



A Toyota alcançou os primeiros lugares com Corolla, Corolla Hybrid, Hilux e SW4 na premiação Melhor Revenda 2026

# TOYOTA SOBE AO PÓDIO QUATRO VEZES NA PREMIAÇÃO MELHOR REVENDA 2026

As conquistas refletem a qualidade dos veículos, a excelência dos serviços, a força do Pós-Venda e o engajamento das Concessionárias

POR: LIA FREIRE

A Toyota celebra mais um importante reconhecimento. A marca conquistou o primeiro lugar em quatro categorias da premiação Melhor Revenda 2026, da revista Quatro Rodas com base em estudo da Suiv, empresa especializada em big data

automotivo. O resultado confirma a força da Toyota na preservação do valor de seus veículos e evidencia o papel estratégico desempenhado pelo Pós-Venda e Rede.

Os modelos Corolla, Corolla Hybrid, Hilux e SW4 lideraram seus respectivos segmentos em valor de revenda

após 12 meses de uso. Além deles, Corolla Cross, Corolla Cross Hybrid e RAV4 Hybrid também registraram desempenho acima da média do mercado, reforçando a consistência do portfólio Toyota.

Para Jorge Mussi, Gerente Geral de Pós-Venda da Toyota do Brasil, a conquista representa o reconhecimento de uma filosofia que acompanha a marca desde sua origem. “A premiação chancela a qualidade, durabilidade e confiabilidade dos nossos produtos e a capacidade de oferecer ao cliente um serviço rápido, transparente, competitivo e de alta qualidade. É a junção do TSP – Toyota Service Promise – programa global de excelência e padronização no atendimento com o nosso DNA focado em QDR – Qualidade, Durabilidade e Confiabilidade. Justamente neste ponto que a Rede tem um papel fundamental, entregando essa experiência ao cliente”, afirma.

## PÓS-VENDA COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO

Em um mercado cada vez mais competitivo, onde a qualidade dos veículos se tornou requisito básico, o Pós-Venda assume papel decisivo na experiência do consumidor. “O cliente não avalia apenas as características do veículo no momento de adquiri-lo. Ele considera também as marcas que estão estruturadas para oferecer uma experiência completa e de qualidade durante toda a sua jornada de posse do veículo. É aí que o Pós-Venda entra como estratégico”, ressalta Mussi.

Reforçando a estratégia de Peace of Mind, em garantir tranquilidade aos clientes, a Toyota conta com uma estrutura de Pós-Venda completa, além de uma Rede com mais de 300 Concessionárias em todo o País, incluindo a TService, que oferece manutenção especializada com técnicos treinados, peças homologadas e ga-

rantia de um ano nos serviços.

Também disponibiliza programas como a Revisão Facilitada, que reduz e padroniza os custos das revisões periódicas nos primeiros anos de uso; a Revisão na Medida, que permite ao cliente adquirir antecipadamente pacotes de manutenção com valores previamente definidos e o Toyota 10, uma extensão de garantia exclusiva para até 10 anos sem nenhum custo adicional para o proprietário, válida, inclusive, para seminovos.

Sem contar a estrutura logística robusta do seu Centro de Distribuição de Peças, em Sorocaba (SP), garantindo elevada disponibilidade de componentes para a Rede. “Em São Paulo realizamos entregas das peças de reposição em até um dia. Nas demais regiões em dois ou três dias. Essa agilidade é parte importante da experiência que oferecemos”, ressalta.

Ainda de acordo com Mussi, o consumidor brasileiro está atento ao custo total de propriedade, conceito que considera não apenas o preço de compra do veículo, mas todos os custos envolvidos ao longo de sua utilização. “O cliente avalia consumo de combustível, seguro, IPVA, manutenção, garantia e valor de revenda. Muitas vezes, o veículo pode ter um preço inicial mais elevado e custo total menor ao longo dos anos. É exatamente essa proposta de valor que a Toyota busca entregar. Essa visão tem contribuído para fortalecer os índices de fidelização e retenção da marca, refletindo diretamente na valorização dos veículos usados e seminovos”, afirma.

Para a Toyota, a conquista no Melhor Revenda 2026 também é resultado do trabalho desenvolvido por sua Rede, por isso Mussi reforça a importância de manter o foco na excelência do atendimento e na construção de relacionamentos de longo prazo. “Continuem focados no bom atendimento e na retenção dos clientes. Com os programas que lançamos teremos cada vez mais veículos elegíveis para os nossos serviços. Isso representa uma oportunidade extraordinária para aumentar a fidelização, fortalecer a sustentabilidade dos negócios e continuar entregando a melhor experiência”, enfatiza.

## “O PRÊMIO GERA CREDIBILIDADE, MAS É O ATENDIMENTO QUE FAZ O CLIENTE VOLTAR”

Para a Rede Toyota, os reflexos da conquista da premiação Melhor Revenda 2026 são percebidos diariamente nas negociações, na recompra de veículos e na fidelização dos clientes. ➔

*“Em um mercado cada vez mais competitivo, onde a qualidade dos veículos se tornou requisito básico, o Pós-Venda assume papel decisivo na experiência do consumidor”,  
Jorge Mussi,  
da Toyota do Brasil*



No Grupo Águia Branca, as negociações de usados e seminovos passaram a ser pautadas pelo valor e não pelo preço

Bruno Bobbio, Head de Seminovos do Grupo Águia Branca, diz que o resultado reforça a confiança do mercado na marca e valoriza o trabalho realizado pela Rede. “Recebemos esse reconhecimento com muito orgulho e com a consciência de que ele é consequência de um trabalho consistente. O valor de revenda forte não acontece por acaso: ele vem da qualidade do produto Toyota, do cuidado com cada veículo e do respeito com que tratamos os nossos clientes”, destaca.

Segundo o executivo, o reconhecimento também tem impacto direto na motivação das equipes. “Quando as pessoas enxergam que o esforço realizado se transforma em resultados concretos e reconhecimento do mercado, isso gera orgulho e engajamento. Ao mesmo tempo, aumenta nossa responsabilidade de continuar evoluindo.”

Sobre a importância de programas como a Revisão Facilitada e o Toyota 10, Bruno afirma que eles fortalecem ainda mais o ciclo de relacionamento com o cliente. Ao manter as manutenções dentro da Rede, os veículos retornam às Concessionárias com histórico completo e procedência comprovada, características que agregam valor na revenda. “O cliente entende que está fazendo um bom negócio no longo prazo. Quando um veículo retorna para nós com todas as revisões registradas e dentro dos padrões da Toyota, ele se torna mais valorizado tanto para quem está entregando quanto para quem vai comprá-lo”, explica.

O Head de Seminovos ressalta ainda que o baixo índice de desvalorização dos modelos Toyota mudou a dinâmica das negociações, deslocando a discussão do preço para o conceito de valor. “Quando o cliente percebe que o veículo desvaloriza menos e ainda conta com uma garantia de até 10 anos, ele passa a enxergar a compra como um investimento mais seguro. Isso fortalece a

decisão de compra e aumenta a confiança na marca.”

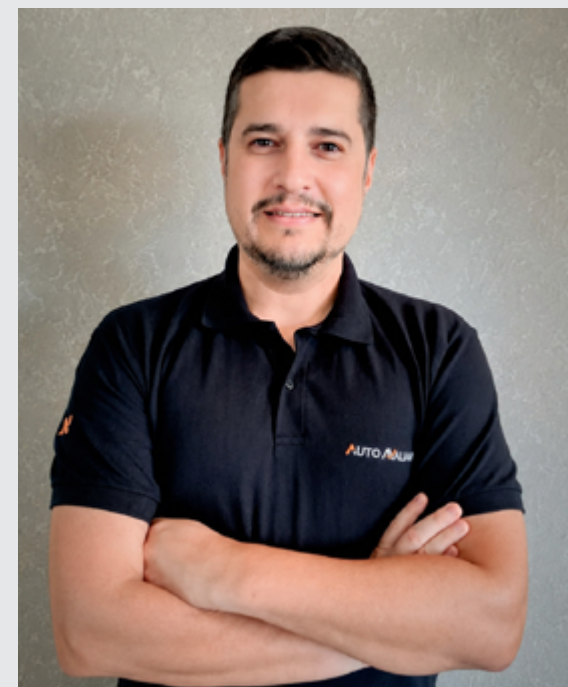
Para Bruno, o reconhecimento conquistado pela Toyota ganha ainda mais força quando está associado à experiência entregue pela Concessionária. “Essa premiação gera credibilidade, mas é o atendimento que faz o cliente voltar. Quando a reputação da marca se encontra com uma excelente experiência no Pós-Venda e no showroom, construímos relações duradouras. É isso que transforma uma venda em fidelização e faz o cliente retornar para o próximo negócio.”



“Quando a reputação da marca se encontra com uma excelente experiência no Pós-Venda e no showroom, construímos relações duradouras”, **Bruno Bobbio**, do Grupo Águia Branca

## MERCADO AQUECIDO REFORÇA A IMPORTÂNCIA DO VALOR DE REVENDA

“A Toyota construiu um dos ativos mais valiosos da indústria automotiva: a confiança do consumidor”, **Geraldo Victorazzo**, da Auto Avaliar



A conquista da Toyota na premiação Melhor Revenda 2026 também encontra respaldo nos indicadores do mercado brasileiro de seminovos e usados. Dados da Auto Avaliar, ecossistema de gestão e comercialização de veículos usados, apontam que de janeiro a maio de 2026 o setor de veículos seminovos e usados movimentou 5,47 milhões de unidades, crescimento de 8,7% em relação ao mesmo período do ano anterior. No mesmo intervalo, o mercado de veículos novos registrou alta de 18,2%, com 1,09 milhão de emplacamentos. Os números mostram a relevância estratégica do segmento, que continua negociando cerca de cinco vezes mais veículos do que o mercado de zero-quilômetro.

Falando especificamente dos veículos Toyota, Geraldo Victorazzo, VP Comercial e Marketing da Auto Avaliar, afirma que a valorização dos modelos da marca é resultado de uma combinação de fatores que o mercado reconhece há décadas. “Reflete uma estratégia baseada em qualidade, confiabilidade, durabilidade e forte relacionamento com os clientes. Corolla, Hilux e SW4 possuem histórico consistente de valorização e elevada procura no mercado de usados, o que fortalece naturalmente seus índices de revenda”, destaca.

Outro indicador que ajuda a explicar a valorização dos veículos Toyota é o índice de fidelização dos clientes. Dados da Auto Avaliar mostram que a marca registrou taxa de fidelização de 55,56% entre janeiro e maio de 2026, superando importantes concorrentes. “Os resultados demonstram que a Toyota construiu um dos ativos mais valiosos da indústria automotiva: a confiança do consumidor”, ressalta Geraldo.

Para a Rede, a combinação entre fidelização elevada, alta liquidez dos veículos e forte valor residual cria um ciclo virtuoso que beneficia toda a cadeia, desde a venda do veículo novo até a recompra e comercialização dos seminovos. Geraldo lembra ainda que a profissionalização da Rede tem papel importante nos resultados obtidos e conta que cerca de 97% dos Dealers Toyota utilizam soluções da Auto Avaliar para gestão e avaliação de veículos de troca, permitindo decisões mais precisas e alinhadas aos movimentos reais do mercado. “A combinação entre produtos fortes, Rede estruturada e gestão baseada em dados ajuda a explicar o destaque obtido pela marca”, conclui. ■