



Vladimir Centurião (sentado mais a dir.) retorna ao Brasil para assumir a direção comercial da KINTO

# “IREMOS REVER PROCESSOS E NOS APROXIMAR AINDA MAIS DA REDE”

Por: **LIA FREIRE**

**A**pós dois anos e meio como Vice-Presidente Comercial e de Pós-Venda da Toyota do Peru, Vladimir Centurião, que tem 27 anos de experiência na indústria automotiva e completa em junho deste ano uma trajetória de 20 anos na Toyota do Brasil, onde chegou à Diretoria de Vendas, Pós-Venda e Marketing, retorna ao Brasil para assumir um novo desafio, agora na direção comercial da KINTO. Em entrevista para a ABRADIT NEWS, Centurião conta a sua experiência no Peru e as contribuições que essa vivência trará em sua atual função, os novos desafios, as expectativas e deixa a sua mensagem para os Dealers. Confira!

**ABRADIT NEWS – Antes de falarmos do seu retorno ao Brasil, como foram os dois anos e meio na Toyota do Peru?**

**Vladimir Centurião** – Foi uma experiência fantástica poder vivenciar outra cultura e superar os problemas da língua, ainda que para nós pareça fácil, não é tão simples a comunicação em espanhol. Destaco também a gastronomia, considerada uma das melhores

do mundo, senão a melhor! No aspecto profissional, trabalhar em uma operação menor, contribui para a tomada de decisões mais rápidas. Dei o meu melhor. Alcançamos recordes em muitos indicadores de performance, satisfação do cliente, retenção, lucratividade, Takata, volume de vendas, entre outros. Deixei uma operação melhor, com os caminhos a seguir bem definidos e os desafios mapeados, além de

FOTO: DIVULGAÇÃO TOYOTA

mantermos a liderança de mercado por 32 anos consecutivos. Por fim, iniciamos uma mudança de cultura que cabe agora ao Maurílio dar continuidade.

**ABRADIT NEWS – Em nossa última entrevista para a ABRADIT NEWS (junho de 2022) você comentou que a expectativa, no Peru, era consolidar ainda mais a liderança da TDP e prepará-la para os desafios como da Mobilidade, Conectividade, Carbono Zero, Era Digital e Veículos Eletrificados. Passados dois anos, qual é o cenário?**

**Centurião** – Consolidamos a liderança de mercado; iniciamos o KINTO Share, em dezembro de 2021 e, em 2023 com o KINTO One Fleet; além disso, para apresentar ao mercado a nossa estratégia de multitecnologias levamos duas RAV4 modelos híbridos elétricos plug-in, que neste ano, já serão comercializadas por lá. Começamos também a trabalhar a conectividade e alguns veículos já saem com chips instalados e o cliente escolhe ativá-los para obter os benefícios de participar do programa de conectividade, como por exemplo, conhecer o modo de direção, economia de combustível, acesso automático ao seguro em caso de colisão, entre outros.

Com relação ao ESG, fomos mais uma vez líderes do setor no Ranking Merco, também houve o reconhecimento do Governo peruano, nível 3, em pegada de carbono e, sobre a economia circular, envolvemos a Rede e as Universidades, incentivando a criatividade dos alunos.

**ABRADIT NEWS – Como está o desempenho da KINTO, no Peru?**

**Centurião** – A experiência vem sendo bastante positiva. Focamos na cidade de Lima, onde se concentra a população do País, dos 33 milhões de habitantes, 10 milhões vivem na capital peruana. Lançamos o KINTO Share, em dezembro de 2021, e colocamos uma equipe dedicada com serviços de WhatsApp para auxiliar os clientes que não conseguiam acessar o cadastro ou terminá-lo, melhorando a experiência consideravelmente e aumentamos a procura, com o índice de ocupação que chegou no fim de 2023, em 42%, sendo um dos melhores da região.

Outro produto disponível é o KINTO One Fleet, lançado em 2023, e trabalhado em parceria com a Mitsui, tendo como foco as pequenas frotas, entre 10 e 50 carros, com investimentos no treinamento da equipe – o que aliás, iremos fazer no Brasil – pois é fundamental que os vendedores entendam sobre finanças e saibam dizer quais são as vantagens financeiras em aderir ao serviço de terceirização de frotas. Também é relevante falarmos que foi realizado um importante investimento em mídia nas imediações dos aeroportos. No Aeroporto Internacional Jorge Chávez, em Lima, na área de saída há um outdoor

da KINTO associando-a à Toyota e, no aeroporto de Arequipa, uma das maiores cidades do Peru, colocamos uma estação da KINTO Share.

Diferentemente do que aconteceu no Brasil, no Peru, por enquanto, não foi criada uma empresa para a KINTO e a sua constituição ainda está sendo definida, se será 100% Toyota ou se haverá sociedade.

**ABRADIT NEWS – Em quais aspectos a sua trajetória no Peru irá contribuir com as novas atribuições no Brasil?**

**Centurião** – Uma experiência como essa abre horizontes e, em uma organização tão grande como a Toyota, possibilita ter mais influência e conhecer pessoas. Certamente a visibilidade adquirida vai ajudar a encurtar caminhos e tomar decisões mais rápidas na KINTO.

**ABRADIT NEWS – Um dos pilares da direção estratégica da TLAC está na contínua expansão do Value Chain por meio dos serviços, da venda de acessórios, dos carros usados e do desenvolvimento da Mobilidade e da KINTO. Mediante este cenário, quais são as expectativas em relação a KINTO?**

**Centurião** – É uma mensagem muito clara da Toyota que precisamos ir além e pensar fora da caixa, sairmos da zona de conforto e termos em mente que somos uma empresa de Mobilidade.

A KINTO cresceu rapidamente e há muitas oportunidades de melhorias, por isso, é imprescindível que tenhamos enraizado o DNA da Toyota e praticar o Kaizen. Precisamos fazer ajustes para continuar crescendo e irmos mais longe. Mas, também, ter a agilidade e rapidez na inovação que o mercado pede, para isso ter a Rede do nosso lado é fundamental. O caminho da Mobilidade passa pela Rede, por isso, é fundamental trabalharmos juntos para termos um negócio viável, porque o futuro da Mobilidade já é uma realidade.

**ABRADIT NEWS – Quais serão as suas responsabilidades e prioridades?**

**Centurião** – No atual organograma da KINTO, sou o Diretor Comercial com a responsabilidade de vendas, no entanto, com a minha experiência, pretendo atuar em todas as áreas para acelerar o crescimento sustentável da KINTO, precisamos rever processos, estar mais próximos da Rede e tomar decisões e ações mais rápidas.

**ABRADIT NEWS – Como estão sendo os primeiros contatos com a equipe KINTO?**

**Centurião** – Fui muito bem recebido pela equipe. É um time com mais de 100 colaboradores, uma turma jovem e com bastante experiência no mercado de locação e gestão de frotas. Agora, no entanto, como já mencionado, precisamos disseminar o



Com a minha experiência, pretendo atuar em todas as áreas para acelerar o crescimento sustentável da KINTO.

*Vladimir Centurião*



DNA da Toyota. Este é um dos meus propósitos, que considero primordial, além de aproximar as equipes da KINTO com a da Rede e da própria Toyota.

#### **ABRADIT NEWS - Qual a sua avaliação em relação ao potencial da KINTO no Brasil?**

**Centurião** – O potencial é enorme, é o futuro do nosso negócio. Em pouco mais de três anos, a KINTO teve no Brasil um importante crescimento e avanços, agora, o que precisamos é realizar melhorias nos produtos. No KINTO Share, por exemplo, iremos promover acessibilidade ao aplicativo para que as pessoas tenham mais facilidades ao utilizá-lo, mesmo aquelas sem familiaridade com as questões tecnológicas. Em relação ao KINTO One Fleet nosso propósito é chegar nos clientes que tenham frotas pequenas e médias, que não são atendidas pelas grandes locadoras, para isso iremos focar no treinamento e capacitação das equipes. E, o KINTO One Personal, que também precisamos trabalhar com ênfase, pois ele possibilita manter aquele cliente que não deseja comprar um carro, dentro da marca Toyota. Com a KINTO temos uma excelente oportunidade para aumentarmos a nossa retenção e os nossos negócios, o que será muito saudável para a Toyota e a sua Rede.

#### **ABRADIT NEWS – Após dois anos e meio fora do Brasil, você encontra um mercado diferente?**

**Centurião** – Sim, definitivamente o mercado está diferente e vem mudando muito. O carro por assinatura é uma realidade, vemos os jovens cada vez mais utilizando esse modelo, além da Mobilidade por aplicativo, que veio para ficar. A eletrificação é a palavra da vez e as discussões são intermináveis, a proposta

da Toyota é muito clara na multitecnologia, afinal cada país vive uma realidade, por isso, não podemos e não devemos colocar todos os esforços em uma única tecnologia. Lembrando que a Toyota é pioneira na tecnologia híbrida, quando trouxe o Prius, em 1997 e, agora, trabalha com diversas tecnologias, inclusive a célula a combustão.

#### **ABRADIT NEWS – Qual a sua mensagem para a Rede de Concessionárias, no Brasil?**

**Centurião** – Primeiramente quero dizer que estava com saudades do Brasil e da Rede, logo irei visitá-los. Vivemos um momento de muita competição e instabilidade no mercado, mas quero deixar uma mensagem de otimismo, pois ao olharmos o futuro, enxergamos muitas possibilidades e estamos investindo de forma consistente no Brasil.

KINTO é o futuro, é a Mobilidade. Não desejamos que seja um KPI obrigatório para a Rede, mas parte do negócio, que promove o número de carros em circulação e impulsiona o Pós-Venda e a retenção dos clientes na Rede de Concessionárias. Iremos fortalecer o trabalho nos Concessionários que estão com um bom desempenho na KINTO e faremos o Yokoten das melhores práticas para os demais Dealers, que eventualmente não estejam trabalhando com os serviços da KINTO ou não estão com uma boa performance. Queremos ouvir a Rede, suas sugestões e opiniões. Temos produtos de inegável qualidade e confiança, temos a melhor Rede de Concessionários do Brasil, somos a maior marca de automóveis do mundo e seguimos de forma humilde, aprendendo todos os dias e colocando em prática o Kaizen em nossas operações, com a KINTO não será diferente! 🇧🇷