07/02/2013 - Volvo ganha participação de mercado e é líder em caminhões pesados



Mesmo em um ano marcado por incertezas na economia e nos mercados, o Grupo Volvo Latin America encerrou 2012 com avanços significativos na América Latina. A Volvo registrou o maior ganho em participação de mercado de todas as marcas no Brasil e foi a que mais vendeu caminhões com motores Euro 5 no país. Pelo segundo ano consecutivo, a marca Volvo foi líder no segmento de caminhões pesados no Brasil. No Chile, Peru, Argentina, e Venezuela – quatro importantes mercados latino- americanos para o Grupo – a empresa também registrou resultados positivos

“Apesar das incertezas na economia, 2012 foi um bom ano para o Grupo Volvo na América Latina,” diz Roger Alm, presidente do Grupo Volvo América Latina. “Mais uma vez expandimos nosso negócio. Este desempenho é a prova que estamos produzindo os melhores veículos comerciais para os transportadores latino-americanos.

A marca Volvo vendeu 19.164 caminhões na América Latina. Somente no Brasil – apesar de uma economia mais fraca que o esperado e o efeito Euro 5 – foram emplacadas 15.878 unidades. O market share da Volvo no país cresceu em mais de um ponto percentual, de 17,1% em 2011 para 18,2% ao final do ano passado. A marca liderou os emplacamentos no segmento de pesados do Brasil com uma participação de 27%. “De cada quatro caminhões pesados vendidos no país, um é Volvo”, diz Alm. No segmento de semipesados, o market share da Volvo atingiu a marca inédita de dois dígitos, com uma participação de 10.1% do mercado e 4.643 veículo emplacados.

Amplamente usado em aplicações na agroindústria e no transporte rodoviário de longa distância em diferentes segmentos, o Volvo FH 460cv foi, pela quarta vez, o caminhão pesado mais vendido no Brasil, com 4643 emplacamentos.

“A grande aceitação pelo mercado de nossos caminhões é resultado de muitos anos de intenso trabalho para produzir veículos robustos, com alta produtividade e baixo consumo de combustível,” diz Bernardo Fedalto, Diretor Comercial de Vendas e Marketing para o Brasil. “Estes atributos asseguram maior rentabilidade para os transportadores. Temos também uma rede de concessionárias totalmente comprometidas em atender nossos clientes com grande qualidade”, complementa.

A Volvo continua na vanguarda da tecnologia para veículos comerciais. “Somos líderes no fornecimento de tecnologias e soluções que visam aumentar a produtividade dos transportadores, como a transmissão eletrônica I-Shift, presente em 93% dos caminhões FH

vendidos no Brasil", diz Sérgio Gomes, Diretor de Estratégia e Desenvolvimento de Negócios na América Latina.
Somando-se todas as vendas de caminhões da Mack, Renault e UD - as outras marcas de veículos comerciais de propriedade da Volvo - em outros países no continente, o Grupo comercializou um total de 23.586 unidades no mercado latino-americano.

Legenda da foto: Roger Alm, presidente do Grupo Volvo América Latina.
Foto: Divulgação
Volvo do Brasil - Comunicação Corporativa