo de Diretor Comercial da Toyota do Brasil. Desde janeiro, o executivo assumiu um novo desafio na Toyota Motor Company (TMC), no Japão, onde passou a exercer a função de General Manager na divisão de Planejamento de Negócios e Value Chain.

AS ESTRATÉGIAS COMERCIAIS PARA 2026

A Gerente Geral Comercial da Toyota do Brasil, Soraya Battistini, apresentou as diretrizes comerciais para 2026 com uma visão de cautela e confiança. A expectativa é de um mercado estável, em torno de 2,7 milhões de veículos, cenário que exige atenção ao ambiente macroeconômico e à continuidade da entrada de novos players no setor. Ainda assim, a executiva reforçou o otimismo. “Temos a confiança de que, juntos, com a força da marca e o compromisso da Rede, seguiremos firmes e fortes.” Para o ano, a Toyota projeta um volume de 186 mil veículos, o que representa crescimento de 7,5% em relação a 2025.

Soraya chamou a atenção da Rede para a gestão do modelo Hilux em 2026, ano em que o volume será reduzido em 7%, totalizando 47 mil unidades, em função do run out. “O novo modelo da Hilux, apresentado mundialmente, tem gerado grande expectativa e, para assegurar essa transição da melhor maneira, é fundamental trabalhar o mix adequadamente, balancear os canais e garantir competitividade nas condições comerciais”, explicou. A executiva destacou ainda a importância de intensificar eventos voltados às vendas e à prospecção das versões disponíveis no portfólio atual.

O potencial do mercado de veículos usados voltou a ganhar protagonismo. Enquanto o segmento de novos deve permanecer estável, a projeção para os usados é de crescimento de 3%, em 2026. “Estamos falando de um negócio cinco vezes maior do que o de novos. Os veículos mais antigos trazem mais rentabilidade do que os mais novos”, afirmou Soraya. O programa TCUV registrou crescimento superior a 57%, reforçando a fidelização dos clientes dentro do ecossistema Toyota. Entre as novidades anunciadas está o lançamento de uma certificação simplificada para veículos entre 6 e 15 anos, com benefícios adicionais, incluindo garantia de motor e câmbio. Outras frentes incluem a implemen-



“Há ótimas oportunidades, por isso peço que trabalhem com foco, disciplina e velocidade nas ações”, **Evandro Maggio**, *Presidente da Toyota do Brasil*



“Temos a confiança de que, juntos, com a força da marca e o compromisso da Rede, seguiremos firmes e fortes.”, **Soraya Battistini**, *Gerente Geral Comercial da Toyota do Brasil*

tação de um portal digital de compra, que conectará toda a Rede, proporcionando um processo mais ágil e padronizado.

No âmbito do Banco Toyota, Soraya destacou que novembro de 2025 marcou um recorde histórico na comercialização de consórcios, com mais de 1.800 cotas vendidas. Para 2026, está prevista a criação de uma nova plataforma para facilitar a gestão da carteira de clientes, ampliar o relacionamento e fortalecer a fidelização.

Em relação à KINTO, a meta para 2026 é alcançar um crescimento de 15% na frota circulante. Esse avanço será impulsionado principalmente pela Hilux, com expectativa de crescimento de 48%, e pelo Yaris Cross, que deve representar, até o final do ano, cerca de 10% da frota circulante. Para atingir esses objetivos, a estratégia inclui marketing direcionado, reestruturação das equipes e atenção especial às grandes negociações

envolvendo a Hilux. “Vamos ampliar a renovação com foco em condições comerciais flexíveis para extensões de contrato, especialmente do Yaris. Também adotaremos a estratégia multibrand, com tarifas competitivas para conquistar mais UIO na frota e, no KINTO One Personal, o Yaris Cross será o protagonista. Além disso, a jornada de vendas será reestruturada, dando mais autonomia e controle para a Rede e simplificando o processo comercial para o cliente”, concluiu Soraya.

A JORNADA DO CLIENTE COMO PONTO CENTRAL DA ESTRATÉGIA

José Ricardo retornou ao palco da Conexão para reforçar à Rede o que a TMC vem priorizando como estratégia: tornar a jornada do cliente mais relevante do que a venda isolada de um veículo. O foco está em fidelizar e manter o cliente dentro do portfólio de produtos e serviços de mobilidade da Toyota, abrangendo todas as frentes da cadeia de valor.

Ao apresentar números da operação brasileira, o executivo destacou que ainda há espaço significativo para avançar na retenção e na monetização dos clientes dentro do ecossistema Toyota. Em 2025, a Montadora iniciou a medição da taxa de absorção relacionada à cadeia de valor. O Brasil vem evoluindo e já alcançou o patamar de 30%. No entanto, em comparação com outros países onde a Toyota atua, a média é de 40%, o que evidencia oportunidades adicionais de aprendizado e crescimento. “Na gestão da retenção de oito anos tivemos evolução, chegando a 58%, impulsionados por programas como Revisão na Medida, Toyota 10, além das iniciativas com usados e KINTO”, ressaltou.

Outro ponto de atenção apresentado por José Ricardo foi o desempenho do mercado de carros usados. Em países como Japão e Inglaterra, as transações de usados dentro da Rede representam cerca de 20%, enquanto no Brasil e na Argentina esse índice varia entre 8% e 9%. “Isso mostra que ainda há muito a ser feito. Temos muitas oportunidades para explorar, e o carro usado é a porta de entrada da retenção”, afirmou.

A expansão das operações de T-Service no Brasil foi apontada como mais uma alavanca relevante para fortalecer a retenção. Em mercados como Indonésia, Tailândia e Índia, esse modelo tem avançado de forma consistente, contribuindo para a manutenção do valor residual dos veículos dentro do ecossistema Toyota, além de impulsionar a comercialização de peças de segunda linha.

FOCO NOS 60% DE RETENÇÃO

A partir de 2026, a Toyota passará a medir a gestão de retenção considerando um ciclo de dez anos — e não mais de oito — estabelecendo como meta alcançar 60% de retenção. A mudança amplia a visão sobre



José Ricardo Gomes, que, à época da Conexão, ocupava o cargo de Diretor Comercial da Toyota do Brasil. Desde janeiro, o executivo assumiu um novo desafio na Toyota Motor Company (TMC), no Japão



“Fortaleçam o CRM, busquem dados, ampliem as parcerias e incorporem boas práticas em iniciativas que aceleram os processos”, **Jorge Mussi**, Gerente Geral de Pós-Venda da Toyota do Brasil

o relacionamento de longo prazo com o cliente e reforça a importância de estratégias estruturadas ao longo de toda a jornada.

Segundo a Montadora, o caminho para atingir esse objetivo passa, necessariamente, pelo fortalecimento do CRM, apontado como a base de toda a estratégia de retenção. “Fortaleçam o CRM, busquem dados, ampliem as parcerias e incorporem boas práticas em iniciativas que aceleram os processos”, orientou Jorge Mussi, Gerente Geral de Pós-Venda da Toyota do Brasil.

Entre as ações previstas, programas como Revisão na Medida e Revisão Facilitada serão expandidos para todo o line up. Já o Toyota 10 terá como foco, a partir

de 2026, recuperar clientes elegíveis, mantendo aqueles já conquistados e superando a taxa de ativação de 35%. O T-Service, destacou Mussi, também terá sua operação ampliada para novas praças e passará por uma evolução de conceito, com foco em maior rentabilidade. Além da venda de veículos usados e de peças no balcão, a operação passará a incluir a comercialização de peças de segunda linha.

A conectividade surge como outro pilar relevante para o avanço da retenção. Nesse contexto, a Toyota tem como objetivo atingir 90% de ativação dos clientes nos Serviços Conectados Toyota. “Temos um ano de carros conectados e uma base de clientes atualizada, que será utilizada em benefício da retenção”, afirmou Mussi.

Ainda no campo da tecnologia, o Gerente Geral de Pós-Venda destacou o showroom virtual, que funcionará como ferramenta de suporte às vendas e à cadeia de valor. Ele também anunciou a evolução do aplicativo Toyota, tratado como um verdadeiro hub de serviços. “O aplicativo será reforçado para a venda de acessórios, ativação do Sem Parar, consulta ao histórico de serviços e, em breve, permitirá o agendamento de revisões, contribuindo diretamente para a retenção”, explicou.

No segmento de funilaria e pintura, Mussi ressaltou que a Toyota ampliou sua atenção estratégica, reconhecendo a elevada rentabilidade da área e trouxe dados. “Os Concessionários que operam funilaria e pintura internamente registram 12% a mais de passagens e um ticket médio 10% superior”, destacou.

O Banco Toyota, como mencionado ao longo do evento, é um importante parceiro na trajetória da retenção dos clientes. Um exemplo está no segmento de seguros: entre os clientes que possuem seguro Toyota, 93% retornam à Concessionária para fazer o reparo, reforçando a permanência no ecossistema da marca.

Caroline, Gerente de Desenvolvimento de Rede e Dealer Experience da Toyota do Brasil, explicou que, em 2026, o Programa One Toyota — essencial para a estratégia de Desenvolvimento de Rede, no qual a performance de cada Grupo econômico é mensurada — dará ainda mais peso à retenção. O indicador passará a contemplar de forma mais ampla a cadeia de valor. “Todos os programas relacionados à retenção terão importância significativa para a performance no One Toyota”, concluiu.

PREPARADOS PARA UM NOVO CICLO

O Presidente da Toyota do Brasil, Evandro Maggio, destacou que 2026 será um ano de transição decisivo para a entrada da empresa em um novo ciclo de crescimento. Segundo ele, o cenário traz desafios, mas também oportunidades relevantes. “Há ótimas oportunidades, por isso peço que trabalhem com foco, disciplina e velocidade nas ações”, afirmou. Maggio elencou quatro pontos de atenção estratégicos para o



FOTOS: DIVULGAÇÃO/BRADIT

“Que venham mais 50 anos de trabalho conjunto e de construção de resultados para o setor”, **Rafael Chang**, CEO da Toyota para a América Latina e Caribe

período. O primeiro diz respeito à Hilux, que entra no último ano do modelo atual, exigindo ações precisas para preparar a chegada da nova geração. O segundo ponto envolve o volume do Corolla Sedan, que será menor em 2026 em função da mudança das operações de Indaiatuba para Sorocaba e da preparação do novo modelo C-picape. O terceiro destaque foi a necessidade de atenção redobrada à experiência do cliente, diante da ampliação do line up e da entrada da Toyota em novas categorias. Por fim, Maggio ressaltou a importância da KINTO, reforçando que, mais do que um serviço, trata-se de um pilar estratégico de mobilidade e da porta de entrada para o futuro da mobilidade da Toyota no Brasil.

Apesar dos desafios, o Presidente fez questão de enfatizar que o potencial de crescimento é ainda maior. “Temos uma base de 1,4 milhão de clientes que nos permite acelerar o value chain. Hoje, quem domina a cadeia de valor — e o desafio é triplicá-la até 2030 — domina o mercado de vendas”, afirmou. Maggio reconheceu que 2026 pode não ser um ano simples, mas destacou que a história da Toyota nunca foi construída sobre facilidades. “Ela é feita de ética, trabalho sério e capacidade de execução. Não é correr para todos os lados, mas para o lado certo, com foco, velocidade e determinação. Assim, transformamos desafios em resultados e oportunidades em crescimento sustentável.”

MUDANÇAS ORGANIZACIONAIS

Durante o encontro, Maggio também anunciou mudanças relevantes na estrutura organizacional da Toyota do Brasil. Vladimir Centurião que ocupava a função de Diretor Comercial da KINTO, deixou a companhia após mais de duas décadas. Roger Armellini assume a posição de CEO da KINTO, com o objetivo de liderar o crescimento e a expansão da empresa de mobilida-

de da Toyota. Nancy Serapião, atual Head da Lexus no Brasil, amplia sua atuação ao incorporar a gestão da TOYOTA GAZOO Racing, com foco na experiência do cliente e na filosofia de motorsports.

Outra mudança envolve Maurílio Pacheco, que retorna ao Brasil após uma temporada na Toyota do Peru para assumir a posição de Diretor Comercial e regional de Value Chain da Toyota do Brasil, cargo anteriormente ocupado por José Ricardo Gomes. Este, por sua vez, segue para a Toyota do Japão, onde assumirá a função de General Manager na divisão de Planejamento de Negócios e Value Chain.

O FUTURO PASSA POR INVESTIMENTOS, TECNOLOGIA E RETENÇÃO

O Business Meeting Toyota foi finalizado com a fala do CEO da Toyota para a América Latina e Caribe, Rafael Chang, que destacou os investimentos estratégicos, novos produtos e as mudanças estruturais como pilares do futuro da Montadora na região.

Entre os principais anúncios, Chang reforçou o maior investimento já feito pela empresa no país, no valor de 11,5 bilhões de reais, voltado a garantir um futuro sustentável para a operação. Parte desse aporte está direcionada à expansão industrial, com o avanço da fábrica de Sorocaba 2, cuja inauguração está prevista para junho de 2026. A nova unidade ampliará a capacidade produtiva, aumentará a competitividade dos modelos e abrirá espaço para a incorporação de tecnologias alinhadas ao multipathway global da companhia.

Outro marco considerado decisivo, por Chang, foi a aprovação do novo centro de engenharia no Brasil, que

dará mais agilidade e independência à operação local. Segundo o executivo, trata-se de um passo fundamental para o crescimento da Toyota no Brasil e em toda a região. Também abordou a importância da value chain e das estratégias de retenção como ferramentas para proteger o território da marca diante da chegada de novos concorrentes. Para Chang, fortalecer a cadeia de valor e estreitar a relação com os clientes são caminhos para garantir estabilidade aos negócios em um cenário cada vez mais competitivo.

Ao encerrar, agradeceu à Rede pelo trabalho realizado e fez um alerta sobre os desafios que vêm pela frente. Segundo ele, 2026 não será um ano fácil, mas a cultura de enfrentar desafios em conjunto é uma das maiores forças da Toyota. O CEO reforçou a parceria com a ABRADIT e deixou uma mensagem de continuidade: “que venham mais 50 anos de trabalho conjunto e de construção de resultados para o setor.”

OS TRABALHOS DA ABRADIT EM 2025

Helber Bozato, Coordenador de Vendas, Pós-Venda e Parcerias Estratégicas da ABRADIT, apresentou à Rede um panorama das principais entregas e iniciativas conduzidas pela Associação ao longo de 2025, reforçando o papel estratégico da entidade no apoio às Concessionárias.

Ele iniciou destacando as Reuniões Regionais, realizadas em duas edições, São Paulo e Fortaleza, que registraram recorde de público, com mais de 500 participantes. Helber ressaltou a importância desses encontros, cujo objetivo é aproximar Concessionárias de diferentes regiões do país, dar atenção às



A Equipe ABRADIT, por meio de sua Assembleia Geral, apresentou os resultados dos trabalhos desenvolvidos ao longo de 2025 e os projetos futuros da Associação

particularidades de cada mercado, ampliar a escuta ativa e direcionar as ações de forma mais assertiva. O formato, segundo ele, será mantido em 2026.

Outro ponto de destaque foi o e-commerce Peças Rede Toyota, desenvolvido pela ABRADIT. Atualmente, 17 Dealers estão em processo de ativação e, pela primeira vez desde 2022, 100% dos estados brasileiros utilizam a ferramenta, o que representa 85 Dealers ativos. Em 2025, o faturamento do e-commerce alcançou R\$ 7 milhões.

O D-Check, ferramenta de digitalização, passou a contar com a parceria da Mobato — desvinculado da marca de produtos químicos da companhia, apenas com foco no aprimoramento tecnológico da solução. Hoje, cerca de um terço dos Grupos econômicos já utilizam a ferramenta.

Na GAZOO RACING, o trabalho esteve concentrado na recuperação do bônus do GR Corolla, no valor de R\$2,16 milhões, além da recompra de peças sem movimentação.

O Seguro Patrimonial, desenvolvido em parceria com a Toyota Seguros e a Somp, com coberturas específicas para o modelo de negócio das Concessionárias Toyota, vem ganhando adesão da Rede. Cinco Grupos já fecharam contrato e outros sete estão em fase de análise. Além disso, em 2026, o Banco Toyota continuará promovendo workshops voltados à Rede.

Entre outras demandas, Helber informou que a 8ª turma do Toyota Dealer Management Program (TDMP), realizado pelo INSPER, deverá ter início no segundo semestre de 2026. No campo das parcerias comerciais, destacou a entrada de novas empresas, como VC One e GRCiber, entre outras. “Temos poucos parceiros, porém de qualidade. Conversamos com todos, negociamos condições e produtos melhores. Nosso propósito é diversificar o tipo de parceiro e levar qualidade nas entregas”, afirmou. A meta financeira da ABRADIT com parcerias em 2025 foi superada em mais de R\$ 2,2 milhões, valor destinado ao desenvolvimento de programas e ferramentas para a Rede.

Jessica Monteiro, Coordenadora Administrativa, Financeira e de RH da ABRADIT, apresentou o status do projeto Dealer People Profile, lembrando que 100% da Rede já recebeu a certificação. Para 2026, estão previstas lives de engajamento da ferramenta e a abertura de novas turmas para outras certificações. “Uma novidade para 2026 é que, no segundo semestre, iniciaremos o processo de cotação de empresas para atualizar a Pesquisa Salarial. A última foi realizada em 2023, portanto, está na hora de uma atualização”, destacou. Jessica reforçou que apenas os Dealers que participam de todo o processo têm acesso aos resultados da pesquisa.

Paulo Santos, Coordenador de TI & Meio Ambiente e



A ABRADIT também contou com um estande especial que trouxe uma linha do tempo em comemoração aos 50 anos da Associação

DPO da ABRADIT, atualizou o andamento da Certificação da Norma ISO 14001 – Sistema de Gestão Ambiental, na modalidade Multisite. Atualmente, 146 Dealers estão certificados e 91 colaboradores da Rede participaram de treinamentos. “Como prática de Kaizen, em um dos processos da ISO, a ABRADIT desenvolveu o sistema Mapa de Adequação, que auxilia os colaboradores na inserção das informações e que, em breve, também estará disponível no aplicativo da ABRADIT”, explicou.

O Coordenador também anunciou os finalistas do ESG Dealer Award 2025, premiação que chega à sua quarta edição. Na categoria Ambiental, os finalistas foram Barigui e Newland; no Social, Hai e novamente a Newland; e, em Governança, Guebor e Terra Forte. Ao todo, foram inscritos 59 projetos, sendo 15 na categoria Ambiental, 34 no Social e 10 em Governança. Os vencedores foram revelados ao final da Assembleia.

Por fim, foram apresentadas atualizações em Logística Reversa, com uma nova ferramenta para controle de filtros de óleo, que facilita o envio de informações posteriormente utilizadas pela Toyota. Nos KPIs, foi disponibilizada uma nova aba com dados de energia sustentável, e o SIMA ganhará uma nova versão a partir de janeiro de 2026.

OS GRANDES VENCEDORES DO ESG DEALER AWARD 2025

Durante a Conexão ABRADIT-Toyota 2025 foram conhecidos os vencedores do ESG Dealer Award 2025 e chamados ao palco para receberem os troféus. O projeto “Revestir. Transformando Uniformes em Possibilidades”, da Concessionária Barigui, foi o grande vencedor no Ambiental; já no Social, o projeto “Hai Social Integrado 3S”, da Hai Florianópolis saiu vitorioso e, em Governança, o projeto “Compliance 360 Movimento Ético”, da Concessionária Terra Forte.



UMA NOVA PREMIAÇÃO PARA OS DEALERS

Em 2025, a Toyota do Brasil lançou o programa Dealer Model, iniciativa que reconhece os Concessionários cujas operações refletem, de forma consistente, a filosofia e os princípios do DNA da marca. O programa destaca aqueles que alcançam as melhores performances dentro dos padrões de qualidade e dos modelos de negócio estabelecidos pela Toyota, tornando-se referências de excelência e multiplicadores de boas práticas na Rede.

Nesta edição, os Dealers reconhecidos com as placas de premiação foram a Terra Forte – Salvador, pelo elevado padrão de CRM, e a Newland – Fortaleza, na categoria Funilaria & Pintura, reafirmando o compromisso da Toyota em valorizar operações que se destacam pela eficiência, qualidade e aderência aos valores da marca.




Luiz Teixeira da Newland e Clóvis Sales da Terra Forte recebem o reconhecimento das mãos de Caroline Sentinelo, da TDB



OS NÚMEROS DA CONEXÃO 2025

Foram três meses de preparação para a realização da Conexão 2025, que mobilizou o trabalho de 250 profissionais. O evento registrou recorde de público, reunindo cerca de 400 participantes, entre representantes da Rede Toyota, executivos da Montadora, do Banco Toyota, da KINTO, além de parceiros estratégicos, patrocinadores, convidados e equipe organizadora.

Com o apoio da Toyota e do Banco Toyota, a Conexão 2025 contou com o patrocínio de 22 empresas: Auto Avaliar, Brazzo, Dealernet, Interozone, Linx, Mobiauto, Movee, Tury, VC One, Würth, Casaldea, Cielo, NBS, Grupo Pailon, STP Petroplus, Tunap, Especificer, KINTO, Snap-on, Mitsui, Brazul e Cardif. 



FOTOS: DIVULGAÇÃO/ABRADIT

A Diretoria ABRADIT destacou as principais iniciativas conduzidas em 2025

OS TRABALHOS DAS COMISSÕES

Ao longo de 2025, as Comissões de Trabalho da ABRADIT mantiveram atuação constante, passando, porém, por uma reestruturação importante. A estrutura anterior, composta por quatro frentes — Vendas, Pós-Venda, Tecnologia & Treinamento e Mobilidade — foi reorganizada em três Comissões: Retenção, que passou a englobar os subcomitês de Pós-Venda, KINTO, Seminovos e DCX; Vendas, incluindo Vendas Diretas, Desenvolvimento de Rede, Marketing e Demand & Supply; e GAZOO RACING.

Após o incidente ocorrido em Porto Feliz, as atenções e os esforços se voltaram às ações emergenciais, o que levou à criação dos Comitês de Crise. Com foco prioritário na value chain, foram reorganizadas três frentes de trabalho: Retenção, Funilaria & Pintura e Carros Usados.

Vinícius Ramires, Diretor de Pós-Venda da ABRADIT, destacou algumas das principais iniciativas conduzidas nesse período, entre elas a revisão dos cálculos das metas de retenção, a estruturação e padronização do CRM da Rede e a atenção especial aos resultados financeiros do T-Service. Como novidade, foi anunciada a inclusão da segunda linha de peças, uma demanda antiga dos Concessionários. Também foram trabalhadas a isonomia nas metas nacionais de acessórios, buscando maior justiça na definição dos objetivos, e os critérios relacionados ao bônus de retenção.

O Diretor de Mobilidade da ABRADIT, Eduardo Berlanda, apresentou avanços relevantes, como a con-

tratamento de uma consultoria para avaliar a competitividade da KINTO. O estudo envolveu análises de precificação, qualidade de atendimento, abordagem comercial, entre outros aspectos. Os resultados foram considerados positivos, embora ainda haja pontos de melhoria a serem trabalhados. Berlanda também destacou ajustes no Programa One Toyota, incluindo a descontinuidade do Yaris Hatch, além de avanços nas melhorias de pontuação do Dealer Evaluation.

Atuando também no Comitê de Retenção, Berlanda mencionou ações desenvolvidas nos últimos meses de 2025, como a equalização dos CRMs da Rede Toyota, a criação de um Manual de Boas Práticas para a área, estudos para a adoção de preços diferenciados e mais atrativos para manutenções — com segmentação entre pessoa física e jurídica — visando impulsionar a demanda, além da redução da frota do KINTO Share e das metas de booking.

Sobre os trabalhos dos Comitês de Vendas e de Tecnologia & Treinamento, Helber destacou, entre os principais pontos, os ajustes na demanda e na oferta dos veículos após o incidente de Porto Feliz, revisões nos valores da Hiace no pós-lançamento, no bônus do GAZOO RACING e os desafios relacionados ao run out da Hilux. Já no Comitê de Tecnologia & Treinamento, as ações estiveram concentradas nos avanços da digitalização de processos junto à Toyota, na busca por simplificações para a ativação dos carros conectados e na conquista do FANDI, que terá, no início de 2026, um projeto-piloto voltado aos Seminovos no Grupo Parvi.

UMA NOITE DE HOMENAGENS

Um dos pontos altos da Conexão 2025 foi o jantar de encerramento. A noite foi marcada por homenagens, despedidas, chegadas e muitas celebrações, em um clima de reconhecimento à história construída ao longo de cinco décadas e terminou com o animado show da banda Rod Hanna, que fez uma viagem pelas músicas que marcaram esses 50 anos da Associação.

Um vídeo emocionante reuniu depoimentos de ex-Presidentes da ABRADIT — Luiz Teixeira, Pedro Schwambach, Breno Schwambach — além do atual presidente, Riguel Chieppe, e de Fábio Teixeira, que apresentou seu pai, já falecido, Paulo de Tarso Teixeira. As declarações reforçaram a mensagem de que a trajetória da Associação foi construída por muitas mãos, por lideranças que marcaram a história da ABRADIT e de toda a Rede.

Em sua fala, Riguel destacou que a história da ABRADIT, assim como a da Toyota, é formada pelas histórias individuais. “Aqui temos muitos legados, muitas histórias. É uma honra fazer parte dessa caminhada e ver todos esses legados. Agradeço por tudo o que fizeram e continuam fazendo para manter a ABRADIT forte”, afirmou. O Presidente também agradeceu aos ex-presidentes, à Diretoria, aos Conselheiros, à equipe de colaboradores da Associação e aos titulares-executivos que atuaram nas Comissões de Trabalho, dedicando tempo e experiência em prol do bem coletivo. “Fomos eleitos a melhor Associação de Marca do Brasil e isso é extremamente gratificante”, completou.

Riguel aproveitou o momento para agradecer e homenagear Vladimir Centurião, que deixou a Toyota após mais de duas décadas de atuação e sempre manteve uma relação muito próxima com a Rede. “Obrigado por tudo o que fez e pela sua amizade. Desejamos um futuro de sucesso”, declarou. Em sua despedida, Centurião retribuiu o reconhecimento. “Foram 21 anos e meio de comprometimento com vocês, inclusive no desenvolvimento das pessoas que trabalharam comigo, no melhor espírito de ensinar e aprender. Agradeço à Toyota pela confiança e pelas oportunidades, e à ABRADIT pela parceria incondicional. Foi uma jornada vibrante, repleta de desafios e conquistas, com muito crescimento pessoal e profissional.”

Outro agradecimento especial foi direcionado a José Ricardo Gomes, que deixa o cargo de Diretor Comercial da Toyota do Brasil para assumir um novo desafio no Japão. “Sou um apaixonado pela Toyota. É uma marca fantástica. Estou realizando um sonho ao ir para o Japão, mas não poderia partir sem deixar meu muito obrigado. Foi uma jornada incrível”, afirmou o executivo.

A noite também foi de boas-vindas. Para ocupar a po-

sição deixada por José Ricardo, retorna ao Brasil, após uma temporada no Peru, o executivo Maurílio Pacheco. “Estou de volta. Quero agradecer ao Evandro Maggio, ao Rafael Chang, ao Vladimir Centurião e ao José Ricardo, que fizeram parte da minha trajetória de quase duas décadas na Toyota. Aprendi que não existe fórmula mágica para dar certo. O que existe é direção clara, alinhamento e muito trabalho. Vamos juntos, vamos para cima”, declarou.

Encerrando as homenagens, o Presidente da Toyota do Brasil, Maggio, subiu ao palco para prestar seu reconhecimento à ABRADIT. “Hoje celebramos mais do que um aniversário de 50 anos. Celebramos uma história de relacionamento construída ao longo de cinco décadas. A ABRADIT não é apenas uma entidade, mas um grupo de pessoas disposto a fazer o melhor. O resultado é uma Rede forte e determinada. Não tenho dúvidas de que mais 50 anos virão, com ainda mais êxito. Obrigado pela aposta individual em nossa marca e por acreditarem no nosso trabalho. Juntos, faremos ainda mais.”



DEPOIMENTOS NA CONEXÃO ABRADIT 2025

DIRETORIA ABRADIT



**RIGUEL CHIEPPE,
PRESIDENTE DA ABRADIT**

“Uma Associação que chega aos 50 anos com tanta força e vitalidade é motivo de honra e orgulho. Em 2025, a ABRADIT foi eleita a melhor Associação de Marca do Brasil pela Fenabreve, um reconhecimento que confirma que estamos no caminho certo. O ano de 2026 trará novos desafios, mas estamos preparados e cada vez mais fortalecidos para enfrentá-los”.



**BRENO CESAR DE OLIVEIRA
SCHWAMBACH,
VICE-PRESIDENTE DA ABRADIT**

“2025 foi um ano muito planejado até o episódio de Porto Feliz, que, apesar de desafiador, mostrou a força da nossa resiliência. Houve rápida mobilização, união das equipes, criação de Comitês de Crise e um intenso trabalho em Value Chain, gerando muito aprendizado e nos deixando ainda mais fortalecidos. Para 2026, apesar de alguns desafios de produto, teremos importantes lançamentos e projetamos um ano muito positivo”.



**VINICIUS RAMIRES, DIRETOR DE
PÓS-VENDA DA ABRADIT**

“O ano foi desafiador, mas apresentou resultados positivos. Atuamos em toda a cadeia de valor das Concessionárias, além do Pós-Venda. Houve alinhamento com a Toyota para um novo modelo de negócios e receitas. Mesmo após a fatalidade em Porto Feliz, a Rede mostrou força e união. A estratégia de Value Chain se consolidou e gerou aprendizados importantes. Atingimos 58% de retenção de clientes, com crescimento de 6 p.p. Em 2026, ampliaremos o projeto para uma frota de até 10 anos, buscando resultados ainda maiores”.



**EDUARDO BERLANDA, DIRETOR
DE MOBILIDADE DA ABRADIT**

“Em 2025, mantivemos um trabalho integrado em parceria com a KINTO e a Toyota, superando o desafio da saída do carro-chefe Yaris e aproveitando as oportunidades para ajuste em portfólio, precificação, pesquisa e posicionamento de mercado. Para 2026, vemos forte potencial de crescimento nas locações com a chegada do Yaris Cross, com preço competitivo em um mercado em expansão, e com a líder de mercado, a Hilux, que projeta crescimento de 48%”.

EQUIPE ABRADIT



**PAULO CEZAR DE C. ARAUJO,
DIRETOR-EXECUTIVO DA
ABRADIT**

“Mais um ano de sucesso do Conexão, com público recorde, lançamentos de veículos, apresentação dos resultados de 2025 e das perspectivas para 2026. Foi um evento marcado por engajamento, troca e entusiasmo. Neste ano em que a ABRADIT celebra 50 anos, vivemos também um momento de reflexão e planejamento para o futuro. Estamos muito orgulhosos do que construímos, somos a mais bem avaliada Associação de Marca do Brasil e temos ainda mais motivos para comemorar. Que venham os próximos 50 anos”.



**HELBER BOZATO,
COORDENADOR DE VENDAS,
PÓS-VENDA E PARCERIAS
ESTRATÉGICAS DA ABRADIT**

“2025 marca os 50 anos da ABRADIT, com dois eventos regionais recordes, mais de 500 participantes e, para este ano, mais duas edições já estão planejadas com a Toyota. O e-commerce de peças da Rede Toyota superou R\$ 7 milhões em faturamento, mantendo resultados mensais acima de R\$ 1 milhão. O programa de Parcerias Estratégicas, com o apoio de patrocinadores e parceiros, também superou expectativas, alcançando mais de R\$ 2 milhões. Parabéns à ABRADIT pelo primeiro lugar na pesquisa Fenabreve”.



**PAULO R. SANTOS,
COORDENADOR DE TI & MEIO
AMBIENTE, DPO DA ABRADIT**

“Em 2025, a ABRADIT realizou investimentos em tecnologia e em novos servidores para dar suporte aos portais da Rede. Também certificamos mais 29 Dealers no Multi-site da ISO 14001, alcançando um total de 146 Dealers certificados. Como parte desse avanço, desenvolvemos uma nova ferramenta, o Mapa de Adequação, que apoia a Rede no atendimento aos requisitos da ISO. Para 2026, vamos desenvolver uma IA especializada para a Rede Toyota e entregaremos a nova versão do SIMA”.



**JESSICA MONTEIRO,
COORDENADORA
ADMINISTRATIVA-FINANCEIRO E
RH DA ABRADIT**

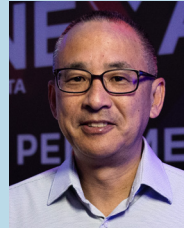
“Em 2025, conseguimos certificar 100% da Rede no projeto Dealer People Profile. O treinamento foi um sucesso e aconteceu na sede da ABRADIT. Para 2026, planejamos realizar lives para engajamento no projeto e abrir novas turmas de treinamento. Também lançaremos a atualização da pesquisa salarial, desenvolvida em conjunto com a Rede Toyota e Lexus, sendo que o resultado será disponibilizado apenas para quem participar integralmente do projeto”.



**JULIA DA SILVA, ASSISTENTE
ADMINISTRATIVO DA ABRADIT**

“É uma honra fazer parte da equipe da ABRADIT. Trabalhar ao lado de excelentes profissionais é uma experiência de aprendizado todos os dias. Celebrar os 50 anos da entidade com essa equipe é ainda mais especial. Sou muito grata pela oportunidade”.

TOYOTA



**RAFAEL CHANG, CEO DA TOYOTA
PARA A AMÉRICA LATINA E
CARIBE (TLAC)**

“Em 2026 teremos muitas novidades, com o lançamento de diversos produtos para ampliar e fortalecer nosso portfólio. Vamos intensificar o foco no Value Chain e

na KINTO, além de inaugurar uma nova fábrica em Sorocaba, ampliando nossa capacidade produtiva, atraindo novos produtos e, sobretudo, gerando ainda mais satisfação para nossos clientes. Agradeço a parceria e a confiança de todos da ABRADIT que nos acompanham em cada etapa dessa jornada”.



**EVANDRO MAGGIO, PRESIDENTE
DA TOYOTA DO BRASIL**

“Para 2026, temos cinco grandes prioridades: o run out da Hilux, preparando o mercado para o lançamento do novo modelo; a retomada de vendas dos modelos Flex e a chegada do Yaris Cross; o

crescimento da Hiace; o fortalecimento e crescimento do Value Chain e o cuidado e a atenção com o cliente, com foco total na retenção. Agradecemos à ABRADIT pelos 50 anos de parceria e suporte, que resultam em uma marca forte, que gera valor e está pronta para seguir crescendo e se consolidando”.



**JOSÉ RICARDO GOMES,
EX- DIRETOR COMERCIAL DA
TOYOTA DO BRASIL ATUAL
- GENERAL MANAGER DE
PLANEJAMENTO DE NEGÓCIOS E
VALUE CHAIN DA TMC**

“Agradeço à ABRADIT e à Rede pelos quatro anos e meio positivos de trabalho, em que consolidamos

uma operação forte, não apenas em vendas, mas também na cadeia de valor, sustentando o negócio como Montadora. Deixo aqui um até logo e incentivo todos a seguirem nessa direção. Em relação aos próximos desafios, estarei no Japão com minha família, atuando na cadeia de valor com foco nos EUA, Europa, China e Ásia”. 🚗



MAURILIO PACHECO, DIRETOR COMERCIAL DA TOYOTA DO BRASIL

“Estou muito feliz em retornar ao Brasil após dois anos de atuação no Peru, especialmente por assumir a área comercial. Encaro este novo ciclo com grande entusiasmo para 2026. Os desafios são muitos, mas, juntos, somos ainda maiores”.



SORAYA BATTISTINI, GERENTE GERAL DE VENDAS, MARKETING E DESENVOLVIMENTO DE REDE DA TOYOTA DO BRASIL

“Em relação ao portfólio de produtos, nosso principal foco está no recém-lançado Yaris Cross, que chega com forte potencial de sucesso, e na Hilux, que deverá receber um novo modelo no final do ano. Além disso, dentro da estratégia de Value Chain, o negócio de veículos usados será um pilar fundamental para a construção de um modelo sustentável para a Rede e Toyota.”



JORGE MUSSI, GERENTE GERAL PÓS-VENDA DA TOYOTA DO BRASIL

“Em 2026, nosso foco será ainda mais na retenção de clientes. Em 2025, alcançamos um resultado excepcional de 58% e, neste ano, ampliaremos o período de retenção de 8 para 10 anos, atingindo um público maior e com projeção de chegar a 60%. As ações serão baseadas na ampliação das iniciativas do ano passado, como o Toyota 10, a revisão na medida e facilitada, com atenção especial agora para funilaria e pintura”.



CAROLINE SENTINELO, GERENTE DE DESENVOLVIMENTO DE REDE E DEALER EXCELLENCE DA TOYOTA DO BRASIL

“Nosso foco estará no fortalecimento da cadeia de valor, retenção, usados, funilaria e pintura, modalidade 4S e expansão do T-Service. Buscaremos excelência em qualidade e a construção de um negócio cada vez mais sustentável, para entregar resultados consistentes e de alto desempenho”.



OTACÍLIO DO NASCIMENTO, DIRETOR DE COMUNICAÇÃO DA TOYOTA DO BRASIL E DA FUNDAÇÃO TOYOTA DO BRASIL

“Há 16 anos, a Fundação Toyota do Brasil tem como prioridades educação e desenvolvimento socioeconômico nas comunidades onde a empresa está presente. Em parceria com o SENAI, desenvolvemos um projeto de tecnologia e inovação em Sorocaba que prepara adolescentes para o mercado de trabalho. Em um momento de expansão da Toyota, ampliamos nosso impacto, integrando nossas ações sociais não apenas à educação, mas também à geração de oportunidades de trabalho, contribuindo para o desenvolvimento sustentável”.

KINTO



ROGER ARMELLINI, CEO DA KINTO BRASIL

“Em 2026, continuaremos priorizando o excelente trabalho que a Rede e a KINTO vêm realizando na satisfação dos clientes. Além disso, retomaremos a trajetória de crescimento de volumes de UIO com foco estratégico no público da Hilux, no impulso gerado pelo lançamento do Yaris Cross e na ampliação de serviços que complementam nosso portfólio de mobilidade, como cartões de combustível e pedágio, fortalecendo ainda mais o Value Chain.”



VLADIMIR CENTURIÃO, EX-DIRETOR COMERCIAL DA KINTO BRASIL

“Foram 21 anos e meio dedicados à Toyota e à KINTO, em uma trajetória de grandes conquistas que muito me orgulha. Minha recente experiência no Peru como vice-presidente comercial foi extremamente enriquecedora. O Conexão ABRADIT é, para mim, um dos eventos mais especiais, onde celebramos nossa história e união. Deixo uma mensagem à Rede: sigam impulsionando o crescimento da Toyota e fortaleçam a parceria com a KINTO, pois almejamos 100% da Rede integrada porque a mobilidade é um caminho sem volta.”

BANCO TOYOTA



**LUCIANO SAVOLDI,
PRESIDENTE & CEO DO BANCO
TOYOTA DO BRASIL**

“Neste evento, reforçamos a importância da cadeia de valor. Para 2026, teremos muitas novidades para a Rede, iniciando com o lançamento de novos produtos em seguros e a expansão das operações

de consórcio. Parabenizo a ABRADIT por sua trajetória e pela sólida parceria de negócios, que beneficia não apenas a Rede, mas também o Banco Toyota. Que os próximos 50 anos sejam de ainda mais sucesso”.



**PEDRO DABBUR, DIRETOR
COMERCIAL DO BANCO TOYOTA**

“As expectativas para 2026 são muito positivas. Teremos muitas novidades, entre elas a implantação do FANDI no primeiro trimestre. Também avançaremos em veículos usados, um importante driver

para a Toyota, e no Ciclo Toyota, que fortalece a fidelização dos clientes, incentivando a troca de veículos e a movimentação do estoque de usados. Na área de seguros, teremos uma nova seguradora e novos produtos. Já o consórcio segue em trajetória de crescimento, em busca de novos records e de uma expansão consistente nos próximos anos”.

PATROCINADORES

AUTO AVALIAR



**GERALDO VICTORAZZO,
VICE-PRESIDENTE COMERCIAL**

“Mais uma vez, trazemos soluções em dados e tecnologia para fortalecer o trade-in, impulsionando maior giro e rentabilidade com ferramentas inovadoras e confiáveis, sempre com o objetivo em potencializar os resultados. Agradecemos a parceria com a ABRADIT e com a Rede Toyota e desejamos que 2026 seja um ano ainda mais especial”.

“Mais uma vez, trazemos soluções em dados e tecnologia para fortalecer o trade-in, impulsionando maior giro e rentabilidade com ferramentas inovadoras e confiáveis, sempre com o objetivo em potencializar os resultados. Agradecemos a parceria com a ABRADIT e com a Rede Toyota e desejamos que 2026 seja um ano ainda mais especial”.

BRAZZO/MOBATO



**WALLACE CALDEIRA,
DIRETOR DA MOBATO**

“Apresentamos uma linha de produtos químicos, recomendados pela ABRADIT e homologados pela Toyota, com mais de 30 itens disponíveis, além da tecnologia D-Check by Mobato, em parceria com a Associação, que traz soluções de digitalização do Pós-Venda, elevando a rentabilidade e a eficiência operacional da Rede. Parabenizamos a Associação pelo profissionalismo e qualidade que contribui para consolidar a Toyota como referência no setor”.

“Apresentamos uma linha de produtos químicos, recomendados pela ABRADIT e homologados pela Toyota, com mais de 30 itens disponíveis, além da tecnologia D-Check by Mobato, em parceria com a Associação, que traz soluções de digitalização do Pós-Venda, elevando a rentabilidade e a eficiência operacional da Rede. Parabenizamos a Associação pelo profissionalismo e qualidade que contribui para consolidar a Toyota como referência no setor”.

CASAIDEA MÓVEIS



**NATALY SORIANI,
DIRETORA COMERCIAL**

“Com mais de 45 anos de atuação no mercado e mais de 20 anos dedicados ao fornecimento de mobiliário para Concessionárias, incluindo balcões, mesas, mobiliário para retaguarda, áreas de serviços e, agora também, todo o mobiliário

para o T-Service. Registramos nosso agradecimento especial à ABRADIT, pois o trabalho de conectar fornecedores e Concessionários é de extrema relevância. Desejamos mais 50 anos de sucesso e conquistas”.

CIELO



**SAMUEL DUQUE,
GERENTE DE VENDAS**

“Oferecemos uma parceria exclusiva, com taxas competitivas, recebimento automático em até um dia e soluções completas de pagamento, tanto no físico quanto no digital. Assim, promovemos mais eficiência e segurança para a Rede

Toyota. Parabenizamos a ABRADIT pelos seus 50 anos, uma parceria que fortalece a união e impulsiona resultados. Temos orgulho de fazer parte dessa história”.



DEALERNET



**LUIZ AUGUSTO PESSOA,
GERENTE NACIONAL DE VENDAS**

“Apresentamos o Dealernet Workflow, um software já consolidado no mercado e reconhecido pela Rede Toyota. Somos os únicos RP, 100% web do mercado automotivo, e já realizamos, em conjunto com a Montadora, todas as adequações

à Reforma Tributária. Temos orgulho de fazer parte da história da ABRADIT e esperamos seguir juntos pelos próximos 50 anos”.

INTEROZONE



**LUIZ GUSTAVO DO NASCIMENTO,
DIRETOR COMERCIAL**

“O ano de 2025 foi um marco, com lançamento de produtos e soluções e fortalecimento do Pós-Venda da Rede Toyota por meio de uma gestão humanizada, focada em engajamento, capacitação e rentabilidade da operação, garantindo a fidelização do cliente. Parabenizamos a ABRADIT pelos 50 anos. É um privilégio fazer parte dessa trajetória de sucesso e propósitos bem definidos”.

LINX



**ADILSON ROSSI,
GESTOR DE MERCADOS E
PARCERIAS ESTRATÉGICAS**

“Apresentamos o sistema Linx DMS – web responsivo para auxiliar a área de mobilidade da Rede. Além disso, incorporamos a IA Generativa para otimizar os processos de negócio. Também lançamos

uma parceria estratégica em CRM, que amplia as soluções de relacionamento e vendas. Estamos juntos com a ABRADIT há pelo menos 30 anos e acompanhamos com admiração o trabalho. Desejamos mais 50 anos de sucesso”.

MOBIAUTO



**ALEX CLAUDINO,
SUPERINTENDENTE COMERCIAL**

“Agradecemos por mais um ano de trabalho e parceria. A Mobiauto oferece um ecossistema 360° para impulsionar a performance dos Concessionários, atuando desde o início da jornada do trade-in até a integração com portais e a gestão

de leads, com foco em aumentar a conversão e os resultados no Pós-Venda”.

MOOVE



**FABIO SANZ, GERENTE DE
ALIANÇAS CORPORATIVAS**

“Neste evento, reforçamos a linha de Lubrificantes Genuína Toyota, desenvolvida e aprovada em parceria com o Japão. Também apoiamos os Concessionários nas campanhas de retenção, contribuindo para atrair mais consumidores à

Rede. Aproveitamos para parabenizar a ABRADIT pelos 50 anos de um trabalho de destaque marcado pela excelência”.

NBS



**LUIZ FERNANDO BONANATO,
ANALISTA DE NEGÓCIOS**

“Estamos sempre inovando para fortalecer o relacionamento entre Concessionárias e a Montadora por meio da tecnologia. Neste evento, nosso foco é a apresentação do CRM Autos, uma solução que integra toda a jornada do cliente com

o uso de Inteligência Artificial, chatbot, análises e indicadores de performance. Agradecemos à ABRADIT por cinco décadas de dedicação e excelência em prol da Rede”.

PAILON**VALTER FONSECA,
REPRESENTANTE COMERCIAL**

“Há 20 anos atendemos o segmento corporativo, fornecendo mobiliário e comunicação visual às Concessionárias de todo o país. Temos uma parceria sólida construída ao lado da Toyota. Participamos de diversos eventos do setor, mas

nenhum se compara à Conexão ABRADIT. Parabéns pelos 50 anos e pelo trabalho exemplar”.

STP PETROPLUS**FELIPE GOMIDE,
COORDENADOR COMERCIAL**

“Apresentamos a linha de produtos Petroplus STP homologados pela Toyota, além do mais novo lançamento, o ARLA 32, disponível em diferentes embalagens e aprovado para a linha diesel. Agradecemos a parceria com a ABRADIT, parabenizamos

pelos 50 anos e desejamos que, juntos, possamos construir um 2026 ainda melhor”.

TUNAP**CARLOS ITRIA,
CEO**

“A Tunap já é antiga conhecida da Rede. Estamos há mais de 10 anos na Toyota realizando um bom trabalho e conquistamos muitos clientes e amigos. Temos gerado receita, prazer e satisfação juntos

aos consumidores. Um cliente se agrada com o serviço, com o equipamento e ele tem prazer em ter um Toyota. Temos orgulho dessa parceria e parabenizamos a ABRADIT por sua trajetória de crescimento e excelência”.

TURY**WESLEY FREDERICO,
GERENTE COMERCIAL**

“Apresentamos novos acessórios para todos os veículos Toyota, com mais de 100 itens disponíveis, incluindo opções para os lançamentos Hiace e Yaris Cross, ampliando ainda mais o portfólio para a Rede. A ABRADIT é uma Associação muito

atuante, com a qual mantemos uma parceria sólida há mais de 10 anos. Desejamos mais 50 anos de trabalho, crescimento e sucesso.”

VC ONE**FELIPE GIRO DE AQUINO,
SÓCIO-DIRETOR**

“Somos uma empresa de arquitetura que oferece soluções conectadas para a Rede de Concessionárias, unindo projetos arquitetônicos, tecnologia, inovação e produtos de Pós-Venda. Atuamos por meio do Grupo VC One, com as

frentes VC Green, VC Digital e VC Concept, essa última focada no segmento automotivo. Parabéns à ABRADIT! É um prazer participar pelo segundo ano deste evento e esperamos voltar no próximo”.

WÜRTH**WILLIAM PEREIRA,
KAM – KEY ACCOUNT MANAGER
BRASIL**

“Reforçamos a metodologia do nosso trabalho, alinhada à ABRADIT e à Montadora, com foco na satisfação do cliente por meio de produtos e serviços de qualidade,

que atendem às reais necessidades na manutenção dos veículos na Rede, garantindo uma experiência de acordo com as expectativas da Toyota. É um orgulho participar da celebração dos 50 anos da ABRADIT e de sua trajetória de sucesso”.