

**Grupo Volvo América Latina tem bons resultados mesmo em ano difícil**

O Grupo Volvo registrou um bom ano, mesmo num ambiente econômico difícil e num mercado que experimentou expressivas quedas nas vendas de veículos comerciais. A marca se manteve na liderança brasileira de caminhões pesados em 2015, alcançando 29,6% de market share, exatamente o mesmo percentual verificado em 2014.  No segmento de ônibus, a Volvo avançou 3,1 pontos percentuais no mercado de ônibus urbanos, retomando a segunda posição no segmento de pesados.

“2015 foi um ano difícil e 2016 será ainda mais desafiador”, afirma Carlos Morassutti, presidente do Grupo Volvo América Latina. “Mas nosso compromisso com o Brasil é de longo prazo e vamos continuar investindo em novos produtos e soluções que contribuam com os negócios dos nossos clientes. O país é muito grande e sempre superou suas dificuldades”, complementa.

No segmento de caminhões semipesados, a VM também teve resultado satisfatório. A marca conquistou 12,3% de market share no ano passado, resultado muito semelhante aos 12,6% conseguidos em 2014. No mercado de pesados, o destaque é o FH, modelo procurado por transportadores ligados ao agronegócio, que buscam os principais atributos deste modelo: disponibilidade, baixo consumo de combustível e alta tecnologia embarcada.

Na área de ônibus, o avanço de 3,1 pontos percentuais no mercado de urbanos, permitiu à marca reconquistar a segunda posição no mercado de ônibus pesados, atingindo 18,5% de participação. As exportações de chassis também foram importantes no período, representando 51% do total de ônibus comercializado pela Volvo no ano passado. Para o Peru, um dos principais mercados, as exportações de ônibus cresceram 11%.

A Volvo Financial Services Brasil terminou 2015 com um volume recorde de R$ 1 bilhão em vendas do Consórcio Nacional Volvo, um produto que tradicionalmente ganha força em

períodos de diminuição de crédito e dificuldades de financiamento. Com a saída dos bancos comerciais do setor, o Banco Volvo aumentou ainda mais sua presença no mercado, garantindo apoio ao transportador com soluções financeiras que viabilizaram muitos negócios. No ano passado, a instituição foi responsável pelo financiamento de 50% das vendas de caminhões, ônibus e equipamentos de construção da marca no Brasil.
A Volvo Penta também alcançou bons resultados em 2015, e prepara sua expansão no mercado latino-americano em 2016. A marca ganhou 4 pontos percentuais no segmento de motores marítimos de lazer no Brasil, saindo de 32% de market share em 2014, para 36% em 2015.  Neste ano, inicia a produção de motores de 13 litros no complexo fabril do Grupo Volvo, em Curitiba, e amplia os negócios da marca para o Equador, a Bolívia e o Paraguai.

Legenda foto: Carlos Morassutti, presidente do Grupo Volvo América Latina

Foto: divulgação
Grupo Volvo América Latina
Comunicação Corporativa