

Grupo Volvo tem ótimos resultados

O Grupo Volvo registrou um ótimo ano, mesmo com o mercado de veículos comerciais tendo experimentado uma queda em 2014. Foi o segundo melhor ano em emplacamentos de caminhões Volvo no Brasil, alcançando 19.732 veículos, número inferior somente às 20.731 unidades emplacadas em 2013. As vendas de ônibus da marca cresceram 2,7% no período, apesar do mercado ter caído 16,3%.

Foi também o segundo melhor ano da história da Volvo no segmento de ônibus, com a comercialização de 3,1 mil chassis, 1,7 mil emplacados no País e 1,4 mil no mercado externo. Mas as condições de financiamento recentemente implementadas, a deterioração dos índices econômicos e a acentuada queda nas vendas preocupam a Volvo.

A Volvo Financial Services Brasil também encerrou 2014 com volumes recordes de financiamentos, vendas de consórcios e de seguros. Responsável pelo financiamento dos produtos do Grupo Volvo, a VFS desembolsou R$ 2,9 bilhões para aquisição de caminhões, ônibus e equipamentos de construção no mercado brasileiro, 34% a mais que no ano anterior. A comercialização de consórcios cresceu 14% na mesma comparação, e os seguros alcançaram R$ 110 milhões. A instituição foi responsável pelo financiamento de 39% das vendas da marca no Brasil.

A Volvo ainda retomou a liderança no segmento de caminhões pesados, terminando 2014 com 29,6% de market share, quase três pontos percentuais a mais que no exercício anterior. “É mais de um quarto de todo o mercado brasileiro de caminhões nesta categoria”, comemora Claes Nilsson, novo presidente do Grupo Volvo América Latina. “E a linha VM de semipesados bateu mais um recorde histórico, alcançando inéditos 12,6% de participação”, complementa Bernardo Fedalto, diretor de caminhões Volvo no Brasil.

Volvo cresce

Somando-se os resultados de caminhões pesados e semipesados, a Volvo teve um bom desempenho em 2014, conquistando 21,3% de participação de mercado, 1,3 pontos percentuais a mais que os 20% de market share registrados em 2013. A Volvo é a única montadora de caminhões que apresenta uma trajetória de crescimento sustentado desde 2008, saltando dos 12,8% de participação de mercado naquele ano para os atuais 21,3%.
Na área de ônibus, a marca conquistou 1,2 pontos percentuais de market share, atingindo 11,9% de participação no mercado brasileiro nos segmentos de pesados e semipesados. Nos últimos quatro anos, a Volvo Bus aumentou sua participação de mercado de forma consistente. Em 2010 tinha 4,1% de market share; em 2011, 7,7%; em 2012 alcançou 9,9%; e em 2013, 10,7%. O presidente da Volvo Bus Latin America, Luís Pimenta, atribui os bons resultados à satisfação dos clientes com a marca. “Junto com a rede, temos feito uma série de investimentos na infraestrutura de atendimento e em programas de pós-venda para melhorar cada vez mais a agilidade e a qualidade do atendimento aos operadores de transporte”, destaca Pimenta.
O Consórcio Volvo registrou a venda de 2,4 mil cotas e um volume de créditos na ordem de R$ 800 milhões, o maior em mais de 20 anos. A opção pelo consórcio continua a ser uma alternativa importante para aquisição de veículos comerciais. E a Volvo Corretora de Seguros está entre as maiores do Brasil na comercialização de seguros para caminhões e equipamentos de construção. “Somos muito competitivos nestes segmentos.”, diz Márcio Pedroso, presidente da Volvo Financial Services Brasil.

Foto: divulgação
Grupo Volvo América Latina
Comunicação Corporativa