



Rede participa no Japão, da Convenção, após 18 anos da última visita ao País

A TOYOTA DO BRASIL LEVA A SUA REDE DE CONCESSIONÁRIAS PARA O JAPÃO

Por: **LIA FREIRE**

Com o tema Da Origem ao Futuro, a Toyota do Brasil resgatou as suas origens, fez uma imersão na cultura japonesa e apresentou o futuro dos negócios

Após 18 anos, a Toyota do Brasil voltou a levar para o Japão a sua Rede de Concessionárias para realizar a sua Convenção, realizada entre os dias 01 e 07 de outubro. O grupo composto por mais de 220 pessoas, entre 200 membros da Rede e 20 da Toyota do Brasil, entre staff e executivos, passou por 3 cidades, esteve em 5 diferentes hotéis, 4 museus e 4 templos.

A chegada foi em Nagoya onde os convidados puderam visitar o headquarter da Toyota Motor Corporation (TMC) onde aconteceu o Business Session com a temática Da Origem ao Futuro. Depois, o grupo seguiu para Kyoto, onde teve contato com a origem e tradição da cultura japonesa e foram realizadas visitas a templos e museus. A última parada foi em Tokyo e a oportunidade de conhecer o Japão



Dealers têm contato com as tradições orientais. Grupo visita cultivo e preparo de chá japonês

moderno ao mesmo tempo em que os aspectos da cultura permanecem latentes, mesmo com todas as transformações contemporâneas. “Levamos a Rede para o Japão com o propósito de mostrarmos a nossa origem, destacando de onde viemos, onde começamos, a nossa filosofia, como nos tornamos uma companhia global, a influência da cultura japonesa em nosso negócio, em nossas metodologias e processos. Ao mesmo tempo não perdemos o olhar para o futuro, já que o Japão nos remete a alta tecnologia, inovações e modernidade. Também conversamos sobre as direções atuais da Toyota em termos de mobilidade, a diversificação de produtos, soluções e a nossa estratégia de eletrificação”, explicou José Ricardo Gomes, Diretor Comercial da Toyota do Brasil.

A Gerente de Desenvolvimento de Rede e Dealer Kaizen da Toyota do Brasil, Soraya Battistini Zanin, lembrou sobre a importância do evento e em compartilhar com a Rede e atuais gerações que estão à frente dos negócios, este momento que remete às origens da Toyota e a condução dos negócios futuros. “A indústria automobilística passa por uma transformação a cada 100 anos e, neste momento, estamos passando por uma delas, por isso, a necessidade deste encontro no Japão. É preciso que haja o entendimento de que estamos em um novo momento e uma nova geração assume os negócios. Daí, a relevância de resgatar a nossa base e construir a história daqui para frente, assegurando a sustentabilidade dos negócios. Também veio a necessidade de a Toyota mostrar o quanto está comprometida com a Rede e com o mercado brasileiro, não só caminhando para o novo, mas assegurando o ‘core’ do negócio, que é a venda de veículos, bem como, o comprometimento com a atualização do line-up para atender melhor às necessidades do Brasil, reforçando o quanto é imprescindível as produções regionais”, pontuou Soraya.



O Vice-Presidente da TMC, Yoichi Miyazaki, tratou de importantes temas em sua apresentação, como a mobilidade em seus diferentes estágios (1.0, 2.0 e 3.0), falou de conectividade e destacou a importância de se trabalhar com o line-up local a fim de atender as demandas regionais. “A participação nesta Convenção, do Miyazaki revela a força e a importância da nossa operação no Brasil para a TMC”, destacou José Ricardo.

Masahiro (Massa) Inoue, CEO da Toyota para América Latina e Caribe, juntamente com o Presidente da Toyota do Brasil, Rafael Chang, contou a sua história no Brasil, destacou as pessoas que apostaram na marca no início das operações, falou dos produtos locais e ressaltou o trabalho que desenvolve para atender as necessidades regionais.

Na ocasião foi feita a revelação do mais novo projeto da Toyota que internamente chamam de Next-B, com previsão de chegar no Brasil no fim de 2024, no espaço Car Saloon foram apresentados carros conceitos, bem como, carros comerciais, veículos dentro do conceito da mobilidade etc. Além disso, teve grupo de convidados que participou de experiência Gazoo.

O FUTURO COM AS NOVAS GERAÇÕES

Na Toyota, a questão da sucessão nos negócios se intensificou nos últimos anos, inclusive, este é um tema que está dentro da estratégia de desenvolvimento da sua Rede de Concessionárias. Por essa razão nesta Convenção estiveram presentes vários destes executivos das novas gerações. “Observamos



Rachel Tsung Gobbi, da T-Line Toyota, com as gueixas, em mais um passeio cultural

neste encontro um engajamento e uma interação grande dos atuais sucessores, muitos que pertencem à segunda, terceira e até quarta geração das famílias. Além de ser imprescindível apresentarmos a eles quem é a Toyota e as suas origens, também precisamos esclarecer para onde estamos direcionando os negócios. As novas gerações agem e pensam de maneira diferente e temos que respeitá-las. É uma constante e importante troca de conhecimento entre o passado e o futuro. Certamente, o grande desafio está em integrar um passado tão bem-sucedido com um futuro que nos obriga a mudarmos a maneira

como gerimos os negócios. Que possamos sair fortalecidos e atingir um nível ainda mais elevado de excelência no atendimento ao consumidor”, salienta José Ricardo, acrescentando que a mensagem que fica desta Convenção é de uma ampla reflexão dos negócios e do comportamento de sociedade. “O momento de transformação dos negócios é uma via de vários stakeholders. Um trabalho democrático, de consenso. Se muitas vezes nossas mensagens e direcionamento soam duros, tenham a mais absoluta certeza de que é em prol da nossa marca e de estabelecê-la como a melhor do mercado”, declarou José Ricardo.

OMOTENASHI

Abel Jabur, Diretor Comercial da Toyopar, esteve pela terceira vez no Japão e diz que sempre é uma grata surpresa. Desta vez, o tema escolhido para a Convenção foi bastante impactante, na sua percepção. “O fato de irmos para Nagoya, no headquarter da Toyota, e revisitar toda a sua história e entender o seu propósito foi algo emocionante. Também foi importantíssimo ouvirmos quais serão os próximos movimentos da empresa e as suas expectativas, especialmente em relação ao futuro do mercado brasileiro. É um evento fundamental e que poderia ser realizado a cada 10 anos. Uma verdadeira imersão de aprendizado, inclusive sobre a cultura japonesa. Dentre tantos ensinamentos nesta intensa viagem, um deles está relacionado a humildade. Além disso, o povo japonês tem prazer em servir as pessoas e está muito à frente em termos de civilidade e educação. Só tenho a agradecer a Toyota por mais essa oportunidade”, disse Abel.

Riguel Chieppe, Presidente da ABRADIT e executi-

vo do Grupo Águia Branca, afirmou que embora trabalhe com a Toyota há mais de 30 anos e mesmo tendo a oportunidade de em outras ocasiões ter visitado o Japão, a cada viagem é sempre uma nova experiência, com novos aprendizados. “Nesta viagem, mais uma vez, vivenciamos o conceito omotenashi (que significa hospitalidade). Sempre somos surpreendidos pelo cuidado, pela atenção aos detalhes, pelo servir que são tão característicos do povo japonês e que a Toyota preza em suas operações. Vir ao Japão nos trás um olhar para o passado – afinal é o berço da cultura da Toyota, onde estão os valores da empresa, ao mesmo tempo que nos transporta para o futuro, com muita tecnologia, qualidade e novos produtos. Além disso, mais uma vez a Toyota mostrou a sua competência em ‘pilotar’ um evento desta complexidade, com um grupo com mais de 200 pessoas e tudo transcorreu da melhor maneira possível. Mais uma vez, muito obrigado à Toyota do Brasil e à TMC”, finalizou Riguel. 📷