

El presidente del Grupo Volvo para América latina analizó los alcances y oportunidades de la automotriz en el actual contexto regional

Carlos Morassutti.

“Hay que ajustarse a la nueva realidad”

Texto **Alejo González Prandi**



CURITIBA, Brasil.— Más allá del torbellino por el que atraviesa Brasil, Carlos Morassutti, presidente del Grupo Volvo para América latina se mostró confiado sobre el futuro que le espera al mercado automotriz en la región, con inversiones y a la espera de una mayor dinámica comercial entre la Argentina y el país carioca. A su vez, confió en los buenos frutos que dará el recorrido que está haciendo la compañía por distintas localidades argentinas para promocionar sus productos Euro V y afirmó que para ser competitivos “hay que ver por afuera de América latina”, incentivando la capacitación profesional, entre otras acciones.

En el contexto económico y político de Brasil y de la Argentina, ¿cómo observa el mercado del autotransporte?

—Al mismo tiempo que Brasil está pasando por un torbellino, los otros mercados se encuentran un poco mejores. Son los de Perú, Chile y la propia Argentina, que se está recuperando y que históricamente con Brasil ha tenido una buena relación. En ese sentido, se espera un afianzamiento entre ambos países. Además, estamos invirtiendo en el mercado argentino, donde nuestros productos son

conocidos. Se aguarda que eso repercuta en mejores negocios. El vínculo con los clientes y los concesionarios es muy bueno. Por otra parte, la compañía está realizando una caravana por la Argentina para mostrar los negocios, servicios y nuevos productos.

¿Cuáles son los resultados hasta ahora?

—En las ciudades en donde se desarrolló fue un suceso de aceptación y participación de los clientes. El objetivo es que conozcan las ventajas existentes. Pienso que este tipo de cuestiones no tienen retorno. Hay que ajustarse a la nueva realidad, como fue en otros países.

¿De qué forma afecta la actual crisis brasileña a los negocios de Volvo?

—Hay que dividir los acuerdos bilaterales entre Brasil y la Argentina. Eso va a ser siempre discutido por los gobiernos; nosotros no tenemos influencia. Desde que invertimos y abrimos las operaciones, hemos gerenciado los negocios de forma de atender a los clientes. No hay diferencia, independientemente de la situación política que haya.

¿Cómo evalúa el futuro de las automotrices en la región?

—En los mercados brasileño y argentino tenemos una capacidad instalada muy grande. Ahora, hay que ver por afuera de América latina y para eso hay que ser competitivos. Debemos capacitar a las personas, invertir en produc-

tos y en el desarrollo de acuerdos bilaterales, a fin de poder usar esa capacidad instalada. El transporte puede esperar mejores productos y servicios, como de posventa y financiamiento, que se ajusten a las necesidades.

¿Qué evolución tendrá el desarrollo tecnológico en el sector a mediano y largo plazo?

—En ese sentido Volvo es una referencia en el mundo. Estamos todo el tiempo trabajando con un horizonte a 20 años. La compañía va a invertir siempre para estar al frente porque es parte de la identidad de la empresa. Nostreemos que ajustar a los mercados con Euro V, Euro VI, de acuerdo al estado de cada país.

Volvo Argentina hizo mucho hincapié en la posventa, hoy se hace foco en la capacitación de los talleres. ¿Qué le falta a la empresa en la Argentina para seguir creciendo?

—El primer paso fue una reestructuración en la organización y entender un poco más el mercado. Esa etapa la estamos terminando y ahora nos estamos proyectando a largo plazo, contemplando las necesidades de nuestros clientes. Es lógico que nos encontramos sujetos a las situaciones políticas y económicas, de las que no tenemos control. Pero estamos cumpliendo y ejecutando el plano que nos trazamos. No tenemos duda de que vamos

a seguir creciendo y ganando mercados.

La automotriz brasileña llevó a cabo en su complejo industrial, en Curitiba, Brasil, la etapa latinoamericana del programa Volvo International Service Training Award, una competición mundial del mercado de posventa de la industria automotriz comercial.

Bajo el lema “Sin atajos para el éxito”, cerca de 140 mecánicos y profesionales de la red de concesionarios de camiones y autobuses de la compañía y de otros nueve países del continente participaron en las pruebas teóricas y prácticas. Veintinueve equipos disputaron cinco vacantes para la etapa final, que se realizará del 30 de mayo al 3 de junio próximos, en Suecia. Los ganadores resultaron ser tres equipos brasileños, un peruano y otro uruguayo, entre competidores de toda la región.

“Es una de las mejores ediciones hasta el momento por el número de participaciones y por el nivel del compromiso. En ese sentido, se van a lograr mejores equipos que en ediciones anteriores”, dijo Morassutti.

“Los participantes compiten, obtienen conocimientos, adquieren nuevas habilidades y se hacen más ágiles y precisos en el trabajo en el taller. El resultado es un servicio de excelencia y una mayor disponibilidad para los vehículos”, destacó Leticia Watanabe, responsable del evento en América latina. ●



**EXPO
TRANSPORTE**
CAMIONES • BUSES • UTILITARIOS

+ de 500 Expositores
+ de 32.000 m²
+ de 30.000 Visitantes

www.expotransporte.com.ar



**EXPO
LOGISTI-K**

13 al 16 de Septiembre 2016
La Rural - Predio Ferial de Buenos Aires

www.expologisti-k.com.ar



Organiza
EXPOTRADE

Patrocinada



Sponsor



Auspician




Supports Logisti-k



Sponsors






International Support



Supports Scan Tech

