



CONEXÃO
ABRADIT 2024

CONEXÃO

CONEXÃO ABRADIT 2024 ABRADIT REELEGE PRESIDENTE E DIRETORIA PARA O PRÓXIMO BIÊNIO

Todos os esforços estarão voltados para a conquista e retenção dos clientes

POR: LIA FREIRE



A edição 2024 da Conexão ABRADIT marcou os 30 anos do Evento que cresceu, se transformou e evoluiu

A edição 2024 da Conexão ABRADIT marcou os 30 anos do Evento que cresceu, se transformou e evoluiu, sem perder a sua essência e importância de fortalecer as relações, conectar as estratégias da Rede Toyota com as da Montadora e apresentar as diretrizes dos negócios.

Neste ano, o Evento alcançou números recordes, comprovando a sua importância. Realizada nos dias 11 e 12 de dezembro de 2024, no Hotel Jequitimar, no Guarujá (SP), a Conexão ABRADIT recebeu um público de aproximadamente 500 participantes, sendo 270 representantes da Rede Toyota e acompanhantes, 98 executivos da Toyota, Fundação Toyota e convidados, 17 executivos da KINTO, 16 do Banco Toyota, 70 representantes das empresas parceiras ou patrocinadoras e 6 membros do staff ABRADIT. Nos bastidores, uma equipe de produção com mais de 150 profissionais dedicados a entregar um Evento a altura dos padrões das Redes Toyota e Lexus.

Outro importante recorde foi na quantidade de patrocinadores. Auto Avaliar, Brazzo, Casa Idea, Completa,

DealerNet, Interzone, Mobiauto, Moove, Pailon, Samsung/Intel, STP, Tury, VC ONE, Würth, Linx, Tunap, KINTO, Mitsui Seguros, Mitsui, Brazul, STP, Supriled, Cardif e Especificer foram as 24 empresas que contribuíram para a realização da Conexão e para as quais, mais uma vez a ABRADIT faz o seu agradecimento, além do apoio da Toyota, Banco Toyota, Consórcio e Seguro Toyota.

Na noite do dia 11 de dezembro, os participantes da Conexão 2024 foram recepcionados com um coquetel de boas-vindas na área da piscina do hotel. Na manhã seguinte teve início o Toyota Business Meeting, momento em que os executivos da Montadora, Banco Toyota e KINTO apresentaram à Rede suas estratégias e objetivos. “Estamos prontos para enfrentarmos os próximos desafios e explorarmos as oportunidades. A nossa mensagem é: “acelerando juntos”, refletindo o nosso compromisso com os investimentos, uma parceria sólida e a consolidação de uma Rede de Concessionárias cada vez mais forte e eficiente”, declarou Soraya Battistini, Gerente Nacional de Vendas, durante a abertura da reunião.



“Vamos trilhar um caminho que assegure a qualidade no atendimento, nos produtos, serviços e que leve ao aumento da retenção”
José Ricardo Gomes, Diretor Comercial da Toyota do Brasil

Após a apresentação de um vídeo com os resultados obtidos ao longo de 2024 (um resumo do que foi apresentado está em destaque na página 30), o Diretor Comercial da Toyota do Brasil, José Ricardo Gomes, destacou que o ano foi de grandes desafios e conquistas. “Em um cenário altamente competitivo, a Toyota se mostrou ainda mais sólida no mercado, reforçando oportunidades para a sustentabilidade do negócio por meio da retenção dos clientes. Trabalhamos de maneira efetiva no gerenciamento da demanda e oferta, deixando o estoque da Rede saudável. Mais do que resultados, entregamos qualidade, confiança, tradição e a certeza de que estamos prontos para os desafios futuros”, pontuou.

Participando pela primeira vez da Conexão ABRADIT como Presidente da Toyota do Brasil, Evandro Maggio, parabenizou os Dealers pelos resultados alcançados em 2024. Em um ano com novos entrantes que geraram muitas expectativas e incertezas, a Toyota comprovou a força da sua marca e a fidelização do cliente que reconheceu a qualidade dos veículos e a liderança da tecnologia híbrida flex. “Também é importante destacarmos o quanto a nossa Rede se mostrou resiliente. O nosso muito obrigado e reconhecimento. Estamos aqui para compartilhar a nossa visão estratégica e informações importantes para apoiar o plano de negócios que cada um desenvolverá em 2025, o ano em que focaremos nas oportunidades que temos na Cadeia de Valor”, adiantou. 🚗



No Hotel Jequitimar, no Guarujá (SP), a Conexão ABRADIT recebeu um público de aproximadamente 500 participantes



“Em 2025 focaremos nas oportunidades que temos na Cadeia de Valor”

Evandro Maggio, *Presidente da Toyota do Brasil*

Maggio avaliou que há avanços importantes no conceito de duas rodas, que tem guiado e impulsionado a Toyota a fim de torná-la uma empresa de mobilidade cada vez mais ampla, integrada e sustentável, porém ainda há espaço para maximizar os resultados. O Presidente reforçou que o maior e mais valioso ativo da Toyota é a fidelidade do cliente.

O Diretor Comercial, José Ricardo, deu continuidade à apresentação afirmando que a sua missão está em executar as estratégias propostas e elevar a retenção. “Para 2025 vamos trilhar um caminho que assegure a qualidade no atendimento, nos produtos, serviços e que leve ao aumento da retenção e, consequentemente, gere lucro para as nossas operações e de toda a nossa Rede.”

OS CAMINHOS PARA ELEVAR A RETENÇÃO DOS CLIENTES

Ao avaliar o atual cenário de retenção, o Gerente Geral de Pós-Venda da Toyota do Brasil, Jorge Mussi, destacou que houve uma importante evolução. Para o futuro, o potencial é ainda mais promissor, visto que são 1,4 milhão de clientes.

Hoje, a retenção por meio dos serviços na Toyota do Brasil – comparado a outros países, é de 48% para a frota de 8 anos, estando abaixo de países como Argentina, Japão, EUA, Europa, Colômbia, entre outros. Nos três primeiros anos de vida do veículo, o índice chega a 80%, o que na avaliação do executivo poderia chegar a 100%. No entanto, no quarto ano de posse do veículo, a retenção vai para 38%. “O nosso objetivo em relação à retenção, em curto prazo, é saltar de 48% para 60% e a Rede é peça-chave para atingirmos esse índice. Para

cada 1% de retenção que aumentamos, trazemos 13 mil clientes para as nossas oficinas, resultando em R\$ 70 milhões em faturamento. Precisamos explorar o nosso potencial, aproveitar todo o ecossistema que temos criado. Estamos com planos bem definidos de clientes dentro e fora da garantia”, afirmou o Gerente.

Em relação aos programas de retenção voltados aos clientes que ainda estão dentro da garantia foram citados: Revisão na Medida que vem sendo submetido a algumas melhorias, deixando-o mais flexível e atrativo, além de vir com novidades como as primeiras manutenções gratuitas – começando com Lexus e Hiace; em Seminovos Certificados Toyota, cerca de 80% dos veículos seminovos Toyota que são vendidos pela Rede estão no programa e esse perfil de cliente traz uma retenção 4% maior. Esse programa será reformulado, transformando-se em uma nova marca e trará um novo benefício, com previsão de lançamento ainda no primeiro semestre de 2025.

Para os clientes proprietários de veículos fora de garantia, a Toyota oferece o T-Service que já levou para as suas oficinas mais de 5 mil clientes, que trouxeram 13 mil novas CPUS e ajudaram alavancar a curva de retenção. Cerca de 70% dos clientes que já estiveram no T-Service retornam para um segundo ou terceiro serviço. Agora, a Montadora está homologando novas peças, desenvolvendo também sua marca própria e criando ações para impulsionar o crescimento da Rede T-Service.

A mais recente novidade é o Toyota 10, o programa de garantia estendida por até 10 anos lançado para os modelos Hilux e SW4, tanto 0 km quanto os veículos fabricados a partir de 2020. “Somos pioneiros em lan-

“O nosso objetivo em relação à retenção, em curto prazo, é saltar de 48% para 60% e a Rede é peça-chave para atingirmos esse índice”

Jorge Mussi, Gerente Geral de Pós-Venda da Toyota do Brasil



çar garantia estendida e mais uma vez saímos na frente com o Toyota 10, que tem mais uma novidade: será expandido para todo o portfólio Toyota e Lexus, tanto para o zero km quanto para os veículos fabricados a partir de 2020”, contou Mussi.

1 MILHÃO DE FINANCIAMENTOS

Em 2024 o Banco Toyota completou 25 anos no Brasil e comemorou outro importante feito no País: a marca de 1 milhão de contratos de financiamento. “Nosso desejo é continuar crescendo de forma sustentável, sempre com o cliente no centro da jornada e nos antecipando às demandas do mercado. Para 2025 mais do que ampliar o portfólio do Banco, da Seguradora e da Corretora iremos discutir com a Montadora e Rede produtos que estejam alinhados com a estratégia de ambos, contribuindo sempre para que o cliente con-

tinue escolhendo a Toyota em cada nova jornada”, afirmou Luciano Savoldi, CEO e Presidente do Banco Toyota do Brasil.

Em 2025, um dos objetivos continua sendo impulsionar o Ciclo Toyota, levando melhorias à ferramenta, que nasceu com o propósito muito bem definido que é a fidelização e retenção dos clientes. “Também lançaremos o projeto piloto do FANDI – como ferramenta complementar de simulação e envio de proposta de financiamento. Com o Banco Toyota nessa plataforma pretendemos trazer agilidade ao fluxo operacional da Rede, mais dinamismo ao pessoal de F&I, tendo como consequência uma satisfação maior dos nossos clientes”, anunciou Luciano. Outra novidade divulgada que chega, em breve, é o Seguro Patrimonial para as Concessionárias. ➡



“Com o FANDI pretendemos trazer agilidade ao fluxo operacional da Rede, mais dinamismo ao F&I e satisfação aos clientes”

Luciano Savoldi, CEO e Presidente do Banco Toyota do Brasil



Roger Armellini (à esq.), Deputy CEO da KINTO Brasil, afirmou que a empresa está no processo de evolução e na direção para torná-la a melhor companhia de mobilidade do Brasil

KINTO E OS AVANÇOS DA MOBILIDADE

Roger Armellini, Regional Officer de Mobilidade, DCX e Value Chain da Toyota América Latina e Caribe e Deputy CEO da KINTO Brasil, iniciou a sua apresentação destacando a importância dos avanços e das conquistas da empresa de mobilidade dentro do conceito de duas rodas, no qual a Toyota está inserida, sendo um pilar fundamental para sustentar a segunda roda.

Sobre a retenção trazida pela KINTO, Roger afirmou que é de 100%. “Até hoje, a KINTO vendeu mais de 6 mil carros usados por meio da Rede. Em 2025 serão pelo menos mais 3.500 veículos – todos eles, com uma média de dois anos de uso e baixa quilometragem. Em dezembro de 2024 lançamos o KINTO Hub, a nossa nova plataforma de pagamentos de serviço para a Rede e em 2025 tem mais novidades, começando com o portal de seminovos da KINTO. Neste portal a Rede terá acesso a várias informações do carro, do processo de compra etc. Seguimos num processo de evolução, com acertos e erros. Temos um longo caminho, mas estamos na direção certa para tornar a KINTO a melhor empresa de mobilidade do Brasil”, afirmou Roger.

Sobre a experiência digital dos clientes, o executivo citou os recém-lançados serviços conectados Toyota na Hilux e SW4 e que também chegarão nos veículos Corolla e Corolla Cross. “Apoiando e incentivando essa iniciativa, o Banco Toyota lançou dois novos produtos: seguro conectado e financiamento conectado. Estamos criando um ecossistema digital que expande a Cadeia de Valor e redefine a forma como interagimos com os nossos veículos e clientes, estando totalmente linkado com a questão de retenção dos clientes. Os carros conectados é parte da nossa estratégia de tornar a Toyota acessível para o cliente em qualquer lugar e hora.”

OS DESAFIOS CONTINUAM...

Gustavo Salinas, Presidente da Toyota Argentina e Diretor Comercial Regional da Toyota para América Latina e Caribe (TLAC) subiu ao palco durante o Toyota Business Meeting para agradecer a Rede de Toyota do Brasil pelo empenho e parceria em meio aos desafios a serem enfrentados, um deles equalizar a demanda e oferta da Hilux. “Graças à parceria entre Montadora, Rede, Banco Toyota e KINTO, a capacidade de planejamento, execução e muito diálogo, atingimos bons resultados, mas os desafios continuam. Acredito que o valor da marca Toyota é realmente o que faz a diferença. Os produtos e serviços são importantes, posicionamento também, mas acima de tudo está o valor da marca Toyota que construímos com a Rede Toyota. Isso é crucial para a fidelização e retenção dos clientes. Os cuidados com cada detalhe é que fazem a diferença, pois a concorrência será cada vez maior, porém se cuidarmos do valor da marca atingimos seguramente o sucesso”, considerou Salinas.

O executivo também deu o seu parecer sobre as questões de mobilidade, a reconquista e retenção dos clientes. “Na estratégia de duas rodas, além da visão de longo prazo do nosso negócio, temos que ter um olhar amplo. E, dentro disso, a construção do negócio de mobilidade é o caminho para seguirmos crescendo. Sobre a retenção e a reconquista dos clientes estamos com novidades nos programas e nas estratégias para atingirmos e mantermos os mais elevados níveis. E, finalmente, é imprescindível que continuemos promovendo a produção dos veículos e as vendas regionais para que tenhamos plena capacidade regional. Isso tratará novos projetos para a nossa região. Peço o compromisso de todos para que sigam apostando no Value Chain, nas nossas iniciativas e estratégias.”



“Acredito que o valor da marca Toyota é realmente o que faz a diferença. Isso é crucial para a fidelização e retenção dos clientes”

Gustavo Salinas, Presidente da Toyota Argentina



Rafael Chang, CEO da Toyota para a América Latina e Caribe, anunciou mudanças organizacionais que visam aprimorar a eficiência das gestões estratégica e operacional, dando continuidade ao processo de regionalização das operações

FOCO NO SMALL BUSINESS

O Gerente Geral Comercial da Toyota do Brasil, Fábio Lage, falou sobre a expectativa de vendas para 2025. A meta é que a Toyota comercialize algo em torno de 210 mil veículos, um crescimento de 5% em relação a 2024. “Serão 10 mil unidades a mais e para isso uma das nossas estratégias é continuar desenvolvendo o canal Small Business replicando o êxito obtido com a Hilux. Propomos que para 2025 de cada três veículos comercializados, um seja pelo canal Small Business, ou seja, mais de 70 mil unidades no total. Vamos apresentar duas versões de veículos para este canal e ajustaremos a política comercial”, contou Lage.

MUDANÇAS ORGANIZACIONAIS

Rafael Chang, CEO da Toyota para a América Latina e Caribe, anunciou mudanças organizacionais para América Latina que visam aprimorar a eficiência das gestões estratégica e operacional, dando continuidade ao processo de regionalização das operações.

A partir de janeiro de 2025, Evandro Maggio, Presidente da Toyota Brasil e Gustavo Salinas, Presidente da Toyota Argentina exercerão exclusivamente as funções de presidentes, pois até então, ambos desempenhavam algumas funções operacionais adicionais. No Brasil, Maggio estava exercendo também a função de Diretor de Compras e Engenharia, enquanto Salinas de Regional Officer Comercial, função que passará a ser incorporada pelo atual Diretor Comercial da Toyota do Brasil, José Ricardo. “Ambos poderão focar nas gestões regionais e nas suas funções como presidentes, deixando as demais responsabilidades para os Diretores regionais. Agradecemos aos trabalhos que realizaram brilhantemente e os legados deixados”, reconheceu Rafael.

Em reconhecimento às importantes contribuições deixadas por Salinas e para externar toda a admiração da Rede no Brasil, a ABRADIT prestou uma homenagem ao executivo. “Você trouxe um novo olhar para o potencial do nosso negócio e contribuiu para que alcançássemos marcas incríveis, sempre preservando a sustentabilidade do negócio. Somos imensamente gratos por isso. Conte sempre conosco e da mesma forma que contaremos com o seu apoio e suporte para mais novidades e produtos vindo da TASA”, declarou Riguel.

Salinas agradeceu a oportunidade. “Aprendi muito no Brasil. Foi uma experiência inesquecível e sem perder o foco do One Toyota para que mantivéssemos a força regional. Me sinto honrado por qualquer que tenha sido a contribuição. Aproveito também para agradecer toda a equipe da Toyota no Brasil. Contem comigo!”, discursou o Presidente da Toyota Argentina. 🇧🇷



Em reconhecimento às importantes contribuições deixadas por **Gustavo Salinas** e para externar toda a admiração da Rede no Brasil, a ABRADIT prestou homenagem ao executivo

OS RESULTADOS DA TOYOTA EM 2024

VEÍCULOS COMERCIALIZADOS: 200 mil unidades

RETENÇÃO: atingiu a marca de 48%

FUNILARIA & PINTURA: 98 mil passagens

ACESSÓRIOS: ajuste da métrica e lançamento de 76 novos itens, gerando um faturamento de 4,5 bilhões em peças e acessórios

REVISÃO NA MEDIDA: mais de 27 mil contratos, um aumento de 7 p.p.

SEMINOVOS CERTIFICADOS: cresceu 12%, atingindo 13 mil veículos vendidos

T-SERVICE: foram 5.200 clientes reconquistados

FINANCIAMENTO: o Banco Toyota participou de 80% do total de veículos vendidos e financiados. Atingiu a marca de 1 milhão de financiamentos

CICLO TOYOTA: o carro-chefe das operações do

Banco Toyota e responsável por 44% do total de financiamento dos veículos 0 km

CONSÓRCIO: mais de 10 mil cotas vendidas, mais de 200 contemplados por mês e destes, 70% optaram por comprar um Toyota. Em novembro/24 atingiu recorde de vendas com 1.300 cotas

SEGUROS: ultrapassou a marca de 9% de market e share e o índice de renovação de apólices foi de 64%. Gerados mais de R\$ 350 milhões na Cadeia de Valor da Rede

KINTO: mais de 900 contratos e uma comissão de R\$ 4 milhões. 12 mil veículos KINTO reparados na Rede e a venda de mais de 6 mil Seminovos

NPS - 96% em Vendas e 90% em Pós-Venda
REDE MODERNIZADA: foi concluída em 100% modernização das Concessionárias

ABRADIT REELEGE PRESIDENTE E DIRETORIA PARA O PRÓXIMO BIÊNIO

O Diretor-Executivo da ABRADIT, Paulo Cezar (PC) de C. Araujo, abriu a plenária da Assembleia Geral ABRADIT anunciando a reeleição do Presidente e da Diretoria da Associação para o próximo biênio 2025-2026. Riguel Chieppe permanece na Presidência da ABRADIT, na Vice-Presidência, Breno Schwambach; Diretor de Comercialização, Alessandro Maia; Diretor de Pós-Venda, Vinicius Ramires; Diretor de Mobilidade, Eduardo Berlanda e Diretor de Tecnologia e Treinamento, Robério Pires. Também citou a nova composição do Conselho Nacional dos Distritos Ímpares: Pedro Schwambach para o Distrito I – Região Norte; Kelayne Cruz para o Distrito III – Região Centro-Oeste; Amanda Moltinho para o Distrito V – RJ e Espírito Santo; Francisco Freire para o Distrito VII - Interior de São Paulo e Fernando Genovez Junior para o Distrito IX - Estado de Santa Catarina.

O Presidente da ABRADIT, Riguel Chieppe, deu as boas-vindas a todos e agradeceu em nome da Diretoria a oportunidade de reeleição para os próximos dois anos. “Gostaria de agradecer os meus colegas da Diretoria pela jornada que passamos. Não foi fácil. Foram inúmeras reuniões com cada Diretor da ABRADIT e chegamos ao fim de 2024 com importantes resultados. Apostamos em uma melhor condição de trabalho para 2025 do que tivemos nos últimos dois anos e muito embora o cenário macroeconômico não seja o ideal, durante o Toyota Business Meeting ficamos animados com o que vimos e ouvimos. Além dos aprendizados teremos importantes novidades como a chegada do modelo B-SUV, o programa de garantia estendida por até 10 anos e outras estratégias. Temos ferramentas para trabalhar, equipes e uma Rede determinada em dar o seu melhor. Estamos mais fortalecidos e alinhados para os próximos dois anos. Voltamos para as nossas bases mais motivados”, afirmou Riguel.



“Apostamos em uma boa condição de trabalho para 2025. Temos uma Rede determinada em dar o seu melhor”
Riguel Chieppe, Presidente da ABRADIT



O Diretor-Executivo da ABRADIT, **Paulo Cezar (PC) de C. Araujo**, anunciou a reeleição do Presidente e da Diretoria da Associação para o próximo biênio 2025-2026

Na sequência, Helber Bozato, Coordenador de Vendas, Pós-Venda e Parcerias Estratégicas da ABRADIT trouxe um resumo das ações, projetos e conquistas obtidas em 2024. Foram elas:

REUNIÕES REGIONAIS – foram quatro reuniões realizadas em diferentes regiões do Brasil, reunindo em torno de 700 participantes, tendo a presença dos executivos da Toyota, Banco Toyota, KINTO, Fundação Toyota do Brasil, além de toda a Rede. A ABRADIT está definindo o escopo das novas reuniões regionais.

PEÇAS REDE TOYOTA – são 115 Concessionárias que aderiram ao e-commerce de peças e acessórios Toyota, contemplando praticamente todos os estados brasileiros. O faturamento, desde janeiro de 2023 quando iniciou as operações, chegou a R\$ 3 milhões e, em 2024, as vendas foram alavancadas após parceria com a Mobiauto para impulsionar as vendas. As campanhas no Google, Instagram e Facebook levaram a 3.2 milhões de impressões, 234 mil clientes clicaram na campanha e foram contabilizados 30 mil logins.

D- CHECK – tem novidades no checklist digital. Para impulsionar a ferramenta, a ABRADIT acabou de firmar parceria com a Mobato, que também passará a desenvolver e distribuir o D-Check. O objetivo é ter no segundo semestre mais um player e acelerar a digitalização do Pós-Venda na Rede Toyota.

TDMP – juntamente com a Toyota e o Insper serão definidas novas estratégias e o escopo do curso de pós-graduação para que em 2026 tenha início uma nova turma.

SEGURO PATRIMONIAL – após catástrofes como a das enchentes no Rio Grande Sul foi avaliada a necessidade e urgência em criar um produto para que a Rede



Helber Bozato, Coordenador de Vendas, Pós-Venda e Parcerias Estratégicas da ABRADIT trouxe um resumo das ações, projetos e conquistas obtidas em 2024



O Diretor do Comitê de Pós-Venda da ABRADIT, **Vinicius Ramires**, destacou os principais avanços na área

protegesse o seu negócio/patrimônio. A ABRADIT por meio de um Comitê específico e juntamente com a Seguradora Toyota e a SOMPO - que é parceira do Banco Toyota - criou um produto totalmente novo, que será lançado em breve.

PESQUISA DE SATISFAÇÃO – na última pesquisa FENABRAVE, a ABRADIT ficou em quinto lugar na categoria das Associações de Marca. Agora, a Associação aplicará uma pesquisa própria na Rede para checar sob quais aspectos poderá melhorar.

PROGRAMA DE PARCERIAS – o braço comercial da ABRADIT, a REDIT, encerrou 2024 batendo recorde em faturamento. Um aumento de 11% comparado a 2023. Motivo de grande satisfação para a Associação que desta maneira pode continuar realizando os projetos e ações em benefício da Rede.

NOVO PORTAL REDIT – recentemente foi lançado o novo portal que possibilita acessar condições comerciais, oportunidades para fechar negócios, verificar promoções e os lançamentos das empresas parceiras.

O TRABALHO DAS COMISSÕES

Os Diretores da ABRADIT à frente dos Grupos de Trabalhos (Comissões) de Vendas, Pós-Venda, Marketing Digital, Mobilidade, Recursos Humanos e Compliance tiveram a oportunidade durante a Assembleia ABRADIT de trazer para os Concessionários um resumo dos trabalhos realizados e das conquistas obtidas ao longo de 2024.

PÓS-VENDA: O Diretor do Comitê de Pós-Venda, Vinicius Ramires, destacou que foram mais de 80 pontos tratados em 2024 e pontuou alguns deles como o



O Diretor do Comitê de Vendas da ABRADIT, **Alessandro Maia**, falou sobre a força das Vendas Diretas

aumento nas margens do Pós-Venda com produtos como óleos e novas métricas com indicadores tangíveis para se atingir o Bônus Value Chain.

VENDAS: o Diretor do Comitê de Vendas, Alessandro Maia, também citou alguns importantes resultados obtidos como: os ajustes para equalizar as vendas da Hilux e a força das Vendas Diretas nessa estratégia, fazendo com que as margens da Rede voltassem a subir, sendo que o faturamento direto se tornou um canal importante e rentável. Tem novos critérios nas metas de vendas dos acessórios, agora feita por modelo de veículo; ajustes nas metas do Dealer Evaluation (agora, One Toyota) em relação aos KPIs do Banco Toyota e o Marketing Cooperado com novas possibilidades à Rede, inclusive com uma maior participação em eventos, agora com reembolso ampliado das ativações.

MOBILIDADE: o Diretor do Comitê de Mobilidade, Eduardo Berlanda, citou o trabalho de desenvolvimento do DEF, que se refere a contas específicas para análise da Kinto, além de ajustes nas métricas do Dealer Evaluation. Também há um Grupo de Trabalho para avaliar os investimentos, payback e outros aspectos relacionados à KINTO com o intuito de buscar a sustentabilidade das operações.

TECNOLOGIA E TREINAMENTO: o Diretor de Tecnologia e Treinamento, Robério Pires, destacou uma grande vitória o FANDI como ferramenta complementar de simulação e envio de proposta de financiamento; as integrações com os DMS's nos últimos dois anos e o Dealer People Profile, uma ferramenta que possibilitará mais assertividade nas contratações dos cargos-chave para toda a Rede.



“A adesão de 100% da Rede no Dealer People Profile permitiu mapear os cargos e perfis de 5 mil colaboradores”

Jéssica Monteiro
Coordenadora de RH & Financeiro da ABRADIT

ASSERTIVIDADE NA CONTRATAÇÃO DOS CARGOS-CHAVE DA REDE

A Coordenadora de RH & Financeiro da ABRADIT, Jéssica Monteiro, que encabeçou o projeto Dealer People Profile, o apresentou para a Rede, explicando a dinâmica e o objetivo desta nova ferramenta disponibilizada às Redes Toyota e Lexus. O trabalho realizado em parceria com a Talent Academy identificou e mapeou 25 cargos-chave das Concessionárias e traçou o perfil ideal de cada cargo. “Gostaríamos de aproveitar a ocasião para agradecer a colaboração da Rede. Tivemos uma adesão de 100% o que nos permitiu mapear, com confiabilidade, os cargos e perfis de 5 mil colaborado-

res. Elaboramos a descrição dos 25 cargos-chave (nessa relação temos um cargo KINTO e três Lexus) faremos a correlação dos perfis com os cargos e a análise de gaps para futuros treinamentos. Em janeiro entregaremos os resultados”, explicou Jéssica, que também aproveitou para evidenciar os benefícios deste projeto como contratações mais eficazes, desenvolvimento e direcionamento adequado dos colaboradores e, conseqüentemente, o fortalecimento das operações.

O Presidente da ABRADIT endossou a importância do Dealer People Profile com proposta similar ao antigo programa CTR (Contratar, Treinar e Reter) e que sempre foi uma ação estimulada por Rafael Chang, CEO da



O Diretor do Comitê de Mobilidade da ABRADIT, **Eduardo Berlanda**, citou as ações para impulsionar os negócios da KINTO



O Diretor do Comitê de Tecnologia e Treinamento da ABRADIT, **Robério Pires**, apontou o FANDI como uma grande conquista



O Coordenador de TI & Meio Ambiente da ABRADIT, **Paulo Santos**, atualizou os convidados sobre os projetos ambientais e as ferramentas tecnológicas disponibilizadas para a Rede

Toyota para a América Latina e Caribe. “Em uma marca como a Toyota as pessoas fazem a total diferença. A Rede tem uma grande admiração pelos colaboradores da Toyota. São pessoas abnegadas, bem-informadas, bem-treinadas e que nos ensinam. São exemplos assim que desejamos ter na Rede. Precisamos usar esse know-how que o Dealer People Profile nos trará para sermos mais assertivos na contratação e retenção dos nossos colaboradores. Rafael, obrigada pela provocação!”, disse Riguel.

AS EVOLUÇÕES DOS PROJETOS AMBIENTAIS E DAS FERRAMENTAS TECNOLÓGICAS

ESG DEALER AWARD – na edição de 2024 houve recorde de inscrições com 118 projetos. Os vencedores foram: na Categoria Ambiental, Toyota Ramires com o projeto Redução de Água e Consumo com Retenção

Natural; na Categoria Social, Toyota Hai com Projeto Mente em Foco e na Categoria Governança, considerada pelo júri a mais difícil de avaliar devido às notas altas, a grande vencedora foi a Toyota Newland com o Programa de Integridade. Os representantes das Concessionárias vencedoras receberam homenagens durante a Conexão 2024 e, em fevereiro, visitarão a Toyota da Argentina em uma experiência imersiva no processo de fabricação dos veículos.

MULTISITE - CERTIFICAÇÃO ISO 14001 – visando uma solução que otimizasse os custos e o tempo de implementação, a ABRADIT, em 2012, implementou a modalidade Multisite, possibilitando que a Certificação ISO 14001 ocorresse em grupo. Em 2024, a quantidade de Concessionárias Toyota certificadas foi de 138 e realizados sete treinamentos com 103 participantes. Para 2025, outras 18 Concessionárias deverão receber a certificação.



Os representantes das Concessionárias vencedoras da edição 2024 do ESG DEALER AWARD foram homenageados durante a Conexão



A Fundação Toyota esteve presente com exposição e venda dos produtos do projeto Retornar

EXCELLENCE ECO AWARD – para incentivar os Dealers a aderirem ao sistema Multisite, a ABRADIT desenvolveu o concurso Excellence Eco Award que está no terceiro ano. As Concessionárias passam por avaliações mensais de desempenho cujos resultados são compilados trimestralmente. Atualmente são 127 Concessionárias participantes.

PROGRAMA DE LOGÍSTICA REVERSA – lançado em janeiro de 2024 foi desenvolvido em conjunto com a Toyota e auxilia na gestão de contaminados, na logística reversa, de recicláveis e de controle dos filtros de óleos. Tudo centralizado em um sistema.

PROGRAMA DE GESTÃO AMBIENTAL – em 2025 será disponibilizado nova versão do programa, interagindo com o app da ABRADIT.

ABRADIT.ON – no quinto ano de operação, o app segue sendo aprimorado. Há a possibilidade de acessar

comunicados de 10 anos, seja da ABRADIT, da Toyota ou Banco Toyota; facilita a consulta e o download de boletos pendentes; traz relatórios detalhados para de market share da Toyota e Lexus, entre outros acessos. SIMA – está com uma nova linguagem tecnológica que foi projetada para oferecer à Rede Toyota análises de dados, ainda mais precisas e regionais. Para 2025 será desenvolvida a API de veículos usados.

SIMA – está com uma nova linguagem tecnológica que foi projetada para oferecer à Rede Toyota análises de dados, ainda mais precisas e regionais. Para 2025 será desenvolvida a API de veículos usados. ➡



O Estande da ABRADIT apresentou o D-Check e o PRT

O Evento foi finalizado com um coquetel, seguido de jantar, ambos realizados nas dependências do Hotel Jequitimar e o clima era de otimismo, união, parceria e ótimas perspectivas. Que venha 2025!



Um ambiente descontraído para encerrar a Conexão ABRADIT 2024

Na Conexão 2024, a ABRADIT apresentou o seu mais novo membro da equipe, o BRADY, avatar criado para representar os valores da Associação e fortalecer a conexão com a Rede. O personagem estará presente nas redes sociais, nas comunicações e nas interações da ABRADIT. A escolha do nome remete a um dos momentos mais icônicos da Toyota: a campanha de lançamento do Corolla, no ano de 2003, que além de trazer um novo modelo e revitalizar a marca no Brasil, trouxe o galã, ator e produtor norte-americano, Brad Pitt como garoto-propaganda. A ABRADIT agora também tem um Brad para chamar de seu!



BRADY, avatar criado para representar os valores da Associação e fortalecer a conexão com a Rede

DEPOIMENTOS NA CONEXÃO ABRADIT 2024

EXECUTIVOS DA ABRADIT



RIGUEL CHIEPPE
PRESIDENTE DA ABRADIT

“O primeiro semestre de 2024 foi especialmente desafiador. Tivemos o impacto do desequilíbrio entre a oferta e demanda de Hilux e SW4. No entanto, a partir do segundo semestre a situação começou a se equilibrar graças aos reflexos do lançamento do novo Corolla Cross – muito bem conduzido pela Toyota –, o carro teve alta demanda e permaneceu sendo muito procurado ao longo do ano e, somado a isso, a oferta da Hilux foi equilibrada, após a adoção de uma política comercial muito bem estruturada em Vendas Diretas. Encerramos 2024 otimistas. Ouvimos as mensagens da Toyota, durante a Conexão, e todas muito positivas. As ferramentas de trabalho para 2025 são extremamente poderosas. Chegaremos ainda mais fortalecidos, preparados e com uma estrutura de trabalho robusta. Acredito que 2025 será um excelente ano para a Rede de Concessionárias Toyota.”



BRENO SCHWAMBACH
VICE-PRESIDENTE DA ABRADIT

“Os investimentos da Toyota, no Brasil, (cerca de R\$ 11 bilhões) nos traz a segurança e a certeza de que o País é fundamental nas operações da Montadora e demonstra as suas intenções a longo prazo. Além disso, é muito importante destacar o que estamos fazendo em curto e médio prazo que é cuidar de cada processo, aproveitar cada oportunidade de negócio com o cliente e, principalmente, garantir a sua satisfação.”



ALESSANDRO PORTELLA MAIA
DIRETOR DE COMERCIALIZAÇÃO DA ABRADIT

“O desempenho dos veículos híbridos, em 2024, foi excelente, acima das expectativas. A própria concorrência ajudou a fomentar a procura por carros híbridos, e, inclusive, tivemos uma leve escassez de produto. Isso mostra que há um grande potencial para crescer ainda mais. A expectativa para 2025 em relação aos híbridos é ain-

da mais positiva, muito mais otimista do que já foi, principalmente com a chegada de um novo B-SUV, ampliando o segmento e enfrentando a concorrência de frente. Teremos também a Hiace que entra em um segmento totalmente novo, no País, o de vans. Com toda a reputação e a confiança que a Toyota já tem, vamos entrar nesse mercado com tudo.”



VINÍCIUS RAMIRES
DIRETOR DE PÓS-VENDA DA ABRADIT

“O Pós-Venda teve em 2024 muitos desafios. Discutimos diversos temas nas Comissões e a Toyota esteve aberta para entender as nossas ‘dores’. Nosso foco esteve na rentabilidade do negócio Pós-Venda, e, ao longo do ano, tivemos grandes avanços, concluindo o ano com várias implementações e novas políticas dentro da Montadora que ajudaram a recuperar a posição do Pós-Venda, sempre com foco no índice de absorção dos serviços. Foi um ano bastante produtivo, com muitas discussões e conquistas que devemos celebrar. Para 2025, teremos um novo programa da Toyota (Toyota 10), que trará impactos tanto para Vendas quanto para o Pós-Venda, com muitas novidades. Acredito que será um ano produtivo e, ao mesmo tempo, desafiador para o Pós-Venda. Precisamos revisar nossa capacidade de oficina, equipe de técnicos, treinamentos e reforçar a base de qualidade da Toyota, aprimorando ainda mais os treinamentos e a estrutura das Concessionárias. O foco será trabalhar intensamente nesses pontos, e a Comissão está comprometida em atuar fortemente para trazer os melhores resultados para a Rede.”



EDUARDO BERLANDA
DIRETOR DE MOBILIDADE DA ABRADIT

“O ano de 2024 foi de evolução e engajamento, por isso agradecemos muito as equipes da Toyota e da KINTO por terem revisto alguns KPI's, algo que foi fundamental para aumentar o engajamento de toda a Rede. Claro, ainda estamos em processo de aprendizado, ajustando muitos processos, mas, aos poucos, já começamos a ver- ➡

sultados. Sem dúvida, temos um futuro promissor pela frente.

Com base no que foi 2024, sabemos que ainda há muito trabalho a ser feito. Há uma grande expectativa em relação à precificação, especialmente agora que o Yaris está saindo do nosso portfólio – um veículo que foi nosso carro-chefe ao longo do ano. Rapidamente, a Toyota, junto com a KINTO, agiu e está trazendo dois novos produtos muito mais competitivos, garantindo que não percamos clientes para a concorrência. Com isso, esperamos ainda mais engajamento dos Dealers, principalmente com o ajuste do Dealer Evaluation. Temos grandes expectativas de sucesso e, ano após ano, continuaremos evoluindo junto com a KINTO no Brasil e no Japão.”



**PAULO ROBÉRIO PIRES
DIRETOR DE TREINAMENTO E
TECNOLOGIA DA ABRADIT**

“Em relação aos treinamentos, estamos bastante ativos e intensificando a oferta de capacitações online, garantindo que a Rede tenha acesso contínuo ao aprendizado e

aprimoramento. Para 2025, a previsão é retomarmos os treinamentos presenciais, mas com um formato mais estratégico. A ideia é atender a Rede de forma mais localizada, possivelmente com treinamentos regionais, o que ajudaria a reduzir custos tanto para as operações quanto para os Concessionários. Dessa forma, conseguimos equilibrar eficiência e investimento, proporcionando qualificação de alto nível para toda a equipe.”



**PAULO CEZAR C. DE ARAUJO (PC)
DIRETOR-EXECUTIVO DA ABRADIT**

“Já realizamos muitos eventos da ABRADIT, mas este foi realmente especial. Tivemos um recorde de participação – cerca de 500 pessoas, entre Dealers, Toyota, Banco Toyota, KINTO, parceiros e patrocinadores.

Foi um encontro incrível, repleto de novidades, incluindo o lançamento de novos modelos, além de iniciativas como o Toyota 10, tornando o evento ainda mais memorável. Sem dúvida, encerramos o ano com chave de ouro! Que venha 2025 e grandes negócios.”



**PAULO SANTOS
COORDENADOR DE TECNOLOGIA
E MEIO AMBIENTE DA ABRADIT**

“Para 2025, teremos a nova versão do KPI na Gestão Ambiental, a redução no número de perguntas para a Rede na Gestão Eco Dealer e um grande foco na IA, tanto no

SIMA quanto na gestão ambiental. A IA poderá oferecer sugestões na parte de alertas de vencimento, por exemplo, além de auxiliar no desenvolvimento do SIMA, trazendo informações sobre emplacamento e dados regionais, auxiliando nas tomadas de decisões. Estamos colaborando com a Montadora e já temos uma nova versão do aplicativo ABRADIT.On. Em 2025, traremos mais ferramentas de sustentabilidade para o app, que integrará todos os recursos disponíveis no portal.

Para 2025, vamos lançar a nova versão do ISO 14001, também disponível no formato mobile e já temos 18 Concessionárias em processo de homologação, com foco no Multisite.”



**HELBER BOZATO
COORDENADOR DE VENDAS,
PÓS-VENDA E PARCERIAS
ESTRATÉGIAS DA ABRADIT**

“O ano de 2024 foi um ano muito positivo e de celebração. O grande destaque foi a realização das quatro Reuniões Regionais que reuni-

ram a Rede Toyota para debater os temas de Vendas e Pós-Venda. Também destaco o nosso sistema de digitalização do Pós-Venda, o D-Check e a integração com os DM's Linx e NBS. O encerramento do Insper em outubro foi outro marco importante. A viagem para o Japão foi uma experiência incrível, onde tivemos a oportunidade de absorver a cultura da Toyota diretamente da fonte.

Em 2025, vamos avançar com a digitalização por meio do D-Check, estamos criando parcerias e estudando outras integrações para otimizar ainda mais o Pós-Venda da Rede. Quanto às Regionais iremos desenhar um novo formato e jornada. E, claro, será um ano de desenvolvimento para a nova turma do Insper, com previsão de início em 2026.”



**JESSICA MONTEIRO RANITE
COORDENADORA DE RH E
FINANCEIRO DA ABRADIT**

“Em 2024 uma importante realização foi o projeto Dealer People Profile, que tem como objetivo mapear os 25 cargos-chave da Rede Toyota e Lexus, além de definir o perfil

ideal para cada um desses cargos. Dentre os principais benefícios estão: uma contratação mais assertiva, melhor direcionamento dos colaboradores já existentes e, conseqüentemente, uma operação mais robusta e eficiente. Durante a Conexão tivemos a oportunidade de apresentá-lo, destacar a sua importância e as contribuições para a Rede de Concessionárias.”

EXECUTIVOS DA TOYOTA



EVANDRO MAGGIO
PRESIDENTE DA TOYOTA DO BRASIL

“Estamos vivendo um momento muito especial, marcado pelo maior ciclo de investimentos da Toyota no Brasil. Esse primeiro passo reforça a confiança da matriz, no Japão, em

nossa região e impulsiona o desenvolvimento de novos produtos com tecnologias inovadoras.

A tecnologia híbrida flex, por exemplo, se adaptou muito bem ao Brasil, assim como a híbrida de forma geral, atendendo à crescente demanda por mobilidade de baixo carbono. Além disso, esse investimento reflete na exportação dos nossos veículos, permitindo a ampliação da capacidade de produção e da oferta de modelos. Esperamos atender ainda mais clientes, proporcionando uma experiência cada vez melhor com os carros da Toyota. Esse crescimento não se limita à fábrica, mas também fortalece nossa Rede de Concessionárias. Por isso, é essencial que a Rede e a Toyota trabalhem juntas na fidelização dos clientes e na excelência no atendimento. E nisso, vocês são especialistas! Contamos com todos para crescermos juntos. Vamos em frente e que venha 2025!”



RAFAEL CHANG
CEO DA TOYOTA PARA AMÉRICA LATINA E CARIBE

“Temos excelentes perspectivas para os próximos anos. O Brasil e a América Latina receberam o maior investimento da história da Toyota, na região, totalizando 11 bilhões de

reais. Esse valor será destinado à expansão da produção e à ampliação da oferta de veículos eletrificados, demonstrando a confiança da nossa matriz no potencial do mercado latino-americano.

O Brasil é o nosso maior mercado na América Latina por diversos motivos. Primeiro, porque é aqui que temos nossa maior capacidade de produção na região. Segundo, pela liderança no atendimento aos clientes, um fator essencial para nós. Além disso, no processo de descarbonização, o Brasil desempenha um papel estratégico, pois produzimos localmente veículos híbridos flex, que utilizam etanol – um dos combustíveis mais limpos disponíveis – contribuindo diretamente para a redução de emissões.”



JORGE MUSSI
GERENTE GERAL DE PÓS-VENDA DA TOYOTA DO BRASIL

“A Toyota sempre recebe a concorrência de forma positiva, pois a consideramos um fator saudável para o ambiente de negócios. Independentemente da marca ou da

origem dos novos entrantes, acreditamos que a concorrência traz impactos benéficos, ajudando a elevar a qualidade dos produtos e serviços oferecidos.

E quais são nossas estratégias neste cenário? Um dos principais pontos que reforçamos é a segurança e qualidade dos nossos produtos e serviços. Um exemplo disso é o recente lançamento do Toyota 10, que oferece até 10 anos de garantia os nossos veículos, desde que o cliente realize as manutenções dentro dos prazos recomendados.

Além disso, nossa Rede de assistência técnica não apenas garante o melhor serviço e a melhor qualidade, mas também oferece preços competitivos, preservando a originalidade do veículo. Tudo isso faz parte da nossa estratégia de proporcionar sempre a melhor experiência ao cliente, com produtos e serviços de excelência. Dessa forma, fortalecemos a fidelidade dos nossos consumidores, consolidando a Toyota como a melhor opção no mercado.”



JOSÉ RICARDO GOMES
DIRETOR COMERCIAL DA TOYOTA DO BRASIL

“Encerramos 2024 com mais de 200 mil veículos comercializados, no entanto, mais do que volume de vendas, o principal foco da Toyota é o relacionamento com o consumidor, buscando sua fidelização. Hoje, contamos com

mais de 1,4 milhão de clientes na nossa base e o objetivo é mantê-los sempre próximos da marca, escolhendo a Toyota para suas futuras compras. Além disso, nosso compromisso vai além do mercado automotivo; buscamos contribuir para a descarbonização e um futuro mais sustentável. A Toyota foi pioneira na produção de veículos híbridos flex no Brasil, desde 2019, com o lançamento do Corolla. Nossa intenção é expandir ainda mais essa tecnologia, como uma forma de contribuir para uma sociedade mais limpa e sustentável, proporcionando melhor qualidade de vida.”



FÁBIO LAGE DOMINGUES
GERENTE GERAL DE VENDAS,
MARKETING E DRD DA TOYOTA
DO BRASIL

“Fechamos 2024 com 200 mil unidades vendidas e, para 2025, projetamos um crescimento de 5%, alcançando 210 mil unidades. Nossa estratégia é robusta, especialmente no canal Small Business, onde lançaremos novos produtos, mantendo o sucesso da Hilux. Com isso, esperamos atingir quase 80 mil unidades nesse segmento. Além disso, teremos o lançamento do Yaris Cross, reforçando nossa confiança em atingir essa meta.

Em 2024, lançamos o novo Corolla Cross, destacando nossa liderança na tecnologia híbrida. Fomos pioneiros na produção de híbridos no Brasil, e essa inovação foi o foco da nossa campanha de sucesso. Após o lançamento, o Corolla Cross assumiu a liderança do segmento, e nossa meta é manter essa tendência em 2025.

A Rede de Concessionárias é a extensão da Toyota, responsável pelo contato direto com os clientes. Por isso, a sinergia entre a Toyota, a equipe de campo e a Rede é essencial para garantir que a estratégia esteja bem alinhada. Junto com a Rede, vamos rumo a um excelente 2025!”

A Rede de Concessionárias é a extensão da Toyota, responsável pelo contato direto com os clientes. Por isso, a sinergia entre a Toyota, a equipe de campo e a Rede é essencial para garantir que a estratégia esteja bem alinhada. Junto com a Rede, vamos rumo a um excelente 2025!”



SORAYA BATTISTINI
GERENTE NACIONAL DE VENDAS
DA TOYOTA DO BRASIL

“Para 2025 estaremos com uma importante mudança na política de Vendas Diretas. Até então, o desconto aplicado era de 5% e passou para 18%, com uma comissão de 5%. Isso representa uma grande oportunidade para os Dealers, permitindo atender um novo público e gerar resultados excepcionais. Tudo isso acompanhado por dois importantes lançamentos: o Corolla GLi e o Cross XR.

Há tempos falamos sobre a importância das Vendas Diretas e incentivamos os Dealers a se prepararem. Ter uma estrutura adequada e profissionais capacitados faz toda a diferença. Quem já investiu nessa área sairá na frente, e quem ainda não se preparou, ainda tem tempo. Além disso, estamos aqui para apoiar os Dealers nesse processo. A Toyota tem investido em pessoas, processos e sistemas para garantir um crescimento sustentável nos próximos anos.”

Há tempos falamos sobre a importância das Vendas Diretas e incentivamos os Dealers a se prepararem. Ter uma estrutura adequada e profissionais capacitados faz toda a diferença. Quem já investiu nessa área sairá na frente, e quem ainda não se preparou, ainda tem tempo. Além disso, estamos aqui para apoiar os Dealers nesse processo. A Toyota tem investido em pessoas, processos e sistemas para garantir um crescimento sustentável nos próximos anos.”



CAROLINE SENTINELO
GERENTE DE DESENVOLVIMENTO
DE REDE E PROCESSOS DA
TOYOTA DO BRASIL

“A Conexão ABRADIT é um dos principais eventos do ano, especialmente para nossa área de desenvolvimento de Rede. Ela nos permite alinhar a estratégia diretamente com os titulares, celebrar os resultados do ano e, principalmente, definir a direção da Toyota para o futuro.

Nosso objetivo é garantir que os Concessionários tenham uma visão clara para orientar suas equipes. A Toyota está aqui, com total transparência, para mostrar o que esperamos da Rede. O slogan ‘Acelerando Juntos’ reflete nosso compromisso: seguimos avançando com investimentos, fortalecendo a produção e trazendo novos modelos para o mercado, demonstrando que estamos preparados para o futuro. Além disso, estamos focados em retenção e planejamento estratégico, para que a Rede continue sendo a melhor do Brasil.

Por fim, temos um projeto de médio prazo que reforça nossa visão de futuro e nosso compromisso com um mercado sustentável. Seguimos investindo para atender às necessidades dos clientes e garantir um crescimento sólido.”

Por fim, temos um projeto de médio prazo que reforça nossa visão de futuro e nosso compromisso com um mercado sustentável. Seguimos investindo para atender às necessidades dos clientes e garantir um crescimento sólido.”



HENRIQUE PRINTES DOS SANTOS
GERENTE GERAL DE DCX DA
TOYOTA DO BRASIL PARA
AMÉRICA LATINA

“Estamos indo para o terceiro ano do nosso projeto DCX para a América Latina. Em março de 2024, alcançamos quase 100 mil downloads do aplicativo, na América Latina, sendo cerca de 50 mil no Brasil. No final de 2024 chegamos com os carros conectados, um grande lançamento da DCX e da Toyota em termos de conectividade. O Corolla, por exemplo, tem com duas novas tecnologias: wi-fi dentro do veículo e uma nova multimídia, fruto de um projeto de três anos com as equipes de engenharia, trazendo uma experiência moderna para o usuário.

Em 2025, continuaremos evoluindo com o lançamento dos carros conectados. Iremos aprender com esses dados, compartilhá-los com a Rede Toyota e focar na retenção. Para os clientes, expandiremos a conectividade para toda a linha, incluindo Hilux, SW4, Corolla Sedan e Corolla Cross. Para a Rede, começamos a introduzir o sistema de showroom virtual, uma tecnologia que permite uma experiência de compra completamente digital.”

Em 2025, continuaremos evoluindo com o lançamento dos carros conectados. Iremos aprender com esses dados, compartilhá-los com a Rede Toyota e focar na retenção.

Para os clientes, expandiremos a conectividade para toda a linha, incluindo Hilux, SW4, Corolla Sedan e Corolla Cross. Para a Rede, começamos a introduzir o sistema de showroom virtual, uma tecnologia que permite uma experiência de compra completamente digital.”

KINTO



ROGER ARMELLINI
REGIONAL OFFICER DE
MOBILIDADE, DCX E VALUE
CHAIN DA TOYOTA AMÉRICA
LATINA E CARIBE | DEPUTY CEO
DA KINTO BRASIL

“São muitas conquistas e transformações que alcançamos com

a KINTO. O que mais nos orgulha é ter alcançado um nível de atendimento e satisfação de clientes que se iguala ao padrão Toyota. Conseguimos aprimorar nossos processos internos por meio de discussões com a ABRADIT, a Rede e a Comissão de Mobilidade, trazendo contribuições valiosas para a operação. Nosso foco é cada vez mais oferecer um atendimento diferenciado aos clientes.

Atualmente, nossos mais de 2.000 clientes têm à disposição um serviço muito melhor do que no início da operação. Além disso, muitas novidades estão por vir, alinhadas com as estratégias da Toyota para retenção de clientes e lançamento de novos produtos. O nosso objetivo é tornar a KINTO a melhor empresa de mobilidade do Brasil, oferecendo soluções eficientes, sustentáveis e inteligentes.”



VLADIMIR CENTURIÃO
DIRETOR COMERCIAL DA KINTO

“Encerramos 2024 muito felizes com os resultados. No primeiro semestre, a Rede apontou que a KINTO precisava melhorar e, embora ainda haja ajustes a fazer, no segundo semestre conseguimos

implementar mudanças que já geraram bons resultados. Observamos a Rede contratando pessoas exclusivas para a KINTO e um aumento na comunicação conosco. Estamos mais próximos agora do Comitê de Mobilidade e isso nos deixa muito animados para gerar mais negócios para a Rede e para a KINTO em 2025. Em novembro de 2024, fechamos o maior contrato da KINTO com a Braskem, com mais de 150 carros, o que nos motiva ainda mais e demonstra à Rede que estamos no caminho certo.

Para 2025, nossos principais desafios são aumentar a participação de produtos como o Corolla Cross, Corolla Sedan e Hilux no portfólio da KINTO. Precisamos atrair novos clientes qualificados e oferecer contratos de 24 e 36 meses. A KINTO faz parte da segunda roda da Toyota e, o nosso foco é desenvolver ainda mais essa cadeia de valor, especialmente voltada para a retenção.”

BANCO TOYOTA



LUCIANO SAVOLDI
PRESIDENTE DO BANCO TOYOTA

“Em 2024 chegamos a mais de 10.000 cotas de consórcio vendidas, um resultado excepcional. Para 2025, nossa meta é alcançar 15.000 cotas. Já somos líderes em consórcio entre os bancos de Montadora

e, no segmento de seguros, desde o lançamento da nossa corretora, conseguimos dobrar nosso market share.

Em 2025 ampliaremos ainda mais nossas ofertas. Lançaremos três novos produtos de seguro, além de novas opções de consórcio e financiamento, com foco especial no ciclo de retenção e fidelização dos clientes. Também apresentaremos um seguro patrimonial para proteger as instalações, o estoque e o negócio dos nossos Concessionários.”



PEDRO DABBUR
DIRETOR COMERCIAL,
PRODUTOS E MARKETING DO
BANCO TOYOTA DO BRASIL

“O Brasil é uma potência no agro-negócio, setor que tem impulsionado a economia nos últimos anos.

A Toyota e o Banco sempre buscam estar presentes nesse segmento e identificamos uma grande oportunidade de oferecer um consórcio personalizado para atender às necessidades do público agro. Desenvolvemos um produto com condições especiais, incluindo pagamentos ajustados ao fluxo da safra e preços diferenciados. Acreditamos que essa solução terá um forte apelo e será muito bem recebida pelos produtores rurais.”

FUNDAÇÃO TOYOTA



OTACÍLIO DO NASCIMENTO DIRETOR EXECUTIVO DA FUNDAÇÃO TOYOTA DO BRASIL

“Em 2024, a Fundação Toyota do Brasil celebrou 15 anos de história, contribuindo com a sociedade brasileira por meio de projetos de conservação e educação. Firmamos uma parceria importante com o Comitê Paralímpico e tivemos a oportunidade de divulgar os programas da Fundação, especialmente o Retornar, um projeto de economia circular com foco em impacto ambiental, social e empregabilidade.

Destaco ainda que 2024 foi um ano de muitas parcerias e quando falamos de ESG, não podemos esquecer que elas são essenciais para gerar o impacto social que buscamos. Estamos planejando novidades para 2025, como uma parceria com o Banco Toyota, que envolve um programa de educação voltado para jovens em áreas que acreditamos serem chave para a empregabilidade deles. Também estamos desenvolvendo um novo projeto de educação em Sorocaba, nas áreas de matemática, ciências e desenvolvimento de software.”

PARCEIROS/ PATROCINADORES

AUTO AVALIAR



GERALDO VICTORAZZO DIRETOR-EXECUTIVO DA AUTO AVALIAR

“Além das certificações de avaliação de veículos seminovos e do processo de compra Toyota, estamos apresentando uma ferramenta inovadora: o Car Invest. Com ela, conseguimos gerar indicadores completos sobre compra, gestão de estoque e vendas. Sabemos que o mercado de seminovos será cada vez mais crucial para o desempenho das Concessionárias e estamos ainda mais comprometidos em levar essa inovação para os nossos associados e para toda a Rede Toyota.

O índice de motorização nas grandes cidades mostra que o mercado está focado em troca e plataformas como a Auto Avaliar são fundamentais para garantir que, mesmo com altos volumes, a compra e venda de

carros seja rentável e segura. Isso, por sua vez, contribui para a venda de mais veículos novos. Esse será nosso maior desafio, pois sabemos que a necessidade de troca está cada vez mais forte.”

BRAZZO



EDER OLIVEIRA – DIRETOR NACIONAL DE VENDA DA BRAZZO

“Acabamos de homologar a marca Brazzo dentro da Montadora Toyota, com um portfólio de mais de 10 produtos. Além disso, estamos lançando, em parceria com a

ABRADIT, o D-Check by Mobato, nossa digitalização do Pós-Venda. Para 2025, projetamos um crescimento superior a 150% nas vendas, impulsionado pelas nossas homologações.”

CASAIDEIA – MÓVEIS CORPORATIVOS



NATALY DE ANDRADE SORIANI DIRETORA DA CASAIDEIA

“Somos fornecedores de mobiliário para todas as Concessionárias Toyota no Brasil, atendendo em nível nacional. Ter a oportunidade de conhecer o cliente pessoalmente e realizar essa troca tem sido uma experiência muito enriquecedora, por isso, participar da Conexão é uma experiência enriquecedora.

Para os próximos anos, a perspectiva é que a Toyota realize a adequação das lojas menores, como as lojas 2S, e estamos aqui para apoiar todos os Concessionários nessa nova etapa.”

Para os próximos anos, a perspectiva é que a Toyota realize a adequação das lojas menores, como as lojas 2S, e estamos aqui para apoiar todos os Concessionários nessa nova etapa.”

COMPLETA CORPORATIVO



WINCHESTER DAMACENA DIRETOR COMERCIAL DA COMPLETA CORPORATIVA

“Produzimos móveis e assentos personalizados para diversas marcas e é um privilégio atender a Rede Toyota. Além disso, somos exclusivos no fornecimento de assentos e mobiliários para a Rede Lexus.

Estamos com grandes expectativas, especialmente após nossa participação no processo de desenvolvimento das Concessionárias 3S, que foi incrível! A Rede se desenvolveu muito bem, o time de produção e execução dos projetos foi ágil, eficiente e sem grandes problemas. Agora, com as lojas 2S, esperamos que o

projeto siga da mesma forma, com o mesmo sucesso. Estamos animados para continuar atendendo a Rede e ver todas as Concessionárias completamente renovadas.”

DEALERNET



LUIZ AUGUSTO PESSOA
GERENTE NACIONAL DE VENDAS
E MARKETING DA DEALERNET

“A Dealernet está trabalhando um conceito diferente de DMS, agora como Dealernet MultiSolution. Um destaque é o Invoice Portal, aplicativo que facilita a obtenção de arquivos XML e oferece uma solução integrada para os Concessionários, simplificando o dia a dia.

Nos últimos três anos, intensificamos muito nosso trabalho com a Rede Toyota, aumentando a participação, e hoje já temos uma presença significativa dentro da Rede. Para 2025, esperamos ampliar ainda mais essa participação, levando o conceito de MultiSolution e trazendo soluções cada vez mais eficazes para nossos clientes Concessionários.”

“A Dealernet está trabalhando um conceito diferente de DMS, agora como Dealernet MultiSolution. Um destaque é o Invoice Portal, aplicativo que facilita a obtenção de arquivos XML e oferece uma solução integrada para os Concessionários, simplificando o dia a dia.

GRUPO PAILON



VALTER PEREIRA DA FONSECA
EXECUTIVO DE CONTAS DO
GRUPO PAILON

“A Pailon atende à Rede Toyota há mais de 10 anos, fornecendo comunicação visual completa e todo o mobiliário padrão da Toyota. Quero destacar também que esta

é a nossa primeira participação na Conexão ABRADIT, o que foi extremamente compensador. Além disso, tivemos a oportunidade de conhecer pessoalmente os diretores e responsáveis pelas revendas. Atualmente, a Pailon fornece para mais da metade da Rede 3S, tanto em comunicação visual quanto em mobiliário. Para 2025, nosso novo desafio será atender as Concessionárias 2S.”

INTEROZONE BRASIL



LUIZ GUSTAVO NASCIMENTO
DIRETOR COMERCIAL DA
INTEROZONE BRASIL

“Estamos muito satisfeitos com o lineup em parceria com a Toyota. São 14 produtos, além de focarmos na prestação de serviços. Isso inclui trabalhar o sell out na Rede de

Concessionárias, girar os produtos e engajar os profissionais dos departamentos de Pós-Venda e os Concessionários. As projeções para 2025 são muito positivas, especialmente com a ampliação do nosso portfólio, tanto com a Toyota quanto com outras Montadoras. No que diz respeito ao trabalho com a Rede Toyota, estamos focados na retenção de clientes, oferecendo o melhor serviço e produto, sempre atendendo às suas necessidades durante as revisões.”

LINX



ADILSON ROSSI
GESTOR DE PARCERIAS DO
SEGMENTO AUTOMOTIVO DA
LINX

“Trazemos uma importante novidade para 2025: o Linx DMS Web responsivo, alinhado ao conceito de mobilidade da Toyota. Com isso,

os clientes poderão usar dispositivos móveis, como smartphones e tablets, para trabalhar, oferecendo ainda mais mobilidade, também para o cliente final da Toyota.

Este é um passo relevante não apenas em termos de mobilidade, mas também em relação à sustentabilidade da marca, com o apoio de um novo sistema para 2025.”

MOBIAUTO



AMANDA JUNQUEIRA
DIRETORA COMERCIAL DA
MOBIAUTO

“Destacamos o nosso CRM com inteligência artificial. Em um momento em que a IA está em evidência, nosso produto facilita significativamente o dia a dia do vendedor,

otimizando seu tempo e permitindo que ele consiga vender mais veículos.

A Mobiauto está em processo de homologação com a Toyota, o que é muito importante para nós. Em breve tudo estará finalizado e oficialmente aprovado, o que certamente ajudará em nossas negociações. A Toyota abre muitas portas para nós, e, hoje, temos grandes parceiros graças à Montadora.” ➡

MOOVE



FÁBIO SANZ
GERENTE DE CONTAS
CORPORATIVAS DA MOOVE

“Somos fornecedores da linha de lubrificantes e produtos especiais Toyota, vendidos na Rede de Concessionárias. Recentemente realizamos uma campanha com a Rede e vamos fazer uma ação divertida

com o Rubinho Barrichello, onde teremos a oportunidade de andar de kart e também participar da Stock Car, juntos! Este evento reflete bem a conexão entre a ABRADIT, a Toyota e a Moove.

Temos feito um excelente trabalho, premiando os melhores Concessionários que mais compraram os lubrificantes genuínos Toyota. Nosso crescimento tem sido de 10 a 12% ao ano, e para 2025 esperamos manter esse ritmo de evolução. Continuaremos com as campanhas e trabalhando em parceria para alcançar esse crescimento contínuo.”

SAMSUNG / INTEL



MÁRIO GANTE – GERENTE
COMERCIAL DA ÁREA DE
INDÚSTRIA DA SAMSUNG

“A Samsung é amplamente conhecida pelos seus produtos de consumo e varejo, mas também atuamos no segmento corporativo, oferecendo monitores profissionais, painéis de LED, tablets e notebooks corporativos.

No projeto da Toyota com a ABRADIT estamos fornecendo monitores profissionais de 43 polegadas para as mesas dos vendedores, além das telas touch screen de 55 polegadas. Para o próximo ano, a Toyota planeja modernizar as lojas 2S e a Samsung estará pronta para colaborar com a Toyota e os Concessionários, fornecendo as soluções de telas profissionais para essa atualização.”

PETROPLUS / STP



AMANDA FREITAS
GERENTE COMERCIAL DA
PETROPOLUS /STP

“Nesta Conexão ABRADIT focamos nos novos itens adicionados ao portfólio de produtos homologados pela Montadora. Foram cinco novos itens, todos voltados para a linha de car care: reparador

de pneus, auto air cleaner, lavagem de caixa evaporadora e limpeza de sistema de freios. Esse incremento de portfólio fortaleceu a Petroplus, tornando nossa parceria com a Rede mais robusta, permitindo oferecer novas soluções e gerar mais rentabilidade. A projeção para 2025 é continuar nessa trajetória de crescimento, trazendo cada vez mais soluções inovadoras e rentáveis.”

TUNAP NO BRASIL



CARLOS ITRIA
DIRETOR DA TUNAP NO BRASIL

“Celebramos mais um ano de parceria com a Rede Toyota e ultrapassamos os 10 anos. Oferecemos produtos voltados para ar-condicionado, limpeza de sistema de injeção e para o motor, mas, acima de tudo, vendemos soluções. Nossos produtos são pensados para que o cliente saia satisfeito com o seu Toyota em perfeito estado, pronto para rodar. São desenvolvidos com cada vez mais responsabilidade ambiental, desde a concepção da embalagem até a composição química. Em 2025, nossa expectativa é de mais vendas, mais negócios e mais crescimento.”

Nossos produtos são pensados para que o cliente saia satisfeito com o seu Toyota em perfeito estado, pronto para rodar. São desenvolvidos com cada vez mais responsabilidade ambiental, desde a concepção da embalagem até a composição química. Em 2025, nossa expectativa é de mais vendas, mais negócios e mais crescimento.”

TURY



DANIEL TURY
CEO DA TURY

“Esta é a nossa primeira participação na Conexão ABRADIT, embora a Tury comemore 10 anos de parceria com a ABRADIT no ano que vem. O evento é incrível, com toda a Rede presente, e tivemos excelentes contatos. Estamos lançando novas categorias de produtos aprovados recentemente pela engenharia da Toyota. Destacamos algumas tecnologias inovadoras, como a adição de câmeras nas laterais e na frente do veículo, com imagens reproduzidas em tempo real na multimídia original, totalmente plug and play.

Além disso, oferecemos um sistema de decoração interna com iluminação LED, personalização veicular e acessórios exclusivos para a Hilux. Ao longo do ano, continuaremos com um grande projeto em parceria com a engenharia e o setor de acessórios da Toyota. Nossa projeção para 2025 é de um crescimento expressivo, com base nesse projeto de novos acessórios.”

Além disso, oferecemos um sistema de decoração interna com iluminação LED, personalização veicular e acessórios exclusivos para a Hilux. Ao longo do ano, continuaremos com um grande projeto em parceria com a engenharia e o setor de acessórios da Toyota. Nossa projeção para 2025 é de um crescimento expressivo, com base nesse projeto de novos acessórios.”

VC ONE – SOLUÇÕES CONECTADAS


FLÁVIO VASQUEZ
SÓCIO-DIRETOR DA VC ONE –
SOLUÇÕES CONECTADAS

“Estamos aqui mais uma vez, mantendo nossa longa parceria com a Rede Toyota. Somos uma empresa conectada com as melhores soluções para Concessionárias. Atuamos com projetos, digitalização, treinamento e serviços. A VC One compartilha da mesma missão dos Concessionários Toyota: oferecer sempre qualidade em serviços e produtos. Em 2024, acompanhamos de perto o rejuvenescimento da Rede Toyota. Somos uma empresa jovem, mas madura naquilo que oferecemos. Aproveitamos nossas viagens internacionais para colher tendências, trazendo inovações para o Brasil. Em 2025, planejamos fortalecer a gestão do Pós-Vendas e lançar novos produtos tecnológicos.”

Atuamos com projetos, digitalização, treinamento e serviços. A VC One compartilha da mesma missão dos Concessionários Toyota: oferecer sempre qualidade em serviços e produtos. Em 2024, acompanhamos de perto o rejuvenescimento da Rede Toyota. Somos uma empresa jovem, mas madura naquilo que oferecemos. Aproveitamos nossas viagens internacionais para colher tendências, trazendo inovações para o Brasil. Em 2025, planejamos fortalecer a gestão do Pós-Vendas e lançar novos produtos tecnológicos.”

WÜRTH


RAFAEL BRUNELLI
KEY ACCOUNT MANAGER AUTO/
CARGO DA WÜRTH

“São mais de 8 anos de parceria entre a Würth e a ABRADIT e Toyota, uma relação marcada pela confiabilidade e comprometimento de ambas as partes, o que fortalece ainda mais nossa colaboração.

Em 2024, ampliamos nossa linha com 16 novos itens homologados pela Toyota, consolidando nossa posição como uma das empresas parceiras comerciais com mais produtos na Montadora. Destaque para produtos como reparador de pneu, desengraxante Express e DPF Cleaner, para limpeza do filtro DPF da linha diesel. A projeção é expandir nossa capilaridade junto à Rede Toyota, oferecendo esses itens estratégicos para manutenção preventiva e corretiva, aproveitando a estrutura e abrangência nacional da Würth.” 🇧🇷



A **Forta Tech**, em parceria com a **ABRADIT**, leva até você soluções com a eficiência de uma montadora.

CONHEÇA NOSSAS SOLUÇÕES
HOMOLOGADAS TOYOTA

- Máquina de troca de ATF – TEKTINO 104 +
- Alinhadora ADVANCED 3D
- Alinhadora ESSENCE 3D
- Máquina de limpeza de bicos GDI e EFI – CNC 605A
- Troca de óleo a vácuo – TOC 317
- Balanceadora de rodas – B100, B102, B103 e B104
- Desmontadora de rodas – D300, D301, D302 e D303
- Elevador pantográfico – ETZ 35E e ETZ 30SS
- Elevador de baterias – EEV 15
- Elevador base baixa 4,5T – EB452, EBB 452
- Elevador pórtico 4,5T – EP452
- Elevador pórtico EV 4,5T – EPP452
- Elevador pórtico 6,0T – EPP600
- Recicladora de ar-condicionado – AC 519

ADVANCED 3D
ALINHE
SEM RAMPA


TROCA DE FLUIDO DE
TRANSMISSÃO AUTOMÁTICA
 TEKTINO CM 104+

 SAIBA MAIS EM [FORTATECH.COM.BR](https://www.fortatech.com.br)

ENTRE EM CONTATO E DESCOBRA
 COMO PODEMOS TRANSFORMAR
 SEUS NEGÓCIOS.



f FORTATECHOFICIAL @ FORTATECH

☎ 41 9 8508-1076

