

Press release

Hyundai Motor sobe para a 29ª posição no ranking “Best Global Brands 2026” da Interbrand e avança para o quarto lugar entre as marcas automotivas

- Valor da marca chega a US\$ 25 bilhões, com alta de 2%, e mantém trajetória de crescimento por 17 anos consecutivos
- Palisade é eleito Veículo Utilitário do Ano da América do Norte de 2026™, enquanto o IONIQ 9 conquista as mais altas classificações globais de segurança
- Robô Atlas, da Boston Dynamics, afiliada ao Grupo Hyundai, ganha o prêmio de Melhor Robô no Best of CES 2026 do CNET Group, enquanto a Hyundai avança na liderança em IA física e robótica
- Parceria com a Copa do Mundo FIFA 2026™ e vitórias consecutivas no Grand Prix do Cannes Lions destacam a atuação global da Hyundai no marketing esportivo e cultural



SEUL, 28 de outubro de 2026 – A Hyundai Motor Company conquistou a 29ª posição no ranking "Best Global Brands 2026" da Interbrand, com valor de marca de US\$ 25 bilhões. A Hyundai Motor também avançou duas posições e alcançou o quarto lugar entre as marcas automotivas do ranking, ante o sexto lugar em 2025, registrando 17 anos consecutivos de valorização.

A ascensão contínua da Hyundai Motor reflete o fortalecimento constante de seu portfólio de produtos de mobilidade, os avanços no desenvolvimento de tecnologias estratégicas para seu crescimento futuro, como a IA física e os veículos definidos por software (SDVs), além de um

engajamento mais profundo com fãs e públicos diversos por meio de grandes eventos esportivos e campanhas criativas ao redor do mundo.

"Os 17 anos consecutivos de crescimento no valor da marca são resultado da escolha dos clientes pela Hyundai e do trabalho das equipes e dos parceiros da rede de concessionárias que conquistaram essa confiança. O avanço para o quarto lugar entre as marcas automotivas reflete tanto a força dos nossos produtos atuais quanto as tecnologias que estamos desenvolvendo para o futuro — veículos definidos por software e IA física." – afirma José Muñoz, Presidente e CEO da Hyundai Motor Company.

Como a Hyundai está fortalecendo sua competitividade em mobilidade?

A competitividade dos produtos da Hyundai foi reconhecida pelas principais premiações do setor. O totalmente renovado Hyundai Palisade foi eleito o Veículo Utilitário do Ano da América do Norte 2026™ em janeiro deste ano, enquanto o IONIQ 9, SUV eletrificado topo de linha, foi reconhecido como o Melhor SUV de Grande Porte do Mundo no Women's Worldwide Car of the Year Awards 2026. O destaque global em segurança veio na sequência, com o Hyundai IONIQ 9 recebendo o prêmio IIHS TOP SAFETY PICK+ 2026 (a premiação se aplica apenas aos modelos comercializados nos Estados Unidos) e a classificação máxima de segurança do Euro NCAP.

O TUCSON Hybrid reforçou a força dos produtos Hyundai, consolidando-se como um dos principais responsáveis pelo crescimento das vendas globais de veículos eletrificados. O modelo ajudou a impulsionar a expansão das vendas de híbridos da Hyundai em 2025 e contribuiu para o recorde trimestral de vendas no primeiro trimestre de 2026. Dando continuidade a esse desempenho, a empresa apresentou recentemente o Novo TUCSON, equipado com sistema híbrido de próxima geração, aumentando ainda mais sua competitividade no mercado global de SUVs.

Em 2025, a Hyundai Motor vendeu 961.812 veículos eletrificados globalmente, um aumento de 27% na comparação ano a ano, incluindo 275.669 EVs e 634.990 HEVs. No primeiro trimestre de 2026, as vendas de veículos da categoria aumentaram 14,2% em relação ao ano anterior, para 242.612 unidades, com veículos eletrificados representando 24,9% das vendas globais totais e HEVs 17,8%, ambos recordes trimestrais históricos.

Como a Hyundai está desenvolvendo tecnologias estratégicas para seu crescimento futuro, como a IA física e os veículos definidos por software (SDVs)?

A Hyundai Motor consolidou ainda mais sua liderança em IA física e robótica. Em janeiro de 2026, o Grupo Hyundai Motor apresentou sua estratégia de Robótica com IA centrada no ser humano e seu plano de comercialização de médio e longo prazo, ao mesmo tempo em que demonstrou tecnologias projetadas para avançar a visão do Grupo nesses setores.

Em setembro de 2026, o Hyundai Motor Group demonstrou o treinamento do Atlas® no Robotics Metaplant Application Center (RMAC), avançando nos preparativos para sua implantação na Hyundai Motor Group Metaplant America (HMGMA), prevista para começar em 2028. A Hyundai

também continua fortalecendo sua parceria estratégica com a NVIDIA, contribuindo para iniciativas mais amplas de inovação industrial do Hyundai Motor Group baseadas em IA física, como o data center de Saemangeum.

Os robôs do Grupo Hyundai Motor receberam uma série de reconhecimentos, com a Atlas ganhando o prêmio de Melhor Robô no Best of CES 2026 do CNET Group; e o MobED da Robotics LAB recebendo o prêmio Best of Innovation da CES 2026. O MobED foi ainda nomeado vencedor no Red Dot Award da Alemanha em "Design de Produto", em maio de 2026, destacando a competitividade do Grupo em tecnologia robótica e design.

A Hyundai continuou avançando em seu plano de mobilidade autônoma por meio da Motional, que lançou um serviço piloto de robotáxi IONIQ 5 em Las Vegas, em março de 2026, estabelecendo as bases para a comercialização da mobilidade autônoma de nível 4.

O Grupo Hyundai Motor também revelou a marca de software Pleos no início de 2025, acelerando sua transição para a direção autônoma e os SDVs. Em 2026, o Grupo apresentou a versão de produção do [Pleos Connect](#), aplicada inicialmente ao Novo Grandeur na Coreia, em maio, com lançamento gradual nos mercados globais na sequência. O Grupo planeja equipar aproximadamente 20 milhões de veículos com o Pleos Connect até 2030.

Como a Hyundai está expandindo o valor de sua marca por meio do marketing esportivo e cultural global?

A Hyundai continuou elevando seu status global de marca por meio de sua parceria oficial com a Copa do Mundo FIFA 2026™. Como parceira da FIFA há 27 anos, desde 1999, a Hyundai forneceu a maior frota de veículos oficiais já apresentada no torneio e lançou sua campanha para a Copa do Mundo, "[Next Starts Now](#)", que conectou a próxima geração do futebol ao futuro da mobilidade para maximizar a afinidade do público com a marca.

A empresa também fortaleceu sua presença por meio de grandes parcerias esportivas em regiões estratégicas. Em dezembro de 2025, retomou a parceria com o Conselho Internacional de Críquete (ICC) na principal categoria de patrocínio da entidade, para ampliar o reconhecimento da marca entre os fãs do esporte na Índia e em todo o mundo. Além disso, atuou como patrocinadora oficial da CONMEBOL Libertadores, a competição de futebol mais prestigiada da América do Sul, para fortalecer a afinidade com a marca em toda a América Latina.

No campo do marketing cultural, a Hyundai venceu o Grand Prix na categoria Áudio & Rádio no Festival Internacional de Criatividade Cannes Lions em junho de 2026 pela campanha "[Coquí Alarmed](#)", marcando o segundo ano consecutivo de reconhecimento do Grand Prix para a Hyundai, após o sucesso de "[Night Fishing](#)" em 2025. A empresa também continuou a receber reconhecimento por suas iniciativas de responsabilidade social corporativa (RSC), com o êxito de "[Tree Correspondents](#)" e recebeu honrarias adicionais em 2026 por campanhas como "[Forests Without Names](#)".

O que é o relatório “Best Global Brands” da Interbrand e o que ele representa para a Hyundai?

O relatório "Best Global Brands" da Interbrand é considerado uma das avaliações de marca mais respeitadas do mundo. A cada ano, a Interbrand avalia marcas globais líderes em três dimensões: Análise Financeira, que mede o desempenho financeiro gerado pela marca; Papel da Marca, que mede a parte da decisão de compra atribuível à marca; e Força da Marca, que avalia a capacidade da marca de criar lealdade para estender seu impacto no médio e longo prazo.

"Neste ano, a Hyundai revelou sua estratégia de robótica com IA expandindo a atuação da marca para a IA física. Ao demonstrar competitividade concreta em robótica e eletrificação, fortaleceu a diferenciação da marca e a confiança do público, um fator fundamental para o crescimento de seu valor." – completa Jihun Moon, sócio-diretor global do Interbrand Group.

Sobre a Hyundai Motor Brasil/ Hyundai Motor Central & South Americas

A Hyundai Motor Brasil está presente no país desde 2012, quando inaugurou sua fábrica em Piracicaba (SP). Com 3,2 mil colaboradores, é responsável pela fabricação e comercialização da linha de veículos HB20, i20 e CRETA. Coordena também a importação e a distribuição final do portfólio completo de veículos da marca no Brasil e administra as operações comerciais para a região das Américas Central e do Sul, exportando para países vizinhos como Argentina, Colômbia, Paraguai e Uruguai. Para saber mais sobre a Hyundai e seus produtos no Brasil, acesse hyundai.com.br. Acompanhe também o dia a dia da marca nas redes: Facebook (facebook.com/hyundaibr), Instagram (instagram.com/hyundaibr), LinkedIn (linkedin.com/company/hyundai-motor-brasil), TikTok (tiktok.com/@hyundaibr) e YouTube (youtube.com/hyundaibr).

Sobre a Hyundai Motor Company

Fundada em 1967, a Hyundai Motor Company está presente em mais de 200 países com cerca de 120 mil funcionários dedicados a enfrentar os desafios de mobilidade em todo o mundo. Com base na visão da marca “Progresso para a Humanidade”, a Hyundai Motor está acelerando sua transformação em um provedor de soluções de mobilidade inteligente. A empresa investe em tecnologias avançadas, como robótica e Mobilidade Aérea Avançada (AAM) para trazer soluções revolucionárias, enquanto busca por inovação aberta para desenvolver futuros serviços de mobilidade. À procura de um futuro sustentável para o mundo, a Hyundai continuará empregando seus esforços para introduzir veículos de emissão zero equipados com a mais alta tecnologia em eletrificação, liderando a indústria de células de combustível de hidrogênio. Mais informações sobre a Hyundai Motor e seus produtos podem ser encontradas em: hyundai.com/worldwide/en ou hyundai.com/worldwide/en/newsroom.