

# Solução da Volvo para a crise está em aumentar eficiência

**Curitiba** — Aumentar a eficiência do trabalho, tanto na fábrica como na rede de concessionários espalhados por todo o país, foi a forma encontrada pela Volvo do Brasil Motores e Veículos S.A. para enfrentar as condições desfavoráveis do mercado brasileiro. Mesmo assim, a empresa pretende conquistar e manter uma participação de 15% do mercado brasileiro de caminhões pesados contra os 8% registrados ano passado.

A Volvo concorre no Brasil com a Fiat, a Mercedes-Benz e a Scania-Vabis. No primeiro trimestre deste ano a empresa alcançou uma fatia de 15% do mercado e agora pretende mantê-la. "Esta é a nossa grande expectativa", afirma Tage Karlsson, diretor superintendente da Volvo do Brasil, instalada na Cidade Industrial de Curitiba em dezembro de 1980 e, em 81, já participando com uma faixa de 8% do mercado.

## ANO DIFÍCIL

"A situação recomenda cautela, afirma um diretor da empresa. Estamos acompanhando com toda a atenção o desenvolvimento da situação brasileira. Como planejamos nossa produção de ônibus e caminhões trimestralmente, temos sempre a possibilidade de reduzir ou aumentar a produção de acordo com a tendência do mercado. Por isso temos procurado baixar nossos estoques assim como os dos nossos concessionários."

A Volvo completou seu investimento de 134 milhões de dólares no ano passado na Cidade Industrial de Curitiba. Neste momento a empresa está negociando a compra de mais de 900 mil metros quadrados na mesma área onde está situada para servir como estacionamento aos caminhões e ônibus que produz. E, em termos de lançamento de produtos, a Volvo vai expor na próxima feira

Brasil Transpo, em São Paulo, de 20 a 26 deste mês, uma nova versão de ônibus, montado em cima de um chassi B58, idêntico aos que produz na fábrica. Trata-se de um veículo rodoviário com 14 metros e 85 centímetros (o maior do Brasil) com capacidade para 85 lugares, além da

toalete. Ele será adaptado com um terceiro eixo e depois da Brasil Transpo, será utilizado como protótipo em linhas de médias e longas distâncias. O Ministério dos Transportes, segundo fontes da empresa, tem interesse em acompanhar a experiência para sentir se haverá condições de um ônibus deste tamanho operar no mercado brasileiro.

## PRODUÇÃO

Em 1982, a Volvo colocará no mercado brasileiro 2 mil 100 caminhões, sendo que 600 deles serão exportados para a Arábia Saudita. As exportações em 1982 deverão alcançar 35 milhões de dólares. No total, vendas no mercado interno e externo, a empresa faturou, em 1981, perto de 100 milhões de dólares e espera crescer mais de 30% sobre isso em 1982. A produção em 81 foi de 1 mil 800 veículos — 700 ônibus e 1 mil 100 caminhões. Para alcançar uma boa lucratividade em relação ao investimento, se-

gundo o superintendente Tage Karlsson, a empresa terá que produzir mais de 3 mil unidades/ano, o que só será possível em 1983.

Para enfrentar a atual conjuntura econômica, com juros altos e retração do mercado, a Volvo tem tentado aumentar a sua eficiência de trabalho, não só dentro da fábrica como, sobretudo, no próprio mercado. "É uma tarefa que deve ser desenvolvida juntamente com a rede de concessionários, a quem temos procurado dar o máximo de suporte para enfrentar as condições de mercado interno. Num período difícil como este, é preciso muito trabalho, muita dedicação, sem o que, medidas que forem tomadas, em pouco resultarão", afirma um diretor da Volvo. A empresa tem, atualmente, 782 funcionários e um capital social de 55 milhões de dólares. Participou no primeiro semestre com 27% do mercado de caminhões e 12% de ônibus. A produção da fábrica é de chassi B58 (para transporte público nas cidades e rodoviário e N10 e N12 para transporte pesado).

## SISTEMA VOAR

A empresa, para manter assistência técnica num país de dimensões continentais como o Brasil, criou um sistema de atendimento chamado VOAR — Volvo Atendimento Rápido. Ele permite ao motorista do caminhão ou ônibus parado chamar a cobrar, diretamente a fábrica de Curitiba, de qualquer lugar do país, e ficar ligado com as concessionárias e pontos de apoio existentes, para ter o mais rápido atendimento para resolver qualquer defeito mecânico. Este sistema permitiu, segundo o Sr. Tage Karlsson, até mesmo um aumento nas vendas dos caminhões e ônibus porque possibilita a solução do problema em qualquer lugar do Brasil.