

MAURILIO PACHECO: EXPERIÊNCIA, VISÃO REGIONAL E FOCO NA FIDELIZAÇÃO PARA CONDUZIR A PRÓXIMA FASE DA TOYOTA

Com uma trajetória de 19 anos na Toyota, atual Diretor Comercial da Toyota do Brasil e de Cadeia de Valor e Serviços para América Latina e Caribe fala sobre os desafios, o fortalecimento da relação com os clientes e o papel estratégico da Rede na preparação para o futuro

Por: **LIA FREIRE**

ABRADIT NEWS – Nos conte sobre sua trajetória profissional na Toyota.

Maurilio Pacheco – Entrei na Toyota em fevereiro de 2007, por meio do Programa de Trainee - Gente Toyota, criado para a contratação de jovens recém-formados. Iniciei minha trajetória na área de Planejamento de Vendas, que atuava tanto em projetos de curto quanto de longo prazo. Em 2010, tive a oportunidade de ir para o Japão onde permaneci até 2011, atuando na área responsável pela América Latina.

Retornei ao Brasil e assumi a Coordenação de Planejamento de Vendas, depois passei pelas áreas de Produto e Planejamento de Produto. Na sequência, me tornei Gerente de Produto e Planejamento, que incluía também a Distribuição.

Durante a pandemia, assumi a posição de Gerente Nacional de Vendas. Em outubro de 2021 fui convidado para liderar uma área completamente diferente: Planejamento e Controle de Produção e Logística (PCL). Como Gerente Geral, permaneci nessa função até dezembro de 2023, quando surgiu a oportunidade de trabalhar na Toyota do Peru.

Ao longo dessa jornada passei por áreas fundamentais para o nosso negócio, o que me proporcionou uma visão ampla da operação Toyota.

ABRADIT NEWS – Como foi a oportunidade de atuar na operação peruana? Quais foram os principais desafios enfrentados?

Maurilio – Cheguei ao Peru em janeiro de 2024 para assumir a posição de Gerente Executivo, responsável por toda a operação comercial da Toyota no país. Sob minha liderança estavam as áreas como Vendas, Logística, Marketing, Relações Públicas, Desenvolvimento de Rede e Pós-Venda.

O mercado peruano é extremamente competitivo. Como não há produção local, existe uma grande quantidade de marcas atuando no país. Quando cheguei, o mercado estava em retração, havia elevados níveis de estoque e um desafio específico relacionado aos veículos híbridos, já que os consumidores ainda conheciam pouco a tecnologia e tinham dúvidas sobre sua confiabilidade.

Ao mesmo tempo, estávamos nos preparando para lançar a atualização do Corolla Cross. Se nada fosse feito, teríamos cerca de 20 meses de estoque. Em conjunto com a Rede de Concessionárias, desenvolvemos uma estratégia baseada em campanhas de marketing, ações de comunicação, eventos e test-drives para ampliar o conhecimento sobre a tecnologia híbrida.

O resultado foi muito positivo. O volume que seria ven-



“Temos uma base sólida de clientes, uma marca forte e uma Rede preparada para crescer junto conosco”,

Maurilio Pacheco

dido em aproximadamente 20 meses foi comercializado em apenas seis meses, permitindo o lançamento da atualização do Corolla Cross dentro do cronograma. Outro grande desafio foi a forte presença das marcas chinesas. Chegou a ter cerca de 80 delas atuando simultaneamente. Mesmo diante dessa pressão competitiva, a Toyota manteve sua liderança, posição que ocupa há mais de 30 anos no país, com participação de mercado em torno de 20%.

A estratégia foi reforçar nossas fortalezas de qualidade, durabilidade e confiabilidade, além do pioneirismo da tecnologia híbrida e o melhor Pós-Venda, sempre alinhado com a Rede de Concessionários.

ABRADIT NEWS – Pelo olhar de expatriado, como foi a experiência pessoal e cultural de viver no Peru?

Maurilio – Foi uma experiência fantástica em todos os aspectos. A gastronomia peruana é impressionante e o contato com uma cultura diferente proporciona um enorme crescimento pessoal e profissional.

Apreendi o idioma, desenvolvi novas relações profissionais e tive a oportunidade de trabalhar novamente com Takuo Muto, que havia sido meu gestor no Brasil em 2008 e que era o presidente da Toyota no Peru.

O contato próximo com a Rede também foi muito enriquecedor. Como na Toyota trabalhamos para a região da América Latina, viver essa realidade ajuda a compreender diferentes perspectivas, ampliar a visão de negócio e fortalecer os relacionamentos.

Quando retornei ao Brasil para assumir as responsabilidades, percebi o quanto essa experiência havia sido importante. Ela ampliou minha visão e contribuiu diretamente para minha preparação para os desafios atuais.

ABRADIT NEWS – De que forma essa experiência internacional poderá contribuir para os novos desafios no Brasil e na América Latina?

Maurilio – Em diversas frentes. O Peru foi uma espécie de antecipação do cenário que estamos vivendo no Brasil, especialmente em relação ao avanço das marcas chinesas.

Lá, mesmo diante de uma concorrência extremamente agressiva, a Toyota conseguiu manter sua posição de liderança reforçando atributos que fazem parte da essência da marca: qualidade, durabilidade, confiabilidade, valor de revenda e Pós-Venda forte. Essa experiência reforçou a importância de valorizarmos nossos diferenciais competitivos e de mantermos o foco naquilo que realmente gera valor para o cliente. É um aprendizado muito relevante para o momento que estamos vivendo no mercado brasileiro.

ABRADIT NEWS – Depois de alguns anos fora do país, quais foram as principais mudanças que encontrou no mercado brasileiro?

Maurilio – A principal mudança foi a velocidade com que o mercado se transformou. É um desafio, mas também uma oportunidade para reforçarmos os atributos que fazem da Toyota uma marca diferenciada.

Hoje, temos uma base de pouco mais de um milhão e quatrocentos mil veículos em circulação no Brasil. Isso representa uma vantagem competitiva importante. Precisamos trabalhar cada vez mais a fidelização dos clientes, oferecer um atendimento diferenciado e fortalecer a experiência no Pós-Venda.

Os concorrentes podem apresentar produtos competitivos e uma atuação comercial agressiva, mas a Toyota tem qualidade dos serviços, um histórico relevante de relacionamento com o cliente, confiabilidade da marca e valor de revenda dos veículos que é incomparável. Mais do que nunca devemos comunicar com clareza e trabalhar esses diferenciais da nossa marca.

Também precisamos avançar ainda mais na utilização de ferramentas de CRM e na integração das informações disponíveis para estreitar o relacionamento com os clientes e fortalecer a lealdade à nossa marca.

ABRADIT NEWS – Como recebeu o convite para assumir a Diretoria Comercial da Toyota do Brasil?

Maurilio – Assumir essa posição é uma grande responsabilidade. Estou sucedendo profissionais que admiro e respeito profundamente.

Trata-se de um momento muito importante para a Toyota. Estamos vivendo uma fase significativa de investimentos que estão preparando a empresa para o futuro como, por exemplo, a segunda fábrica em Sorocaba.

Ao mesmo tempo, o mercado também passa por

mudanças significativas. É uma combinação desafiadora, que exige alinhamento, dedicação e uma parceria ainda mais próxima com a Rede de Concessionárias.

Tenho confiança de que, ao superar esse período de transição, estaremos ainda mais fortes, com mais capacidade produtiva, novos produtos e novas oportunidades de crescimento.

A Toyota sempre demonstrou grande resiliência diante dos desafios e acredito que essa característica continuará sendo um diferencial importante nos próximos anos.

ABRADIT NEWS – Quais serão as grandes prioridades da sua gestão?

Maurilio – São dois focos principais: o presente e a preparação para o futuro. No curto prazo, os desafios envolvem a evolução do mercado, o ciclo de vida dos produtos e o fortalecimento da nossa posição diante de uma concorrência cada vez mais intensa. Precisamos reforçar a fidelidade à marca e comunicar continuamente os atributos que diferenciam a Toyota.

Ao mesmo tempo, estamos construindo o futuro com metas ambiciosas para 2030. O objetivo é atravessar com sucesso esta fase de transição e criar as bases necessárias para concretizar essa visão de longo prazo.

ABRADIT NEWS – Que mensagem gostaria de deixar para a Rede Toyota?

Maurilio – Estamos vivendo um período de preparação para um novo momento da Toyota, justamente em uma época de grandes transformações no mercado. A combinação desses fatores cria desafios importantes, mas também abre oportunidades.

É nos momentos mais difíceis que mostramos nossas fortalezas. Tenho plena confiança na Toyota e na força da nossa Rede de Concessionárias.

Quero que todos saibam que a Toyota conta com vocês da mesma forma que vocês podem contar conosco.

Teremos novidades, novos desafios e muitas conquistas para comemorar. O importante é continuarmos evoluindo, acreditando em nossos diferenciais e trabalhando de forma integrada para levar a Toyota ao próximo nível. ■

SAVE THE DATE



Encontros estratégicos da Rede de Distribuidores Toyota e Lexus.



REGIONAL NO / NE / CO

Exclusivo para Dealers das regiões Norte, Nordeste Centro-Oeste.

05 e 06 | Agosto 2026

MELIÁ BRASIL 21 - BRASÍLIA / DF

05/08: das 13:00 às 18:00 hrs

06/08: das 8:00 às 15:00 hrs