

GUSTAVO SALINAS É O NOVO VICE-PRESIDENTE DA TOYOTA DO BRASIL E COORDENADOR DE VENDAS PARA A AMÉRICA LATINA E CARIBE

Por: **LIA FREIRE**

Em dezembro a Toyota do Brasil anunciou, durante a Conexão ABRADIT, a ascensão de Miguel Fonseca ao cargo de Vice-Presidente da Toyota Motor Europe. Posição que exercerá em Bruxelas. Para ocupar a sua posição como Vice-Presidente da Toyota do Brasil e Regional Officer para a América Latina e Caribe virá da Argentina, Gustavo Salinas.

Salinas ingressou na Toyota em 1996, antes do início da produção da picape Hilux na fábrica de Zárate, na Argentina. Na época, sua responsabilidade era desenvolver a Rede de Concessionárias para enfrentar o desafio de iniciar a operação naquele país. Após passar por diferentes áreas comerciais, assumiu em 2010 o cargo de Diretor Comercial e de Pós-Venda, quando também tinha sob sua responsabilidade as funções de Logística de Veículos, Exportação, TI e Relações Institucionais. Mais recentemente também foi responsável por levar a marca Lexus para a Argentina.

Entre os anos 2016 e 2017 foi transferido para Tóquio, trabalhando na Toyota Motor Corporation (TMC), na divisão LACD (Divisão da América Latina e Caribe), retornando em 2018 para a Argentina. Agora em 2020 assume este novo desafio e virá para o Brasil. “Espero que as minhas experiências, tanto na Argentina quanto no Japão, contribuam para o crescimento da Toyota no Brasil, incluindo toda a cadeia de valor. Tais experiências são necessárias, mas não suficientes para atender aos objetivos estabelecidos. Quero conhecer mais a fundo o que o consumidor brasileiro espera, aprender com a operação no Brasil e, em conjunto com a Rede, trabalhar com o compromisso de superar as expectativas dos clientes.”



“Quero conhecer mais a fundo o que o consumidor brasileiro espera, aprender com a operação no Brasil e, em conjunto com a Rede trabalhar com o compromisso de superar as expectativas do cliente”, Gustavo Salinas.

ABRADIT NEWS - Como recebeu a indicação para assumir o cargo deixado por Miguel Fonseca?

Gustavo Salinas - É um grande desafio que assumo com responsabilidade absoluta. O potencial de crescimento da Toyota, tanto na região quanto no Brasil, é enorme. É uma marca posicionada com grande prestígio, pela qualidade de seus produtos e serviços. A partir do processo de regionalização que estamos realizando, o objetivo é estar mais próximo dos clientes, superando suas expectativas e, assim, desenvolver um crescimento sustentável da Toyota e da Lexus na América Latina e no Caribe.

ABRADIT NEWS - Os senhores conversaram? Recebeu algum conselho do Miguel?

Gustavo Salinas - Trabalhei muito próximo ao Miguel nos últimos dois anos. Conversamos continuamente sobre a situação dos negócios, a visão do futuro e como enfrentar os novos desafios.

Miguel é uma ótima pessoa, com uma excelente experiência em diferentes áreas. Ele me transmitiu generosamente seu conhecimento e experiência nos negócios em geral e na operação da Toyota no Brasil, em particular, o que foi fundamental para eu entender mais rapidamente os desafios que temos que enfrentar.

ABRADIT NEWS - Desde janeiro de 2019 a TMC iniciou o trabalho que traz uma visão de regionalização, a começar pela criação da função de Regional Officer da América Latina e Caribe, que anteriormente era exercida por Miguel e que agora o senhor assume. Como encara essa nova função?

Gustavo Salinas - O projeto de regionalização busca aproximar a Toyota dos clientes, revendedores, distribuidores e fornecedores em outros países, a fim de tomar as melhores decisões e com mais agilidade, visando alcançar um crescimento sustentável.

É claramente uma decisão focada em um dos primeiros princípios da Toyota, que é o de cliente em primeiro lugar. Para oferecer o melhor, a presença em Gemba (local de trabalho) é essencial. É a voz do cliente. O “farol” que deve guiar nosso caminho. Nesse sentido, o estabelecimento do TLAC como uma equipe única na região aumentará o desenvolvimento da Toyota e da Lexus a curto, médio e longo prazo.

ABRADIT NEWS - Quais eram suas atribuições quando passou a temporada na matriz da Toyota, no Japão?

Gustavo Salinas - Ter trabalhado por dois anos na TMC, na divisão LACD (Divisão da América Latina e Caribe), me permitiu aprofundar as raízes do Toyota Way e o modo de trabalhar na Toyota, bem como, a cultura da sociedade japonesa. Meu papel era apoiar a TMC em uma melhor compreensão das neces-



Com o processo de regionalização, o objetivo é estar mais próximo dos clientes, superando suas expectativas e, assim, desenvolver um crescimento sustentável da Toyota e da Lexus na América Latina e no Caribe.



sidades dos mercados da região. Estamos do outro lado do mundo, com 12 horas de diferença, idioma diferente e, fundamentalmente, uma cultura muito diferente.

Entre várias coisas, ser capaz de orientar o conceito de Best in Town para a real necessidade dos clientes de cada mercado era um dos objetivos da abordagem da região. Atualmente, as atividades de Best in Town são executadas em cada mercado, de acordo com as necessidades específicas de cada um deles.

A expansão da tecnologia híbrida na região, como parte de uma estratégia de eletrificação em longo prazo também foi um dos projetos que eu tinha no comando. Hoje, estamos crescendo em portfólio de produtos e volume de vendas de veículos híbridos, como um fator diferencial da Toyota e da Lexus.

ABRADIT NEWS - Em quais aspectos as suas experiências na Argentina e no Japão contribuirão para ajudar a TDB em seus desafios?

Gustavo Salinas - Espero que as minhas experiências, tanto na Argentina quanto no Japão, contribuam para o crescimento da Toyota no Brasil, incluindo toda a cadeia de valor (Concessionárias, Fornecedores e Toyota do Brasil). Essas experiências são necessárias, mas não suficientes para atender aos objetivos estabelecidos. Quero conhecer mais a fundo o que o consumidor brasileiro espera, aprender com a operação no Brasil e, em conjunto com a Rede, traba-

lhar com o compromisso de superar as expectativas dos clientes. Cuidando deles, eles cuidarão dos nossos negócios, que prosperarão.

ABRADIT NEWS - Quais deverão ser as prioridades na sua gestão?

Gustavo Salinas - Na primeira reunião com a Diretoria da ABRADIT, compartilhei cinco pontos que entendo como prioridades:

1º Cumprir com os objetivos de negócios de maneira sustentável para os Concessionários, Fornecedores e Toyota do Brasil, sempre com foco no conceito de Best in Town, ou seja, oferecendo a melhor experiência aos nossos clientes. Cumprir com as metas de vendas e pós-venda, oferecendo o melhor para cada cliente, um por um, estabelecendo um negócio saudável para todos.

2º Desenvolvendo um negócio sustentável podemos promover novos projetos para o mercado brasileiro e para a região. Para isso, trabalharemos para que o processo de regionalização seja bem-sucedido e, no futuro, teremos projetos de acordo com o que a região precisa.

3º A nova era da mobilidade exige iniciativas inovadoras e mudanças na maneira tradicional de se conectar com os clientes. Juntas, a Rede de Concessionárias e a Toyota, iniciarão este ano uma nova etapa nos negócios ligados à mobilidade individual e corporativa.

4º Estamos diante de um mundo que está observando um processo de transformação em nossa experiência como consumidores que avança em etapas gigantescas. Temos que revisar todos os projetos atuais e priorizar aqueles que atendam às novas de-

“

Comecei na Toyota trabalhando na área de desenvolvimento de Rede e foi um período de grande aprendizado. Tudo o que fazemos depende, ao final, do que acontece na Concessionária.

”

mandas dos clientes e agreguem valor aos negócios. 5º Por último, mas não menos importante, queremos que a Lexus se posicione como a marca número um no que se refere à experiência do cliente no Brasil. Um negócio em que o Omotenashi e a dedicação artesanal ao relacionamento com cada cliente são características da marca. Trabalharemos para tornar a Lexus algo satisfatório para o cliente e para o revendedor.

ABRADIT NEWS - Sobre os desafios a serem enfrentados, quais o senhor aponta como os mais complexos?

Gustavo Salinas - O mercado brasileiro é competitivo e, nos últimos anos, tornou-se muito complexo. Como mencionei anteriormente, um desafio importante para o presente e o futuro da Toyota do Brasil e da Rede é gerar uma operação que agregue valor e nos recompense com um sorriso e a lealdade do cliente. A satisfação e a lealdade dos clientes Toyota e Lexus estabelecerão a base para uma operação saudável e projeção de crescimento importante no futuro. Simples de dizer, mas difícil de executar todos os dias com cada cliente.

ABRADIT NEWS - Como é Gustavo Salinas na intimidade? Família, time do coração, comida preferida...

Gustavo Salinas - Sou casado com Carolina e temos dois filhos que nos encham de felicidade. Eu conheci minha esposa no Brasil, pois ela morou muitos anos em Santa Catarina. É por isso que temos: por aqui amigos muito queridos e o Brasil tem um lugar especial em nossos corações.

É claro que compartilho a paixão pelo futebol, como a maioria dos brasileiros. Sou torcedor do San Lorenzo (a equipe do Papa Francisco), mas também sou torcedor do Avaí!!! Acredito que sendo torcedor do Avaí, não terei problemas com ninguém (quase sempre estamos na série B). Em relação à comida, como argentino, não dispense um bom churrasco e vinho, mas no Brasil me encanta a moqueca!

ABRADIT NEWS - Gostaria de passar uma mensagem para a Rede de Concessionárias da Toyota do Brasil?

Gustavo Salinas - Gostaria de enviar a cada um dos revendedores uma calorosa saudação e torço para conhecer a todos vocês pessoalmente. Comecei na Toyota trabalhando na área de desenvolvimento de Rede e foi um período de grande aprendizado. Tudo o que fazemos depende, ao final, do que acontece na Concessionária. É por isso que o nosso compromisso está em oferecer todas as condições para que o consumidor esteja plenamente satisfeito com a Toyota. Sabemos que temos a melhor Rede e agradecemos o seu esforço diário e os resultados alcançados. 🇧🇷