

Grupo Volvo fortalece presença na América Latina

Um dos maiores fabricantes de caminhões do continente, o Grupo Volvo América Latina está expandindo suas operações e investindo para continuar ganhando mercado. A companhia está aumentando sua rede de concessionários no Brasil e demais países latino-americanos, ampliando e melhorando a infraestrutura de seu complexo industrial em Curitiba, reforçando a liderança do FH e promovendo ações para aumentar o market share de sua linha VM.

“Queremos reforçar nossa liderança, proporcionada principalmente pelos atributos de nossos caminhões: baixo consumo de combustível, alta disponibilidade e grande robustez”, diz Roger Alm, presidente do Grupo Volvo América Latina. A companhia também está promovendo a integração de suas outras três marcas – os caminhões das marcas UD, Renault e Mack.
“Somos uma empresa multimarcas, com uma oferta de produtos bastante ampla e que atende a todas as necessidades dos transportadores”, observa o presidente.
O Grupo Volvo também está investindo forte na área de serviços, por meio de um grande projeto de desenvolvimento de competências. “Queremos profissionalizar cada vez mais nossos técnicos e contribuir para capacitar os motoristas brasileiros”, declara, ao citar que, atualmente, a Volvo treina um motorista para cada caminhão vendido.
Os técnicos que trabalham nas oficinas das concessionárias Volvo recebem um treinamento super-rigoroso. São 420 horas para formação de cada mecatrônico, uma carga horária equivalente a cursos de especialização. E eles ainda têm 120 horas adicionais de treinamento para atualização anual. “Até o final de 2013 teremos 1.400 técnicos em nossa rede”, anuncia Alm.
A Volvo também está trabalhando para otimizar os custos do transportador brasileiro através

de telemetria e de contratos de manutenção. Hoje, já são 20 mil contratos de manutenção vigentes, contribuindo para dar mais eficiência e rentabilidade à operação de transporte. A área de pós-venda está ampliando sua já grande oferta, aumentando, por exemplo, o número des pit-stops, um serviço especial de atendimento na concessionária.

Outro grande projeto é o aumento do número de concessionárias. “Nossa rede terá mais capilaridade e densidade. Abriremos 10 novas concessionárias por ano até 2015”, destaca o presidente.

Paralelamente, a empresa investe para expandir e consolidar sua unidade fabril brasileira, que serve ao Brasil e a todos os outros mercados latino-americanos. Estão sendo construídos novos prédios e pátios de produção e de entregas, assim como estão sendo ampliados e reformados alguns dos blocos já existentes. Um grande centro de entregas e o novo centro de operações logísticas serão erguidos no local. Boa parte do complexo está recebendo melhorias e aumentos na urbanização. “Estamos nos preparando para o futuro”, finaliza Alm.

Legenda da foto: Roger Alm, presidente do Grupo Volvo América Latina
Foto: Divulgação Volvo

Volvo do Brasil – Comunicação Corporativa