

Boletim CCBJ Número 80
24 de dezembro de 2020

(Mensagem do Presidente da CCBJ)

Prezados Associados da CCBJ,

Gostaria de agradecer a participação de todos no Bounenkai da CCBJ que foi realizado no dia 17 de dezembro. Em formato virtual por causa da pandemia, contamos com a honrosa participação do Embaixador João de Mendonça Neto, Cônsul-Geral do Brasil em Tóquio.

Muitos prêmios foram sorteados e agradecemos as empresas que colaboraram que foram: Citrosuco/Nippon Fruit Juice, Lead-off Japan, Imai Group, iPC World, TS Farm, WEG e Kowa.

Este foi um ano de distanciamento social, mas acreditamos que 2021 teremos boas novidades. Já foi anunciada a vacina contra o novo coronavírus e esperamos que todos sigam as recomendações do governo japonês a fim de ter boas realizações em 2021.

O artigo deste mês é escrito pelo Presidente da Unidos, Yuichiro Kimoto, que viveu muitos anos no Brasil. Ele fala dessa relação com o Brasil e das mudanças que aconteceram pessoal e profissionalmente.

O otimismo segue na indústria brasileira. A Confederação Nacional da Indústria divulga que o Índice de Confiança do Empresário Industrial está elevado.

Saiba também sobre o Estado de Alagoas num estudo da Apex-Brasil e mais informações de transformação digital pela PwC para a sua empresa.

Desejo a todos Feliz Natal e 2021 com muitas realizações!

Muito obrigado!

Celso Guiotoko
Presidente da CCBJ

(Artigo)

Vínculo humano que liga as pessoas

Por Yuichiro Kimoto

Presidente da Unidos Co., Ltd.

No Japão, temos a expressão “KIZUNA” que significa os laços e vínculos entre as pessoas. Mas o significado original era corda para amarrar o gado. Ao longo do tempo, a expressão kizuna foi ganhando outros significados e hoje, entre os japoneses é uma forma de expressão para um relacionamento forte - cheio de amor e respeito - entre famílias, amigos e todos. Porém, sinto que com as rápidas mudanças nos cenários econômico e social, nossas vidas parecem ter perdido um pouco este lado.

Nasci em Kobe, no Japão, em 1948, onde me formei em Administração de Empresas pela Universidade de Konan, começando a minha carreira profissional em uma seguradora, mas logo percebi que não era bem isso que eu queria.

Fui ao Brasil em 1973, com 24 anos, onde acabei ficando por 27 anos (até 1999), sem falar nada de português. O que inicialmente deveria ser uma viagem para conhecer um país diferente, influenciado por um grande amigo de tênis, fiquei apaixonado pelo país e pelas oportunidades que foram aparecendo, desde meu primeiro emprego em uma joalheria, passei pela lavoura, indústria de moda, tecelagem, parques de diversões, restaurante, entre outras atividades até chegar no Convênio Kyodai. Neste meio tempo, constitui minha família pela qual tenho 2 filhas brasileiras que ainda moram no Brasil.

Tinha 2 casas, uma no Japão e outra no Brasil e depois também no Peru. Diferentemente de hoje, naquela época era muito difícil e caro termos notícias dos familiares e amigos. Com isso sempre fiquei pensando em formas de como diminuir essa distância. Muito da necessidade de contato humano vem do que vivi e aprendi no Brasil, vendo um povo alegre, cheio de calor humano, extremamente receptivo, com capacidade de adaptação (jogo de cintura) e muita força interna (我慢), que foi muito importante para formar o ideal na cabeça de conectar o mundo e poder transmitir esses valores de cada local, no qual acordo todos os dias pensando em como realizar isso.

Voltei ao Japão em 2000, com a missão de reorganizar e transferir as operações da Kyodai do Peru para o Japão, para fazer frente as mudanças e desafios que estavam acontecendo no Japão e no mundo em relação as transformações nas relações trabalhistas, do crescimento da diversificação de povos imigrantes, nas demandas e necessidades para as operações de remessas de dinheiro e principalmente, construir uma base para um crescimento constante e sólido, para que servíssemos de “cola” (のり) para manter ligados os imigrantes no Japão com sua família nos países de origem.

Desde que entrei na empresa Unidos Co., Ltd. (Kyodai Remittance) tenho buscado fortalecer o relacionamento contínuo, forte e familiar com nossos colaboradores, clientes e parceiros. E temos usado o nosso serviço de remessas como essa “cola” para o fortalecimento da conexão entre os familiares, os amigos e as pessoas em qualquer lugar do mundo e a qualquer hora.

E a própria história da Kyodai reflete um pouco isso. Em 1989, as três maiores cooperativas Nikkeis no Peru, a Aelucop, a Abaco e a Pacífico se uniram, a pedido da Embaixada do Japão no Peru, da Embaixada do Peru no Japão, da Associação dos Nikkeis no Exterior e da Sociedade Japão-Peru para fim de mitigar a ilegalidade, a insegurança, ações dos intermediários, os altos custos bancários e a baixa eficiência. O resultado foi a fundação do Convênio Kyodai para dar suporte aos peruanos no Japão a enviarem dinheiro do Japão para o Peru e logo depois também para os brasileiros.

E também isso foi fortalecido com a regulamentação das empresas de remessas, em 2010, pelo Ministério das Finanças, no qual tivemos papel relevante, que nos possibilitou formar várias alianças com instituições financeiras bancárias e não bancárias pelo mundo, onde estamos interligados com 160 países e no Japão com Japan Post Bank, Mizuho Bank, SMBC, MUFG, importantes bancos regionais e agora com o Lawson Bank, contando com suporte de colaboradores de 19 países em nossos escritórios e 18 agências no Japão e 4 escritórios no exterior para atender nossos clientes, nos dando uma capilaridade de mais de 40 mil pontos dentro do Japão e capacidade de atender os clientes 24 horas do dia durante 7 dias da semana.

Com o fruto do nosso trabalho e dedicação em tentar dar um maior conforto aos estrangeiros em várias formas de contribuição e suporte, conseguimos conquistar credibilidade e confiabilidade não somente junto ao Governo

Japonês e suas principais instituições, mas também de governos de outros países e suas instituições, onde com muita honra sermos representantes da Associação Peruana Japonesa (desde 2015), do BUNKYO - Sociedade Brasileira de Cultura Japonesa e de Assistência Social (desde 2019) e recentemente, Consulado Honorário do Nepal, em Fukuoka (desde 2020).

Tive muita sorte ao longo desses anos pela oportunidade de encontrar várias pessoas que me ajudaram de algum modo na pessoa que sou hoje, no qual sou profundamente grato e que contam com meu maior respeito (感謝と恩返し). Por isso não vou citar nomes para não cometer o desrespeito de deixar de citar alguém.

Nosso valor fundamental é o espírito "KIZUNA", que conecta tempos, lugares e pessoas para alcançar uma verdadeira conexão entre todos os familiares. E por isso, nosso slogan é: De FAMÍLIA Para FAMÍLIA e o cultivo das palavras para atingir este objetivo do Prof. Hidesaburo Kagiya da Yellow Hat Ltd. que fala que 1) grandes esforços com pequenos resultados, 2) não se compare aos outros e foque no seu desenvolvimento, 3) não relute e siga seu caminho, 4) Ter foco no que almeja e não ter medo de colocar a mão na massa, 5) seja o mais justo, imparcial e transparente possível e 6) negativo com negativo, no final dará sempre positivo.

Fizemos, continuamos e tentaremos fazer o nosso melhor todos os dias, dedicando-nos totalmente para alcançar os nossos valores fundamentais e assim, ajudar a todos a conquistar algo melhor.

(Economia)

Empresário da indústria segue otimista em relação à economia

Pesquisa da Confederação Nacional da Indústria (CNI) mostra que os empresários industriais estão otimistas com relação ao desempenho da economia brasileira. Em dezembro, o Índice de Confiança do Empresário Industrial (ICEI) ficou estável, em um patamar de elevada confiança. O índice foi de 63,1 pontos, uma variação de 0,2 ponto em relação ao mês de novembro, quando estava em 62,9 pontos.

Fonte: CNI

Apex-Brasil lança tudo sobre perfil exportador do Estado de Alagoas

A Apex-Brasil lançou em outubro o estudo “ALAGOAS – Perfil e Oportunidades de Exportação e Investimentos 2020”. O estudo conduzido pela Gerência de Inteligência de Mercado da Apex-Brasil em parceria com o Núcleo de Excelência – Competitividade e Economia Internacional (UNISINOS) destaca as potencialidades e os principais desafios do estado para a exportação.

Ao todo o estudo identificou 39 oportunidades específicas, distribuídas em 8 complexos, para as exportações alagoanas, mapeadas com base na metodologia da Apex-Brasil, para as exportações do estado nos 5 principais destinos. Além disso o documento apresenta 5 setores com alto potencial para expandir suas exportações no estado.

Mais detalhes do estudo aqui: <http://www.apexbrasil.com.br/inteligenciame Mercado/login?Estudold=1881&redirectTo=http%3A%2F%2Fwww.apexbrasil.com.br%2FinteligenciaMercado%2FPerfilExportadorEstadosBrasileiros>

Fonte: Apex-Brasil

PwC Brasil realiza Digital Week

A consultoria PwC do Brasil realizou o Digital Week. Um dos temas foi inovação aberta e a transformação digital.

Como ter talentos profissionais que estão fora da empresa e como atingir novo mercado foram discutidos online.

Assista ao vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=nf50wdNGt-M>

Fonte: PwC