



## Toyota Mega Web

### Mirar, mirar, no comprar

Varios | Toyota tenía un problema. Mejor dicho: Toyota vio la llegada de un problema. La generación joven de japoneses no tiene interés en coches. Además, no cada concesionario Toyota en Japón puede tener todos los modelos en su tienda. Vendedores de coches son entrometidos en todo el mundo. Entonces, ellos también en Japón asustan al cliente. Por eso, desde 1999 existe "Toyota Mega Web": no es una website, sino la sala de exposición de Toyotas más grande del mundo, pero los coches no están en venta.

No es necesario buscar: Toyota Mega Web tiene una enorme noria, que permite ver el complejo desde muy lejos. Alrededor del edificio tiene su propio circuito, para que los interesados puedan hacer un recorrido sin tener el estrés del tráfico de cada día. Que te quede claro: Toyota Mega Web es grande.



### Exposición

La sala de exposición se extiende por varios pisos, que son clasificados por tema. Todo tiene que ser diferente a una sala de exposición regular. Por eso los visitantes son dados la bienvenida con dos coches llenos de adhesivos ("Itasha") en honor de la última

película de Pokemon.



Al lado de eso, encontramos la primera atracción: una pista de karting con los más pequeños coches híbridos del mundo. Son carritos con tracción a pedales y un motor eléctrico, por lo cual clasifican como verdaderos híbridos. También divertida es la posibilidad de construir aquí tu propio cart híbrido!

Puedes mantener la tensión que ya sientes en un simulador donde puedes correr con el Toyota GT86. Aún más espectacular son los simuladores de accidentes. Te muestran (y te hacen sentir!) cómo puede ocurrir un accidente y qué tecnologías posee Toyota para evitarlos o minimizar las consecuencias. Te muestran una película en cuatro dimensiones: la cuarta dimensión es tu silla que se mueve.



Aquí todo grita: no estás en una sala de exposiciones mediocre. Al medio de las atracciones están los modelos actuales de Toyota. Sólo eso ya es una revelación para el visitante europeo, porque el programa para Japón es completamente diferente al

europeo. Qué opinas de un Toyota Aqua, Alphard, Vellfire, Sai, Isis o Wish?

En Japón, el "GT86" también es el coche deportivo para la clase media. En el "86 Club House" puedes admirar el coupé deportivo tanto en versión de carreras como en una versión para la carretera.



En la correspondiente tienda venden recuerdos que hacen latir más rápido al corazón del amante de Toyota. Modelos a escala, modelos para armar, libros y otras cosas bellas de los cuales tu concesionario local ni siquiera tiene idea de su existencia. Mega Web tiene una existencia de cosas que hace años han desaparecido del surtido y que puedes comprar (si quieres pagar el precio justo). Llévate mucho dinero o resiste la tentación de entrar en esta tienda!



En "Hybrid Wonderland" Toyota muestra todos los modelos híbridos. Nuevamente son muchos más de los que se venden en Europa. Además, todo el programa híbrido está disponible en versiones deportivas, que se ven muy bien.



El caso de Lexus era un vuelco de los papeles: Lexus estaba solamente a la venta fuera de Japón. Pero ahora, y como es debido, Lexus tiene una sala separada con una decoración aristocrática. Siendo Mega Web la obra maestra de Toyota, puedes ver aquí los modelos nuevos antes que en otras partes. El día de nuestra visita, fue desvelado el nuevo Lexus IS en el mismo día que estaba aquí.



## Museo

Para convertir una visita a Mega Web en una verdadera excursión, hay un museo de coches que se llama "History Garage". La colección consiste básicamente de coches europeos y norteamericanos clásicos. Para Toyota mismo, hay un papel muy modesto en este museo.

Claro, para los japoneses el Citroën 2CV, el Renault 4, el DeLorean y el Fiat 500 son coches exóticos que solamente pueden admirar en un museo. La pieza más especial de la colección es el "PAC" Concept: un pequeño deportivo del año 1962 que fue desarrollado por un constructor de aviones con aspiraciones en carreras de coches.



## Prueba

Como ya hemos indicado: Toyota Mega Web no vende coches. Solamente hay folletos e información si lo pides. Lo que sí: es posible probar los coches en la propia pista de prueba ("Ride One"). Necesitas tu licencia, conocimientos básicos del idioma japonés y mucha paciencia, porque estas pruebas en un ambiente seguro son muy populares.



La pista tiene una largura de varios kilómetros y consiste de diferentes tipos de pavimento, un zigzag, una curva hebilla, un "paso de montaña" y por supuesto la recta final.

Para esta ocasión hemos manejado la pieza de resistencia de Toyota: el Crown. Es el coche soñado de los niños japoneses. Durante años la fábrica ha mantenido el nombre y el concepto, y entonces es posible que el niño de hace años ahora pueda realizar su sueño. El Crown está disponible en versiones clásicas ("Royal") y deportivas ("Athlete"). Esta última puedes reconocer por su frente deportiva, que los japoneses normalmente llaman "relámpago".



La decimocuarta generación del Crown nuevamente tiene tracción trasera. Mientras tanto el Crown también ya está disponible en versión híbrida. Para tener una idea en Europa: sus dimensiones están

entre los Lexus GS y LS. La experiencia de conducirlo es completamente diferente. Los Lexus tratan de imponerte con hermosos materiales y sublimes características de conducción. El Crown es modesto. Quizas el Crown es de la misma calidad que los Lexus, pero el Toyota se viste de modestía.

El último Crown es el primer modelo que fue desarrollado bajo la supervisión del nuevo director de Toyota. Su visión no es de vender más coches, sino de vender mejores coches. Los técnicos claramente han cumplido con esta visión en el nuevo Crown. Incluso en la corta pista el Crown ofrece pura tranquilidad. Comprendemos por qué los japoneses se enamoran de este coche, que a la primera vista es tan anónimo.



## Conclusión

El Toyota ha abierto "Mega Web" en Tokio para hacer la marca más accesible. Los objetivos son interesar a la juventud japonesa en los coches, y facilitar que potenciales compradores conozcan los productos Toyota en una atmósfera relajada. Gracias a la divertida organización y las atracciones, Toyota ha logrado sus fines. Los números de visitantes comprueban que este concepto funciona.

Una visita a Mega Web no vale un viaje a Japón. El complejo no se dirige en absoluto a los turistas. Además, la mayoría de los productos no están disponibles en Europa. Vale la pena considerar un concepto similar en Europa, ya que aquí existen los mismos problemas y desafíos. Un Mega Web podría funcionar en Europa para cualquier marca. ■