Informação à Imprensa

Venda de ônibus Volvo cresce mesmo com queda no mercado

O volume de vendas de ônibus da Volvo cresceu 2,7% em 2014 em relação a 2013, apesar do mercado total de ônibus ter registrado uma queda de 16,3%, de acordo com dados da Anfavea. Nos segmentos em que a Volvo atua, de pesados e semipesados, a queda do mercado foi de 7,4%.

Este foi o segundo melhor ano da história da montadora no mercado de ônibus na América Latina. Foram comercializados 3.171 chassis, sendo 1.706 veículos emplacados no Brasil e 1.465 entregues no mercado externo. O melhor ano foi 2011, quando a empresa comercializou 3.622 chassis.

A Volvo conquistou 1,2 pontos percentuais de market share, atingindo 11,9% de participação no mercado de ônibus no Brasil nos segmentos de pesados e semipesados. Nos últimos quatro anos, a empresa vem aumentando sua participação de mercado de forma consistente. Em 2010 tinha 4,1% de participação de mercado; em 2011, 7,7%; em 2012 alcançou 9,9%; e em 2013, 10,7%.

“Apesar do cenário negativo, o ano foi muito positivo para a Volvo Bus. Tivemos um aumento das vendas tanto no mercado interno quanto no mercado externo”, afirma Luis Carlos Pimenta, presidente da Volvo Bus Latin America. O executivo atribui os bons resultados à satisfação dos clientes com a marca. Uma pesquisa realizada no final de 2014 por instituto de pesquisas GFK Brasil, apontou um índice de 80% de clientes muito satisfeitos no Brasil e de 76% na América Latina.

“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.

Os números de 2014 também apontam um equilíbrio entre as vendas no mercado interno e externo. No ano passado, as exportações representaram 46% das vendas de chassis. Nos últimos anos, o volume de exportações representava menos de 40% do total de vendas de ônibus da volvo.

O maior volume de vendas foi para Colômbia, com 60,6% das entregas; seguida pelo Chile, com 19%; e pelo Peru, com 10,6%. “Este volume de vendas expressivo para a Colômbia, deve-se à ampliação de algumas linhas alimentadoras ao Transmilênio e ao projeto de renovação da frota com veículos com tecnologias menos poluentes, como Euro 5 e híbrida”, argumenta Pimenta.

Imagens para download:

Híbrido Bogotá

BRT Recife

Transmilenio

25 de Fevereiro de 2015