



No dia 08 de dezembro, no hotel Grand Hyatt São Paulo, foi realizada a Conexão ABRADIT, com uma agenda completa, intensa e de muita interação



PRESIDENTE
RIGUEL CHIEPPE
(ÁGUA BRANCA)



VICE PRESIDENTE
BRENO CESAR DE
OLIVEIRA SCHWAMBACH
(PARV)



**DIRETOR DE
PÓS VENDA**
VINICIUS RAMIRES
(RAMIRES)



**DIRETOR DE
MOBILIDADE**
EDUARDO BERLANDA
(HAI AUTOMÓVEIS)



**DIRETOR
COMERCIAL**
ALESSANDRO
PORTELLA
(MCLARTY M)

CONEXÃO ABRADIT 2023 E OS CAMINHOS QUE LEVARÃO AO FUTURO SUSTENTÁVEL

Por: ALEXANDRE POLLARA e LIA FREIRE

O evento da Rede de Distribuidores Toyota, a Conexão ABRADIT, realizada no dia 08 de dezembro no Grand Hyatt São Paulo, chegou em mais uma edição e a cada ano o desafio em oferecer mais do que uma 'conexão' entre Dealers, Montadora, Banco, fornecedores e parceiros comerciais para definir estratégias, apresentar as novidades e projetar o futuro, torna-se maior. Com a presença de praticamente 100% dos Concessionários Toyota, o evento que compreende a Assembleia Anual da ABRADIT e o Toyota Business Meeting, ganhou força e importância ao longo dos anos. A ABRADIT não mede esforços para realizar um evento cada vez melhor e mais completo, que realmente agregue valor para o Concessionário, com conteúdo relevante e que surpreenda. "Nesta edição decidimos ousar no formato da Conexão e tirar os convidados do ambiente do hotel, após serem realizadas as reuniões e a Assembleia da ABRADIT. Foi ousado, precisamos criar uma logística especial para levarmos quase 400 convidados para o coquetel e jantar, servidos de maneira informal, fora das dependências do Grand Hyatt e para assistir ao musical Uma Linda Mulher. A experiência foi muito positiva e os convidados gostaram bastante, o que torna o nosso desafio ainda maior de entregarmos, em 2024, um evento que mantenha a sua essência, mas seja inovador", declarou Paulo Cezar (PC) de C. Araujo, Diretor-Executivo da ABRADIT.

Com uma agenda completa, intensa e repleta de informações, de novidades e muita interação entre os

executivos da Toyota, Banco Toyota, KINTO, Dealers, ABRADIT, a Conexão ABRADIT 2023 teve como patrocinadores: Brazzo, Carglass, Dealernet, Interzone, Linx, Mobiauto, Moove, STP, Tunap e Würth, que estiveram presente com estandes para atendimento, além da Auto Avaliar, Brazul, Cardif, Cielo, Kinto, NBS e Tegma, que participaram com cotas especiais de patrocínio.

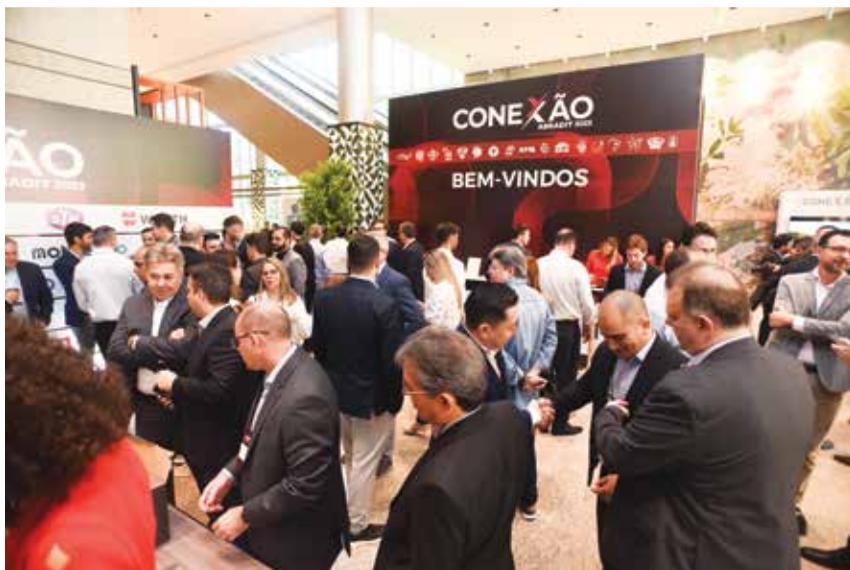
A programação teve início com o Toyota Business Meeting e Car Salon, seguido de almoço, na sequência a palestra conduzida por Luciano Pires, com o tema Produtividade Antifrágil e a Assembleia ABRADIT. À noite, os convidados deixaram as dependências do hotel Gran Hyatt São Paulo e seguiram para o coquetel realizado no espaço 033 Rooftop, local onde está localizado o Teatro Santander, para depois assistirem ao musical Uma Linda Mulher e finalizando a Conexão 2023, participaram do jantar de confraternização, servido também no espaço 033 Rooftop.

A Conexão ABRADIT 2023 foi aberta pelo Presidente da Toyota do Brasil, Rafael Chang, que fez uma retrospectiva de 2023 para a Rede de Concessionárias Toyota, apontando os desafios e as conquistas obtidas ao longo do ano.

Em sua avaliação, o Presidente da Toyota do Brasil disse que, em 2023, o mercado automotivo voltou aos níveis próximos de antes da pandemia, mas não significa que foi um período tranquilo e sem desafios. Pelo contrário, houve maior pressão por parte das Montadoras em suas ofertas, especialmente



A Diretoria da ABRADIT e os Executivos da Toyota do Brasil reunidos em mais uma Conexão ABRADIT



Dealers de todo o Brasil participam da Conexão ABRADIT 2023

em Vendas Diretas, observou-se um processo mais acelerado em direção da eletrificação dos veículos e teve a chegada 'agressiva' das marcas chinesas.

Em meio aos desafios a serem enfrentados em 2023 pela Toyota do Brasil um deles foi equalizar a demanda e oferta da Hilux, por isso, o Presidente aproveitou o momento para agradecer o esforço e apoio dos Concessionários para manter as vendas da picape e, também, da SW4, que segundo o executivo, são fundamentais para o desenvolvimento sustentável da Toyota para América Latina e Caribe (TLAC).

O ano de 2023 também teve ótimas notícias, destacou Rafael, ao apontar três delas: 1) a confirmação do projeto Next B que levará a Toyota a expandir o seu line-up em um segmento de mercado muito importante; 2) a modernização da Rede de Concessionárias, utilizando os recursos da ação judicial da Toyota referente ao PIS/COFINS e 3) a visita dos Dealers ao Japão para participar da Convenção Toyota e a oportu-

nidade de conhecer e entender melhor as culturas japonesa e da empresa e, sobretudo, estreitar o relacionamento entre Rede, Montadora, Banco Toyota e Toyota Motor Corporation (TMC).

Em relação a 2024, o Presidente da Toyota do Brasil, avalia que o cenário deverá ser bastante parecido com 2023 e com a concorrência vindo mais forte.

2024: UM NOVO CAPÍTULO PARA A TOYOTA DO BRASIL

Masahiro (Massa) Inoue, CEO da Toyota para América Latina e Caribe (TLAC), compartilhou com os Concessionários a direção estratégica da TLAC para os próximos anos, fundamentada em três pilares. São eles: 1) TLAC One Toyota, ou seja, crescer e fortalecer de forma sustentável, unificando as operações da região da América Latina e Caribe; 2) dar prioridade aos veículos regionais, o que significa produzidos pela Toyota do Brasil e Toyota da Argentina, protegendo as fábricas e os

“Com o apoio da TMC afirmo o compromisso de desenvolvimento da indústria automobilística brasileira e o sucesso sustentável da Toyota do Brasil”, Masahiro (Massa) Inoue, CEO da Toyota para América Latina e Caribe (TLAC)



“Precisamos mostrar à TMC a relevância da região TLAC e dar continuidade ao crescimento sustentável”, Gustavo Salinas (ao centro), Presidente da Toyota na Argentina e Diretor Comercial Regional da Toyota para América Latina e Caribe (TLAC)



negócios locais. Para Massa, este é um ponto fundamental para o crescimento sustentável da região e 3) continuar a expansão do Value Chain por meio dos serviços, da venda de acessórios, dos carros usados e do desenvolvimento da Mobilidade e da KINTO.

O CEO apontou as novidades e as estratégias para o mercado brasileiro, em 2024. A Toyota traz para a categoria de comerciais leves, a van comercial, Hiace, produzida na Argentina; também fará o lançamento do B-SUV; trabalhará nas expansões do T-Service com o propósito de reconquistar os clientes com veículos fora de garantia e do Gazoo Racing Garage e tem ainda o projeto de digitalização das Concessionárias Toyota. “O mercado mundial de automóveis está mudando drasticamente e a Toyota segue oferecendo as tecnologias mais adequadas para as necessidades de cada mercado. No caso da região TLAC, com a instabilidade da economia e a falta de infraestrutura, o nosso objetivo é desenvolver soluções realistas, por isso, acreditamos que as tecnologias dos motores híbridos e híbridos plug-in com o motor flex são as mais viáveis a curto e médio prazo. Com o apoio da TMC afirmo o compromisso de desenvolvimento da indústria automobilista brasileira e o sucesso sustentável da Toyota do Brasil. O desafio 2024 já começou, a proposta é comercializarmos 200 mil veículos Toyota! Não será um ano fácil, os concorrentes virão de forma intensa e na Toyota vamos fortalecer o One Toyota, seguindo como uma empresa sustentável para o futuro”, reforçou Massa.

ONE TOYOTA

Em sua participação no evento, Gustavo Salinas, Presidente da Toyota na Argentina e Diretor Comercial Regional da Toyota para América Latina e Caribe (TLAC) trouxe o seu olhar sobre a competitividade do

mercado brasileiro, a preparação para a Rede de Mobilidade, também avaliou o crescimento da KINTO na América Latina e no Brasil, como a Toyota está se preparando para enfrentar a concorrência chinesa, entre outros pontos relevantes, assim como o grande desafio de manter o crescimento sustentável sendo One Toyota na região TLAC, em um bate-papo conduzido por José Ricardo Gomes, Diretor Comercial da Toyota do Brasil e por Roger Armellini, Regional Officer de Mobilidade, DCX e Value Chain da Toyota América Latina e Caribe e Deputy CEO da KINTO Brasil.

Gustavo afirmou que uma das maneiras da Toyota na América Latina estar no radar da TMC para futuros projetos e investimentos é mostrar a sua relevância e dar continuidade ao crescimento sustentável, mantendo as produções nas plantas do Brasil e Argentina. “Todo o trabalho que vem sendo feito, inclusive para assegurar o terceiro turno nas fábricas do Brasil e Argentina, contribuirão para a construção do futuro sustentável da nossa região”.

AS AÇÕES E ESTRATÉGIAS PARA HILUX

O Presidente da Toyota na Argentina e Diretor Comercial Regional TLAC também falou sobre o grande desafio em estabelecer o equilíbrio entre a demanda e a oferta da Hilux e adiantou que um intenso trabalho está sendo realizado pela Montadora visando mudanças e melhorias para a comercialização da picape e, também, da SW4. “Iremos checar o melhor mix para o canal de Vendas Diretas, também estaremos atentos em todo o mercado latino-americano e, se for o caso, promover regionalmente realocações de volumes. “Estamos cientes das dificuldades que temos pela frente e da urgência, por isso, tomaremos algumas decisões temporárias e todas



“Ter o Concessionário ao nosso lado é importante, ao mesmo tempo uma grande responsabilidade oferecer serviços de qualidade e produtos que gerem valor e competitividade para a Rede”, Luciano Savoldi (ao centro), Presidente do Banco Toyota

as medidas necessárias para que tenhamos um negócio saudável, rentável, acompanhando o crescimento a longo prazo”.

O Diretor Comercial da Toyota do Brasil, José Ricardo Gomes, enfatizou que importantes ações estão sendo realizadas para impulsionar as vendas e equalizar a demanda e oferta da Hilux, teve os eventos de relacionamento como Hilux Weekend, o recente lançamento da SRX Plus e outras ações: “a pedido do Presidente da ABRADIT, Riguel Chieppe, introduzimos o holdback, uma das alternativas para manter a margem do produto e mudamos a política comercial das Vendas Diretas. Apesar das dificuldades, a Hilux é um produto desejado, líder absoluto de mercado em sua categoria e muito importante dentro do nosso portfólio. Temos clientes fiéis da marca e precisamos trabalhá-los”, enfatizou José Ricardo.

PREPARANDO A REDE PARA O FUTURO

Gustavo falou sobre os caminhos que levarão a Rede de Concessionárias a se tornar Rede de Mobilidade e, para tanto, apontou alguns caminhos que precisam ser percorridos, dentre eles, oferecer uma nova experiência ao cliente e isso vai além de uma loja bonita e modernizada, a proposta é ter na Concessionária todas as soluções que o cliente precisa dentro do conceito de Mobilidade. Até final de 2024 toda a Rede Toyota estará dentro do novo padrão e com as novas ferramentas de tecnologia para aumentar a conversão de vendas e negócios no showroom. Outro ponto bastante importante é maximizar a Cadeia de Valor que contribui para a sustentabilidade financeira da Rede. Também é necessário trabalhar o plano de sucessão e avançar com a KINTO. “Esses são aspectos fundamentais para chegarmos à Rede de Mobilidade 2.0”, pontuou o executivo.

E, como preparar a Rede, com qualidade, para entregar todos esses serviços aos clientes? O Diretor Comercial da Toyota do Brasil, José Ricardo, explicou que para 2024 a empresa elaborará um plano de ação para a Rede de acordo com a sua Governança Corporativa. “Em 2023 fizemos um mapeamento da Rede. São cerca de 57 Grupos financeiros, cada um tem o seu momento, as suas particularidades e juntos vamos trabalhar para desenvolver ações específicas, sem perder a conectividade com o futuro”.

BANCO TOYOTA: PARCEIRO Nº 1 DA REDE

Luciano Savoldi, Presidente do Banco Toyota, falou sobre a mais nova empresa da instituição financeira, a Corretora de Seguros Toyota e o desempenho em seus primeiros meses de atividades. “Nós operávamos seguros com corretoras parceiras, no entanto, atingimos um nível de maturidade que passou a fazer sentido ter uma operação própria, o que nos beneficiaria no sentido de estarmos mais próximos das seguradoras, melhorar a estratégia e os produtos, bem como, ter uma equipe dedicada e próxima dos Concessionários. Lançamos a operação de dois tipos de seguros: prestamista e autos, com seis seguradoras parceiras”, explicou Luciano.

Foram R\$ 23 milhões de corretagens pagas para as Concessionárias e R\$ 77 milhões referentes aos reembolsos de peças originais e serviços. “Com a Corretora geramos R\$ 100 milhões de Value Chain para a Rede. Dos clientes que têm seguro e precisaram fazer o processo de sinistro, 95% utilizaram as Concessionárias”, citou Luciano.

Há 18 meses o Banco Toyota lançava o seu Consórcio com a estratégia de comercializar veículos Toyota e não vender cartas de crédito. Neste período foram comercializadas 11 mil cotas e até o fim de de-



“A KINTO é importante para a sustentabilidade dos negócios da Rede e Montadora”, Roger Armellini, Deputy CEO da KINTO Brasil e Regional Officer de Mobilidade, DCX e Value Chain da Toyota América Latina e Caribe

zembro de 2023 foram contemplados mil clientes, o que representa em valor de carta de crédito R\$ 115 milhões. O mais importante é que destes mil clientes, 70% escolheram um carro novo ou usado Toyota. “Por isso, ressaltamos a importância de ter um especialista na Concessionária. Em 2023, eram 30 e fechamos o ano com 70 deles. Dos 20 Grupos que mais vendem Consórcio, 17 têm um especialista, comprovando que estes profissionais fazem a diferença e ajudam a vender. Ter o Concessionário ao nosso lado é importante, ao mesmo tempo uma grande responsabilidade oferecer serviços de qualidade e produtos que gerem valor e competitividade para a Rede”, ressaltou Luciano.

Uma importante novidade anunciada pelo Presidente do Banco Toyota foram as mudanças em 2024 para o Dealer Evaluation. A pontuação do Banco será de 9 pontos, entraram a parte do Consórcio e Seguro, incluindo o KPI de time sales – que é a participação do Banco nas vendas financiadas. “Hoje, a nossa participação nas vendas do varejo é de 75%, ou seja, a cada 100 carros financiados, o Banco da Montadora participa do financiamento de 75 deles. O número é bom, mas podemos melhorar”, avaliou o executivo.

Uma das propostas para 2024 é focar nos produtos e campanhas voltados para as Vendas Diretas, alinhado com a estratégia da Montadora. “Hoje, o nosso time sales em Vendas Diretas é de 65% e tem muito espaço para crescer a nossa participação. Há um bom desempenho, especialmente nas categorias de táxi e PCD, agora temos que melhorar nossas atuações nos mercados de frotistas e agro”.

Luciano finalizou a sua apresentação, lembrando

que em 2023 houve recorde nas comissões pagas para a Rede, terminando o mês de dezembro com mais de R\$ 250 milhões entregues para os Distribuidores Toyota. “Vamos trabalhar para que em 2024 aumentemos esse número e para que continuemos sendo o parceiro número 1 dos Dealers Toyota”, afirmou o Presidente do Banco.

O CRESCIMENTO DA KINTO

Roger Armellini, Deputy CEO da KINTO Brasil e Regional Officer de Mobilidade, DCX e Value Chain da Toyota América Latina e Caribe, citou que em 2023 foram registrados 10 mil carros da KINTO em operação na região, só no Brasil quase 8 mil com o serviço One Fleet. Visando impulsionar os negócios, as estratégias da KINTO para 2024 são: 1) foco nas frotas de clientes de pequenas e médias empresas; 2) mudanças nas políticas de crédito (gestão de risco) para evitar picos de inadimplência; 3) gestão de clientes, ou seja, estar engajada durante toda a jornada do consumidor, oferecendo o mesmo atendimento que o cliente Toyota possui e 4) alavancar a comercialização dos seminovos, quanto mais e melhor a KINTO conseguir vendê-los melhor, inclusive, para a competitividade do zero km. E, falando um pouco mais da intenção da contribuição da Mobilidade dentro das Concessionárias, o Diretor Comercial, José Ricardo, acrescentou: “Nós sabemos que ela é uma jornada muito importante para a sustentabilidade dos negócios da Rede e Montadora”.

Com a finalidade de apresentar os números da KINTO para a Rede foram anunciadas novidades no DEF - Demonstrativo Econômico-Financeiro. “Vamos trazer a informação da KINTO dentro do DEF

“Esperamos que todos estabeleçam o compromisso de assegurar uma jornada de sucesso, mantendo o cliente em primeiro lugar”,
José Ricardo Gomes, Diretor Comercial da Toyota do Brasil



não só a comercialização de carros, mas também a venda de serviços, de peças, comissionamento, ou seja, conseguiremos enxergar o negócio em sua totalidade e o quanto a KINTO está contribuindo para os negócios dos Dealers”, explicou Roger.

A JORNADA

Gustavo Salinas afirmou que a jornada da Toyota em direção ao futuro sustentável inclui se preparar para o cenário de competitividade, não só em relação às marcas chinesas, como também da própria evolução das outras Montadoras. “Estamos trabalhando não só para 2024, mas também visando 2030. Quero convidar vocês, da Rede, juntamente com a Toyota do Brasil para enfrentarmos este novo cenário da

maneira que conhecemos: com qualidade dos veículos, nos serviços e no atendimento ao cliente. Para isso acontecer eu quero pedir aos Concessionários aqui presentes, foco ao que a Toyota está propondo como jornada de crescimento, direcionando os recursos, com compromisso e paixão”.

O Diretor Comercial da Toyota do Brasil, José Ricardo, fez importantes pontuações em sua conclusão no Toyota Business Meeting. Primeiro, reforçou o conceito de duas rodas que norteia os negócios da Toyota, em todo o mundo. Ou seja, de um lado, a manufatura e de outro, a Mobilidade. “É imprescindível mudar o mindset para a nova jornada. Já tivemos muitos avanços e projetos neste sentido, mas ainda há muito por fazer e evoluir”. ➡



“Estamos trabalhando para um futuro sustentável e a Toyota do Brasil realizará o maior investimento da sua história nos próximos cinco anos”,
Rafael Chang, Presidente da Toyota do Brasil



Titulares e Executivos da Rede e da Montadora durante o coquetel da Conexão ABRADIT

O executivo também fortaleceu outros aspectos que são importantes para a estratégia da Rede de Mobilidade que inclui: ter uma Rede com capacidade financeira para investir no crescimento do negócio; a modernização das Concessionárias; expansão da Rede, tendo como estratégia identificar as oportunidades em áreas remotas e consolidar mercados nas regiões onde é preciso ganhar escala, gerar competitividade e ter entre os Dealers Toyota, o melhor atendimento ao consumidor e a melhor excelência; a simplificação do Dealer Evaluation, de 41 KPIs para 32 KPIs, seguindo em um processo de amadurecimento de entendimento da Rede, dos negócios e do consumidor; dar protagonismo aos produtos regionais; continuar o fortalecimento da Cadeia de Valor e acelerar em direção à Mobilidade. “A marca Toyota é sólida e sustentável, de muito trabalho e respeito pelas pessoas e, por isso, sempre vamos valorizar e ter gratidão por quem reconhece a sua força e continua investindo nela. Esperamos que todos estabeleçam o compromisso de assegurar uma jornada de sucesso, mantendo o cliente em primeiro lugar. Vamos nesta mesma direção”, reforçou José Ricardo.

O Presidente da Toyota do Brasil, Rafael Chang, finalizou o Toyota Business Meeting, novamente agradecendo a Rede de Concessionárias Toyota pelo trabalho desempenhado em 2023 e ressaltou o empenho da Montadora para resolver os desafios. “Estamos trabalhando para um futuro sustentável e a Toyota do Brasil realizará o maior investimento da sua história nos próximos cinco anos, mantendo a sua proposta de valor na cadeia, que é fundamental para a Rede e para os clientes, entregando um portfólio competitivo, mantendo a qualidade e a essência, reconhecendo com humildade quando tivermos que realizar o Kaizen, além de estarmos atentos às movimentações dos concorrentes e agirmos para manter a nossa posição dentro do mercado. E, finalmente, seguiremos nossa relação com a Rede de maneira honesta e transparente, pois desta maneira trilharemos o caminho para um futuro sustentável. Este é o nosso compromisso com todos vocês!”, finalizou Rafael.

TOYOTA APRESENTA NÚMEROS E AÇÕES IMPLEMENTADAS EM 2023

VEÍCULOS COMERCIALIZADOS: a Toyota manteve os seus volumes sustentáveis. Foram 195 mil veículos comercializados no decorrer do ano.

VENDAS DIRETAS: foi aplicado Kaizen na área, estruturado o departamento e reformulada a política comercial focada no small business. Houve um incremento no volume de vendas de 40%, representando mais de 30% das vendas totais.

CRM – foram mais de 10 mil vendas no ano e o CRM se estabeleceu como uma ferramenta importante para manter o cliente na marca.

CADEIA DE VALOR – Faturamento de peças, pelo segundo ano consecutivo foi batido recorde na Rede. Em 2022, foram mais de R\$3 bilhões e, em 2023, quase R\$ 4 bilhões. **Funilaria e Pintura** – foram mais de 90 mil passagens. **Acessórios**, o faturamento ultrapassou os R\$ 450 milhões. **Blindados Certificados** estão sendo introduzidos na Hilux e na SW4. Abertura de mais 7 **lojas T-Service** para reconquistar os proprietários de veículos fora de garantia (mais de 5 anos), afinal a frota circulante da Toyota hoje ultrapassa um milhão. A realização dos serviços levaram à retenção dos clientes em dois pontos percentuais. **Seminovos Certificados** foram mais de 12 mil certificados, crescimento de 46%.

NOVA IDENTIDADE VISUAL NA REDE – 40% da Rede de Concessionárias Toyota foi moderniza-

da, colocando o cliente no centro da operação e mais de 50 Concessionárias receberam os novos showrooms digitais.

BANCO TOYOTA – lançamento da **Corretora de Seguros** e foram R\$ 23 milhões de corretagens pagas para as Concessionárias e R\$ 77 milhões reembolsos para os Dealers, entre peças originais e serviços. Com a Corretora foi gerado para a Rede, R\$ 100 milhões de Value Chain. O **Consórcio** se consolidou, a equipe de vendas foi reforçada, mais de 11 mil cotas vendidas e 800 veículos entregues. Além disso, o Banco Toyota teve o foco no varejo e expandiu os negócios em Vendas Diretas para frotas, táxis e PCDs, gerando aumento na participação do mercado de financiamentos de veículos novos Toyota, superando os 75% de time sales.

KINTO - KINTO Share ultrapassou os 32 mil aluguéis e teve uma taxa de ocupação média de 39%; o **KINTO One Fleet** superou os 12 mil veículos entregues e mais de 8 mil veículos em operação. Em três anos de operações no Brasil, a KINTO gerou mais de R\$ 60 milhões em receitas adicionais para a Rede entre comissões e serviços de Pós-Venda, com 15 mil passagens de serviços pagos. Além disso, colaborou com a venda de mais de 3 mil veículos seminovos.

PRODUTIVIDADE ANTIFRÁGIL

O cartonista, colunista, apresentador do PodCast Café Brasil e palestrante, Luciano Pires, conduziu durante a Conexão 2023 a palestra Produtividade Antifrágil, que tem como propósito provocar a plateia a sair da inércia causada pelo medo e apreensão e fazer a diferença. Dividida nos tópicos: O conceito de antifragilidade – aquilo que cresce no caos; O ciclo da destruição criativa – como o progresso precisa destruir o antigo; O que os clientes querem em tempos de normalidade/anormalidade; Como usar o medo a seu favor; Como enquadrar os problemas; Uma reflexão sobre valor e Reposicionando você e sua empresa, todo o conteúdo é provocativo, bem-humorado e repleto de conceitos e recados impactantes, levando os convidados a reverem conceitos, mudarem hábitos e a se prepararem para os ciclos de queda e crescimento. 🎤



A palestra Produtividade Antifrágil, de Luciano Pires, tem conteúdo provocativo, bem-humorado e repleto de conceitos e recados impactantes

ASSEMBLEIA GERAL ABRADIT

Paulo Cezar (PC) de C. Araujo, Diretor-Executivo da ABRADIT abriu a plenária da Assembleia Geral e lembrou que era a primeira Convenção com a formação da nova Diretoria, que assumiu o biênio 2023-2024 com bastante trabalho e um cenário desafiador, como havia sido exposto horas antes no Toyota Business Meeting. O Diretor ainda destacou que a Associação tem áreas novas como a de Mobilidade para atender as atuais demandas e estar alinhada às mudanças do mercado e à estratégia da Toyota. PC também anunciou a nova composição do Conselho Nacional dos Distritos Pares.

OS TRABALHOS REALIZADOS EM 2023

Dando continuidade à apresentação da ABRADIT, Helber Bozato, Coordenador de Vendas, Pós-Venda e Parcerias Estratégicas da Associação fez um resumo dos principais trabalhos realizados pela Associação durante 2023 como as Reuniões Regionais. Foram 4 encontros promovidos nas cidades de Sorocaba, Foz do Iguaçu, Goiânia e Recife, reunindo mais de 700 Titulares e Gestores, com o objetivo de alinhamento das estratégias, das políticas comerciais, do estreitamento nas relações e do atendimento às demandas locais da Rede. “Em 2024 manteremos essas Reuniões Regionais, talvez em versões menores e o propósito é percorrermos outras regiões”, contou Helber, que também aproveitou para falar do intenso trabalho das 4 Comissões: Vendas, Pós-Venda, Digital e Mobilidade.

Foram também citados outros importantes projetos encabeçados pela ABRADIT como o Peças



Paulo Cezar (PC) de C. Araujo, Diretor-Executivo da ABRADIT, abriu a plenária da Assembleia Geral

Rede Toyota, comércio eletrônico de peças e acessórios originais da Toyota, lançado em setembro de 2022 e que em dezembro de 2023 tinha a participação de 52 Dealers, registrando um faturamento de R\$ 332 mil. Agora, o propósito da Associação é fazer com que mais Concessionários façam uso da ferramenta.

Por falar em ferramenta, o checklist eletrônico, D-Check em sua versão 2.0, já conta com a abertura de ordem de serviço e integração com os três DMS's. Outro destaque foi a novidade no DEF - Demonstrativo Econômico-Financeiro, a ABRADIT contratou o economista Raphael Galante para fazer análise a partir de uma visão regional e não Dealer a Dealer. “Desta maneira, os Concessionários passam a ter condições de traçar comparativos entre as regiões”, explicou Helber, que ainda lembrou a plateia sobre a retoma-

da do Toyota Dealer Management Program (TDMP) após três anos de pausa em virtude da pandemia, o curso de pós-graduação do Insper chegou em sua VII turma e teve início em maio de 2023 com conclusão prevista para outubro de 2024, tendo dois módulos internacionais, em março nos Estados Unidos e em outubro, no Japão. No segundo semestre de 2024 abrem as inscrições para as próximas turmas do Insper, inclusive já há lista de espera.

As Pesquisas também foram citadas por Helber. Em 2023, a ABRADIT criou sua própria Pesquisa de Satisfação para ter o feedback da Rede e entender como os Concessionários a avaliavam. Outra importante Pesquisa conduzida pela Associação foi a Salarial da Rede Toyota, em sua segunda edição, que forneceu dados valiosos, possibilitando conhecer as boas práticas de re-



Helber Bozato, Coordenador de Vendas, Pós-Venda e Parcerias Estratégicas da Associação, fez um resumo dos principais trabalhos realizados pela Associação durante 2023

muneração e de benefícios das Concessionárias.

O Coordenador de Vendas, Pós-Venda e Parcerias Estratégicas da ABRADIT encerrou a sua apresentação falando do Programa de Parcerias e lembrando da importância deste projeto que tem como principal objetivo levar negociações diferenciadas, seja na oferta de produtos ou de serviços para a Rede Toyota. “Estamos com 25 empresas parceiras e atingimos um faturamento em torno de R\$ 1,8 milhão, sendo que toda esta verba é revertida em projetos para a própria Rede, além de viabilizar a realização de eventos como as Reuniões Regionais ABRADIT”, destacou Helber.

DOS PROJETOS ESG ÀS FERRAMENTAS DIGITAIS

Paulo (Paulinho) Santos, Coordenador de Tecnologia e Meio Ambiente da ABRADIT, falou sobre a 2ª edição do ESG Dealer Award Toyota-ABRADIT, iniciativa que destaca os principais projetos voltados às causas ambientais, sociais e de governança da Rede, e que nesta edição recebeu 141 projetos “Percebemos um amadurecimento da Rede quanto à elaboração de

robustos projetos ESG, com ótimos resultados para os Distribuidores. Vamos, inclusive, disponibilizar os trabalhos no Portal para que possam servir de inspiração para outros Dealers”, explicou.

Sobre os Dealers certificados ISO 14001 pelo Multisite ABRADIT, Paulinho recordou que o Concurso Excellence Eco Award que incentiva e dimensiona as ações sustentáveis da Rede, passou a ter uma avaliação de performan-

ce trimestral para ao final ranquear os 10 melhores Dealers e premiar os 3 primeiros.

A participação da Rede na atualização do Manual e Guia One Toyota foi outro trabalho citado e avaliado pelo Coordenador de Tecnologia e Meio Ambiente da ABRADIT. “A melhor maneira da Toyota rever seus processos e da ABRADIT ajustar as ferramentas foi ter a participação dos colaboradores das Concessionárias neste projeto de revisão do One Toyota”. As novidades e as atualizações nas ferramentas digitais da ABRADIT voltadas para os Concessionários também foram mencionadas, dentre elas, o novo Portal da Associação, o aplicativo (ABRADIT.ON) e o SIMA.

A PARCERIA DA REDE TOYOTA

Riguel Chieppe, Presidente da ABRADIT, agradeceu a presença de todos na Conexão 2023 e estendeu o seu agradecimento ao time da ABRADIT e a Diretoria, pelo comprometimento e dedicação em um ano de muito trabalho e importantes desafios. “Um ano em que focamos as conversas e os nossos esforços na questão da demanda e supply. O



Paulo (Paulinho) Santos, Coordenador de Tecnologia e Meio Ambiente da ABRADIT, falou sobre os projetos ambientais e atualizou sobre as ferramentas digitais

ano de 2023 começou com um desequilíbrio para o nosso negócio em relação à Hilux. Tivemos reuniões bastante acaloradas com a Toyota a fim de chegarmos às melhores práticas. Se tem uma Rede de Concessionárias parceira é a nossa. Foram 15 meses trabalhando sem margem neste segmento da Hilux e a meta para 2024 é sermos mais competitivos nas Vendas Diretas – separando-as em dois grandes blocos, um composto por small business e produtores rurais e o outro por grandes locadoras. Há muitas outras frentes a serem trabalhadas e que foram apresentadas durante a Conexão. São diferentes oportunidades, algumas mudanças e diversos desafios. A Toyota tem planos bem-estruturados e vamos juntos construir o futuro sustentável dos nossos negócios”, finalizou Riguel.



“Vamos juntos construir o futuro sustentável dos nossos negócios”, Riguel Chieppe, Presidente da ABRADIT

ABRADIT INOVA NO FORMATO DA CONEXÃO 2023

A cada ano a ABRADIT trabalha para entregar à Rede de Distribuidores Toyota um evento completo, dinâmico, com conteúdo relevante, ajustado às demandas e que possa surpreender os convidados. Já percorremos por alguns dos melhores hotéis de São Paulo, estivemos em Campinas e, em 2023, inovamos mais uma vez! A Conexão ABRADIT voltou para o Grand Hyatt São Paulo, mas apresentou aos convidados uma experiência diferente. Ao final da programação das reuniões e Assembleia realizados nas dependências do hotel, a ABRADIT promoveu o seu coquetel no espaço 033 Rooftop, a poucos quilômetros dali. Um espaço localizado no terraço do Teatro Santander, que prima pela elegância, sofisticação e riqueza dos detalhes. E a escolha não foi por acaso, pois



logo após o coquetel, os convidados foram assistir ao musical em cartaz no Teatro Santander, Uma Linda Mulher. Ao final do espetáculo, todos voltaram ao espaço 033 Rooftop para participar do jantar de confraternização, que também teve formato diferenciado, com o serviço volante, levando modernidade àquele momento, encerrando assim mais uma edição de sucesso da Conexão ABRADIT.

NOTA DA REDAÇÃO:

Após a realização da Conexão 2023 e da finalização desta matéria, foram anunciadas as mudanças organizacionais na Toyota América Latina e Caribe (TLAC). A partir de 01 de março de 2024, Masahiro (Massa) Inoue foi nomeado Presidente da Daihatsu Motor Co. Ltd, Rafael Chang passa a responder pela região, como CEO da Toyota América Latina e Caribe e Evandro Maggio, o primeiro brasileiro a assumir a presidência da companhia no Brasil.

Aproveitamos para deixar registrada a nossa admiração, o mais profundo respeito e agradecimento ao Massa por sua importante contribuição para o crescimento dos negócios em nossa região. Desejamos sorte e sucesso em seu mais novo desafio. Também queremos parabenizar o Rafael e Evandro pelas novas posições. Contem com a Rede de Concessionárias Toyota do Brasil e com a ABRADIT para seguirmos juntos na construção de um futuro ainda mais promissor e sustentável.

VENCEDORES DO 2º ESG DEALER AWARD TOYOTA-ABRADIT

Durante a Conexão 2023, foram anunciados os ganhadores da 2ª edição do ESG Dealer Award Toyota-ABRADIT, que subiram ao palco para receber os troféus. A iniciativa que destaca os principais projetos voltados às causas ambientais, sociais e de governança da Rede teve os seguintes vencedores: SGA Toyota, de Niterói (RJ) levou com o projeto “Carbono Neutro”, destacando a causa ambiental; Toyolex Mossoró (RN) foi a campeã na categoria social com o projeto “Impacto Social, Sustentável e Retenção Escolar”, que auxiliou uma escola pública, melhorando suas instalações reutilizando materiais que seriam descartados e, em governança, a Newland Toyota, de Cabedelo (PB), sagrou-se vencedora com o “Plano de Sucessão”.

Os vencedores viajaram em janeiro de 2024 para o Pantanal, onde puderem conhecer o Projeto Arara Azul apoiado pela Fundação Toyota. 📸



Troféus dos ganhadores da 2ª edição do ESG Dealer Award Toyota-ABRADIT



A Toyolex Mossoró (RN) foi a campeã na categoria social com o projeto “Impacto Social, Sustentável e Retenção Escolar”



A SGA Toyota, de Niterói (RJ), levou com o projeto “Carbono Neutro”



Em governança, a Newland Toyota, de Cabedelo (PB), sagrou-se vencedora com o “Plano de Sucessão”