



NADA SHOW 2026: IA, LIDERANÇA E GESTÃO MARCAM A EDIÇÃO

POR: **LIA FREIRE**

P principal encontro da indústria automotiva mundial voltado ao ecossistema das Concessionárias, o NADA Show 2026, promovido pela National Automobile Dealers Association, reuniu de 3 a 6 de fevereiro, em Las Vegas, executivos, especialistas e fornecedores globais em uma programação intensa focada em inovação, inteligência artificial, digitalização e nas tendências que estão moldando o futuro do varejo automotivo.

Com mais de 500 expositores, o evento funcionou como um grande marketplace de tecnologia, serviços e soluções voltadas às Concessionárias. Além da área de exposição, o evento contou com uma agenda robusta de palestras, workshops e painéis estratégicos.

Entre os principais temas debatidos, a Inteligência Artificial dominou as conversas nos workshops e sessões técnicas. Diversos especialistas apresentaram exemplos práticos de como aplicar a IA no dia a dia das Concessionárias, desde a gestão de relacionamento com clientes até a análise de dados para decisões comerciais mais assertivas. Também foram discutidos os caminhos para estruturar projetos de IA com impacto real no negócio.

Se por um lado ferramentas como IA, automação, dados e novas plataformas digitais ampliam as possibilidades de eficiência e geração de valor, por outro

lado cresce a percepção de que a competitividade dependerá cada vez mais da qualidade da gestão e da capacidade das equipes de implementar e manter essas soluções no dia a dia. Em outras palavras, a tecnologia acelera processos, mas são as pessoas que determinam se os resultados se sustentam no longo prazo.

Para a Toyota do Brasil, acompanhar de perto essas discussões faz parte da estratégia de evolução contínua da Rede. A Gerente Geral Comercial, Soraya Battistini, afirmou que o evento é uma referência para entender os movimentos do varejo automotivo global. “A Toyota considera o NADA Show um dos principais eventos voltados ao ecossistema de Concessionárias, especialmente no contexto do varejo automotivo norte-americano, que frequentemente antecipa tendências globais”, afirma.

A agenda da equipe da Toyota foi estruturada para maximizar oportunidades de aprendizado e benchmarking. Entre as atividades realizadas estiveram visitas à área de exposição, reuniões com representantes da FENABRAVE, fornecedores e parceiros estratégicos. Também fizeram parte da programação encontros institucionais, reunião da Toyota com Distribuidores, além de reuniões com executivos da Toyota Motor North America e da área de serviços financeiros da Montadora.

OS DESTAQUES DO NADA SHOW NA VISÃO DA DIRETORIA DA ABRADIT



Participando pela primeira vez do NADA Show, Eduardo Berlanda, titular da Hai Automóveis e Diretor de Mobilidade da ABRADIT, destacou a grandiosidade e importância do maior evento mundial voltado às Concessionárias. Entre os destaques, apontou o avanço de tecnologias e equipamentos para análise de veículos dentro das Concessionárias, como sistemas de diagnóstico, plataformas de alinhamento e ferramentas capazes de identificar reparos ou repintura. Soluções que tornam as operações mais rápidas e eficientes, com foco na cadeia de valor e na resolução de tudo em um único local para o cliente.

Um tema que foi pauta e que também esteve no Business Meeting dos Dealers da Toyota dos Estados Unidos foi o affordability – conceito ligado ao acesso do consumidor a veículos mais acessíveis. De acordo com Berlanda, o aumento no preço dos carros novos tem reduzido a oferta de modelos de entrada, dificultando o acesso de parte dos consumidores ao veículo zero quilômetro. A discussão também serve de alerta ao mercado brasileiro, especialmente após a saída de modelos como Etios e Yaris do portfólio da Toyota.

Nesse cenário, o Diretor de Mobilidade da ABRADIT defende que as Concessionárias fortaleçam a estratégia de veículos usados mais acces-

síveis. Ampliar a captação e valorizar modelos de menor preço pode atrair novos clientes e mantê-los por mais tempo dentro da jornada da Concessionária, ampliando oportunidades ao longo da cadeia de valor.

O tamanho da participação da Toyota no mercado norte-americano impressionou Berlanda: “enquanto no Brasil comercializamos cerca de 180 mil veículos por ano, nos Estados Unidos as vendas ultrapassam 2,3 milhões de carros, por isso foi enriquecedor entender melhor o mercado norte-americano. Lá as operações são altamente pragmáticas, com foco em resultado, produtividade e processos rápidos. O principal aprendizado foi observar de perto um mercado maior e mais maduro, identificando oportunidades e estratégias que podem inspirar mudanças no Brasil.”

A segunda participação de Paulo Robério Pires, titular da Umuarama e Diretor de Treinamento e Tecnologia da ABRADIT, no NADA Show reforçou a sua percepção de que o varejo automotivo global passa por uma transformação cada vez mais orientada por tecnologia, dados e eficiência operacional. “Observamos um forte movimento de digitalização das operações nas Concessionárias, aliado ao foco na experiência do cliente.”

Destaque também para a digitalização da jornada de compra do con-

sumidor. De acordo com Robério, o setor caminha para uma experiência cada vez mais personalizada, com integração entre canais on-line e físicos. “O futuro do varejo automotivo passa pela combinação entre tecnologia, eficiência e relacionamento com o cliente. A adoção de tecnologias e ferramentas digitais abre espaço para o desenvolvimento de novos serviços e modelos de negócio dentro das Concessionárias, especialmente nas áreas de Pós-Venda, relacionamento com o cliente e gestão comercial, permitindo decisões mais ágeis e estratégicas”, observa.

Outros dois momentos importantes foram o Genba na Concessionária Findlay Toyota para observar na prática a aplicação de conceitos de eficiência operacional e melhoria contínua. A organização dos processos, o foco no atendimento ao cliente e a gestão baseada em indicadores de desempenho foram aspectos que chamaram atenção. “Esse tipo de experiência permite transformar conceitos em aprendizados práticos que podem inspirar melhorias nas operações da Rede”, afirma.

Robério destaca também os eventos promovidos pela FENABRAVE e pela AutoAvaliar. “Esses encontros permitiram discutir os desafios específicos do mercado brasileiro e refletir sobre como adaptar, ao nosso contexto, as tendências e práticas observadas no mercado internacional.”

Em um cenário de rápidas transformações no setor automotivo, o NADA Show reforça que o futuro das Concessionárias será definido pela combinação entre inovação tecnológica e capacidade de gestão. E, nesse contexto, a integração entre Montadora, Banco Toyota, ABRADIT, Rede de Concessionárias e parceiros segue sendo um fator essencial para transformar tendências em resultados concretos. ■