

Marcopolo S.A.

**“INTERNACIONALIZAÇÃO DA
MARCOPOLO”**

ABCEM – São Paulo

Sr. José A. Martins – 24/06/08

I. VISÃO GERAL DA MARCOPOLO

⇒ Fundada em	1949
⇒ Área construída	253.000 m ²
⇒ Área total	2.012.000 m ²
⇒ Capacidade de produção - Brasil	70 un/dia
⇒ Capacidade de produção - Grupo	110 un/dia
⇒ Funcionários	Brasil 10.522
	Exterior 2.396
	Total 12.918
⇒ Representantes de Vendas	Brasil 25
	Exterior 32
	Volare 67

II. PRODUÇÃO BRASILEIRA DE ÔNIBUS

ANO	MI (unidades)	Participação (%)	ME (unidades)	Participação (%)	Total
1991	14.203	92,6	1.141	7,4	15.344
1992	14.784	82,9	3.046	17,1	17.830
1993	10.355	78,0	2.919	22,0	13.274
1994	9.401	74,5	3.224	25,5	12.625
1995	14.401	81,7	3.224	18,3	17.625
1996	16.379	88,5	2.119	11,5	18.498
1997	14.775	80,5	3.614	19,5	18.389
1998	15.883	82,3	3.408	17,7	19.291
1999	10.333	80,5	2.488	19,4	12.821
2000	13.267	73,3	4.832	26,6	18.099
2001	15.561	71,7	6.119	28,2	21.680
2002	15.299	70,2	6.488	29,7	21.787
2003	14.368	67,1	7.013	32,8	21.381
2004	16.333	64,6	8.947	35,4	25.280
2005	14.320	53,1%	12.663	46,9%	26.983
2006	18.407	65,9%	9.545	34,1%	27.952
2007	21.922	68,4%	10.105	31,6%	32.027
2008*	7.659	65,6%	4.008	34,4%	11.667

Fonte: FABUS/SIMEFRE

* Dados até Abril/08.

III. ESTRATÉGIAS PARA CRESCIMENTO

⇒ A partir de 1998 vimos mercado não oferecia perspectivas de crescimento.

⇒ Examinamos alternativas:

- a) Abrir novos mercados – interno/ externo
- b) Criar novos produtos – Inovar
- c) Comprar concorrentes
- d) Associar-se a concorrentes
- e) Internacionalizar

III. ESTRATÉGIAS PARA CRESCIMENTO

⇒ Como Mercado Interno não apresentava perspectivas de grande crescimento, decidimos pela estratégia da Internacionalização.

⇒ Dentro da estratégia de Internacionalização foram desenvolvidas 3 bases fundamentais:

- a) Internacionalização propriamente dita.
- b) Verticalização
- c) Tecnologia própria

IV. INTERNACIONALIZAÇÃO

A – CONCEITO BÁSICO

⇒ Internacionalização ocorre quando uma empresa decide tornar-se uma empresa multinacional.

⇒ Esse processo pode ser feito:

- ▶ Através do controle 100% da empresa brasileira.

- ▶ Através de operações de *joint – venture* com empresas localizadas nos países para onde a empresa brasileira quer se implantar.

- ▶ *Joint-ventures* poderão ser feitas com controle majoritário, minoritário ou 50%/50%.

⇒ É importante não confundir contratos de cessão de tecnologia, exportação de componentes ou produtos completos com Internacionalização.

IV. INTERNACIONALIZAÇÃO

- ⇒ Os processos de exportação passam primeiramente por exportações de produtos completos (CBU).
- ⇒ Surgem as barreiras de importação, impondo impostos elevados, pois os países todos querem se industrializar.
- ⇒ Os países importadores aceitam reduzir os impostos de importação, desde que os produtos importados sejam montados no país.
- ⇒ Geralmente estabelecem-se contratos de venda de tecnologia para empresas locais que operam no segmento e os produtos passam a ser exportados em CKD ou SKD.
- ⇒ Após esta fase, os governos pressionam para que haja uma nacionalização progressiva (Local Content), com percentuais crescentes.

IV. INTERNACIONALIZAÇÃO

- ⇒ Uma vez cedida a tecnologia de montagem e fabricação dos componentes, as empresas licenciadas passam a conhecer totalmente a tecnologia do segmento em operação.
- ⇒ Surge então o grande risco de já ter desenvolvido competidores em potencial, que após término dos Contratos de Licença, passam a ser proprietários da tecnologia.
- ⇒ Conhecem o seu produto, seu design, suas especificações técnicas, seus processos de montagem e fabricação de componentes, seus preços, marketing, estratégia de vendas – enfim, conhecem o seu produto integralmente.

IV. INTERNACIONALIZAÇÃO

- ⇒ Criou-se então um monstro que a qualquer momento poderá atacar-nos com a nossa própria tecnologia.
- ⇒ A única saída para essa difícil situação é estabelecer-se no país alvo, via *joint-venture* ou independentemente. – Buscar a Internacionalização.
- ⇒ Esse foi o caminho seguido pelas grandes multinacionais da indústria automobilística, autopeças, equipamentos agrícolas, informática, eletroeletrônicos, medicamentos, alimentação, etc.

V. REQUISITOS PARA INTERNACIONALIZAÇÃO

- ⇒ Pesquisa mercado.
- ⇒ Aceitação do produto – preço, qualidade, performance, adaptação às leis locais.
- ⇒ Conhecer a legislação local – comercial, técnica, sindical, trabalhista, financeira, tributária, etc.
- ⇒ Mão-de-obra disponível.
- ⇒ Logística – Infra-estrutura. – Localização empresa X Centros de distribuição.
- ⇒ Disponibilidade de matérias – primas locais e potenciais fornecedores de componentes.
- ⇒ Exigências de índices de nacionalização progressiva. – Local Content.
- ⇒ Barreiras alfandegárias – importação de componentes. – Tarifas Aduaneiras.

V. REQUISITOS PARA INTERNACIONALIZAÇÃO

- ⇒ **Financiamento disponível – taxas – prazos – garantias.**
- ⇒ **Inserção do país alvo em Mercados Comuns.**
- ⇒ **Costumes, religião, alimentação, habitação.**
- ⇒ **Adaptação dos executivos expatriados.**
- ⇒ **Existência de redes de distribuição dos seus produtos.**
- ⇒ **Existência de sistemas adequados onde seu produto irá operar.**
- ⇒ **Adaptação do produto ao uso local.**

V. REQUISITOS PARA INTERNACIONALIZAÇÃO

- ⇒ Estrutura política – sócio/econômica – estabilidade regime – risco país – estabilidade monetária – câmbio – endividamento país – inflação – ações terroristas – seguros , etc.
- ⇒ Composição acionária da empresa – interferência governamental.
- ⇒ Adaptação produto à legislação ambiental.
- ⇒ *Product liability*.
- ⇒ Business plan para 5 anos definindo custos e rentabilidade – É um *feasibility study* mais completo.

VI. VERTICALIZAÇÃO

- ⇒ Por verticalização entende-se a produção/fabricação dos componentes/peças que fazem parte do seu produto final.
- ⇒ Por exemplo no ônibus, a Marcopolo fabrica suas poltronas, janelas, portas, componentes plásticos, porta pacotes, toletes, ar condicionado, etc.
- ⇒ Sem dominar a verticalização é difícil estabelecer os planos de nacionalização progressiva (*local content*) que quase todos governos um dia irão exigir.
- ⇒ Isso ocorreu no Brasil, durante o governo Juscelino Kubitschek (1956-1960) quando se implantou a Indústria Automobilística.

VI. VERTICALIZAÇÃO

- ⇒ Sem verticalização, corre-se o risco de sua tecnologia desenvolvida p/fabricação de componentes ser burlada.
- ⇒ Sem verticalização perde-se muito a flexibilidade de adaptar o produto ao uso e leis locais.
- ⇒ Se mandarmos fabricar um componente estratégico por terceiros, quem irá nos garantir que esse produto não será vendido para nossos competidores.
- ⇒ Antes de Internacionalizar-se, pense bem como os seus componentes poderão ser um dia fabricados localmente quando os governos assim o exigirem.
- ⇒ Uma Internacionalização não sobrevive baseando-se 100% na importação de componentes para formação do produto final.
- ⇒ Os governos poderão impor tarifas de importação muito elevadas para forçar a nacionalização e muitas vezes poderão inviabilizar a empresa, caso isso não seja feito.

VII. TECNOLOGIA PRÓPRIA

- ⇒ A única maneira de ter liberdade de mercado é ser dono da própria tecnologia.
- ⇒ Se uma empresa compra tecnologia estará sempre limitada a não penetrar nos territórios do cedente daquela tecnologia.
- ⇒ Isso restringe mercado e o processo de internacionalização fica limitado.
- ⇒ O domínio da própria tecnologia é talvez o ponto mais forte de qualquer empresa na sua caminhada rumo à internacionalização.

VIII. PROCESSOS EMPREGADOS NA EXPORTAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO

- ⇒ **CBU – Completely Built Up**
- ⇒ **CKD – Completely Knocked Down**
- ⇒ **SKD – Semi Knocked Down**
- ⇒ **PKD – Partial Knocked Down**

IX. INTERNACIONALIZAÇÃO MARCOPOLO

A) **PORTUGAL**: 1990 - Foi o primeiro passo. Colocamos a empresa na União Européia

⇒ Operação 100% Marcopolo.

⇒ Mercado estável 23.000/ano. Grande número de competidores.

⇒ Produto não bem adequado ao mercado.

⇒ Mão-de-obra não especializada.

⇒ Falta de experiência resultou numa operação pequena – 10 unidades/mês.

⇒ A partir de 2002, com Euro favorável, reestruturamos a operação completamente e passamos a operar forte no sistema PKD.

⇒ Em 2005, atingimos 20 unidades/mês.

⇒ Com dólar desfavorável perdemos nosso poder de competir em PKD e estamos reestruturando a empresa reduzindo produção para 12 a 15 unidades/mês.

IX. INTERNACIONALIZAÇÃO MARCOPOLO

B) ARGENTINA: 1997 – fábrica em Rio Cuarto.

⇒ Operação em CKD e SKD – chegamos a produzir 100 unidades/mês com 35% de *market share*.

⇒ Crise econômica em 2001, obrigou-nos hibernar a empresa.

⇒ Estima-se que o mercado argentino volte a reagir forte a partir de 2007. Vendas já estão retornando, porém não temos planos de reabrir a fábrica.

⇒ Joint Venture 33% do Grupo Metalpar – 2007.

IX. INTERNACIONALIZAÇÃO MARCOPOLO

C) MÉXICO - 2000

- ⇒ Implantamos a empresa POLOMEX, em Águas Calientes 100% Marcopolo.
- ⇒ Daimler Chrysler, em função de ser uma operação bem sucedida, propôs uma *joint-venture* onde Daimler Chrysler participaria com 26% no capital.
- ⇒ Feita a *joint-venture*, Daimler Chrysler convidou POLOMEX a transferir-se para própria fábrica da Daimler Chrysler, em Monterrey.

IX. INTERNACIONALIZAÇÃO MARCOPOLO

- ⇒ Atualmente POLOMEX está em Monterrey, sendo a operação internacional mais bem sucedida da Marcopolo.
- ⇒ Produção de 1.423 unidades em 2001, 1.964 em 2002, 1.687 em 2003, 2.102 em 2004, 3.200 em 2005, 2.898 em 2006, 2.587 em 2007 e 958 até Abril de 2008.
- ⇒ Todos os erros cometidos na Argentina e Portugal foram corrigidos no México.
- ⇒ México pertence ao mercado comum NAFTA.
- ⇒ Iniciamos processo rápido de nacionalização progressiva, que deverá ser estendido para todas outras subsidiárias internacionais.

IX. INTERNACIONALIZAÇÃO MARCOPOLO

D) COLÔMBIA - 2001

⇒ Fábrica em Bogotá, em associação 50/50 com Superbus, fábrica de ônibus do grupo FANALCA.

⇒ Operação muito bem sucedida.

⇒ Produção de 375 unidades em 2001, 1.134 em 2002, 1.475 em 2003, 1.665 em 2004, 1.894 em 2005, 1.693 em 2006, 1.534 em 2007 e 501 até Abril de 2008.

⇒ Colômbia faz parte do Mercado Comum Pacto Andino.

⇒ Será concluída fábrica nova em 2007 com capacidade para 15 ônibus/dia = 3.500 a 4.000 ônibus/ano. – Operação iniciou em Julho/2007.

⇒ Processo rápido de nacionalização progressiva.

IX. INTERNACIONALIZAÇÃO MARCOPOLO

E) ÁFRICA DO SUL - 2001

⇒ Compramos a fábrica da Volvo em Johannesburg – 100% Marcopolo Operação bem sucedida.

⇒ Fábrica com razoáveis perspectivas de crescimento.

⇒ Produção de 120 unidades em 2001, 204 em 2002, 399 em 2003, 406 em 2004, 300 em 2005, 314 em 2006, 331 em 2007 e 179 até Abril de 2008.

⇒ Mercado Comum – Cone Sul da África (não é um Mercado Comum Oficial).

⇒ Desequilíbrio cambial Rand/dólar prejudicou nosso crescimento em 2005 e em 2006.

⇒ Final de 2006, com montagens 100% em CKD, produção retornou para níveis de 25/30 unid/mês.

IX. INTERNACIONALIZAÇÃO MARCOPOLO

F) CHINA - 2002

⇒ Venda de tecnologia para Iveco dentro da J.V. Iveco + CBC.

⇒ Incluiu know how completo para montagem de:

- High Decker
- City Bus Low entry
- Micro bus

⇒ Jigs, fixtures e treinamento. Operação *turn-key*.

⇒ Valor operação US\$ 12,5 milhões.

⇒ Contrato estabelecia opção para fornecimento futuro de componentes pela Marcopolo.

⇒ Iveco – CBC não prosperou.

⇒ Iniciamos após contatos com Chang Feng para montagem de uma fábrica de miniônibus e high decker.

IX. INTERNACIONALIZAÇÃO MARCOPOLO

- ⇒ Após quase 2 anos de trabalho, não tivemos progresso devido a nova legislação do governo chinês para indústria automotiva.
- ⇒ Criamos uma empresa nossa MAC (Marcopolo Autoparts & Components) para produção de componentes , protótipos e também para pesquisa em *out sourcing*.
- ⇒ Deve-se considerar que China é o maior mercado mundial de ônibus - +/- 70.000/ano.
- ⇒ Mercado é altamente competitivo e há muitos fabricantes.
- ⇒ Preços são muito baixos e abrem as portas para criar fábrica para exportar.
- ⇒ Estamos com fábrica para manufatura só de componentes para ônibus para nossas subsidiárias internacionais.

X. INTERNACIONALIZAÇÃO MARCOPOLO

⇒ Após 2003, com a valorização do real, a performance do grupo passou a não oferecer perspectivas de crescimento:

- Receita Líquida – em milhões R\$

1999 - 464,6

2000 - 833,5

2001 - 1.056,6

2002 - 1.481,6

2003 - 1.288,5

2004 - 1.605,4

2005 - 1.709,1

2006 - 1.750,2

2007 - 2.129,1

X. INTERNACIONALIZAÇÃO MARCOPOLO

- ⇒ Prevendo uma impossibilidade de valorização do dólar, em função dos excelentes fundamentos macro econômicos, aceleraremos 2 planos já em andamento : RÚSSIA e ÍNDIA.
- ⇒ Índia é o 2º maior produtor mundial e Rússia está em 3º lugar. Em 4º lugar vem Brasil e USA (incluindo school buses).
- ⇒ Tanto Índia como Rússia têm grande demanda por transporte coletivo. Indústria com baixa tecnologia.

XI. INTERNACIONALIZAÇÃO MARCOPOLO

G) RÚSSIA

1) Russian Buses

⇒ Joint Venture 50/50 com o maior Grupo Automobilístico russo – Russian Buses.

⇒ Investimento de US\$ 6,5 milhões

⇒ Russian Buses é formado pelas seguintes fábricas:

a) Golaz – ônibus luxo – 300/ano

b) Paz – miniônibus – 11.000 a 12.000/ano

c) Liaz – urbanos 4.000 a 5.000/ano

d) Gaz – veículos Gazelle 140.000/ano

XI. INTERNACIONALIZAÇÃO MARCOPOLO

⇒ Plano Produção da Joint Venture:

Golaz – 700 ônibus rodoviários

Paz – 4.000 miniônibus

⇒ Esses volumes se atingem ao final de 2010/2011

⇒ Produção atual:

	<u>2008</u>	<u>2009</u>
Golaz	130	250
Paz	300	2.000

2) TECHNOART

⇒ Joint Venture 50/50 na cidade de Vladimir para fabricação de componentes plásticos, fiberglass e termoplásticos para indústria automobilística e de ônibus.

⇒ Faturamento previsto: 2008 – 42MM

2009 – 147MM

XI. INTERNACIONALIZAÇÃO MARCOPOLO

H) ÍNDIA

⇒ Joint Venture com grupo TATA, maior empresa automotiva da Índia.

⇒ Participação:

- TATA – 51%

- MARCOPOLO – 49%

⇒ Investimento de +/- US\$ 70 milhões

⇒ Deverá ser a maior operação da Marcopolo no exterior, podendo a prazo médio superar as operações no Brasil.

⇒ Início fábrica em Lucknow – 100 ônibus/mês.

XI. INTERNACIONALIZAÇÃO MARCOPOLO

- ⇒ **Fábrica em Dharwad. Pronta para fins de 2008.**
- ⇒ **Previsão para 1º ano de 4.000 unidades – podendo chegar a 20.000/25.000 unidades, em 5 anos.**
- ⇒ **Mercado Indiano: 55.000 ônibus.**
- ⇒ **TATA tem 55% do mercado.**
- ⇒ **Faturamento previsto:**

2008 – 72MM
2009 – 140MM
2010 – 220MM
2011 – 275MM
2012 – 395MM

XII. OUTRAS OPERAÇÕES EM PESQUISA

- ⇒ **Pacific Rim – 600 milhões habitantes (Indonésia, Tailândia, Singapura, Malásia, Filipinas, Burma, Vietnam).**
- ⇒ **Egito – processo em fase de conclusão.**

XIII. POSICIONAMENTO MARCOPOLO NOS MERCADOS COMUNS

- ⇒ **MERCOSUL – Brasil e Argentina.**
- ⇒ **PACTO ANDINO – Colômbia.**
- ⇒ **NAFTA – México.**
- ⇒ **UNIÃO EUROPÉIA – Portugal.**
- ⇒ **CONE SUL ÁFRICA – África do Sul.**
- ⇒ **FAR EAST – China – Pacific Rim**
- ⇒ **CARICOM – México e Colômbia.**
- ⇒ **ECOWAS – Nigéria (futuro).**
- ⇒ **MAGREB (Norte África) – Via Portugal.**
- ⇒ **CAFTA – Centro América – Via México/Colômbia.**
- ⇒ **ÍNDIA – FAR EAST.**
- ⇒ **RÚSSIA – EAST EUROPE.**

XIV. PRODUÇÃO MARCOPOLO – MUNDIAL CONSOLIDADA POR EMPRESA – (UN)

	2008*	2007	2006	2005	2004	2003
NO BRASIL						
Marcopolo ¹	5.250	12.764	10.576	11.301	11.494	10.723
Empresas Ligadas ²	1.571	4.701	3.243	3.123	3.085	2.368
Eliminações KD's Exportados ³	(1.851)	(3.524)	(3.244)	(3.586)	(2.990)	(2.409)
<u>TOTAL BRASIL</u>	<u>4.970</u>	<u>13.941</u>	<u>10.575</u>	<u>10.838</u>	<u>11.589</u>	<u>10.682</u>
NO EXTERIOR						
México	958	2.587	2.898	3.200	2.102	1.687
Portugal	55	166	190	224	176	119
África do Sul	179	331	314	300	406	399
Colômbia *	251	767	1.693	1.894	1.665	1.475
<u>TOTAL EXTERIOR</u>	<u>1.443</u>	<u>3.851</u>	<u>5.095</u>	<u>5.618</u>	<u>4.349</u>	<u>3.680</u>
<u>TOTAL GERAL</u>	<u>6.413</u>	<u>17.792</u>	<u>15.670</u>	<u>16.456</u>	<u>15.938</u>	<u>14.362</u>

Notas: ¹ Inclui a produção do modelo Volare;

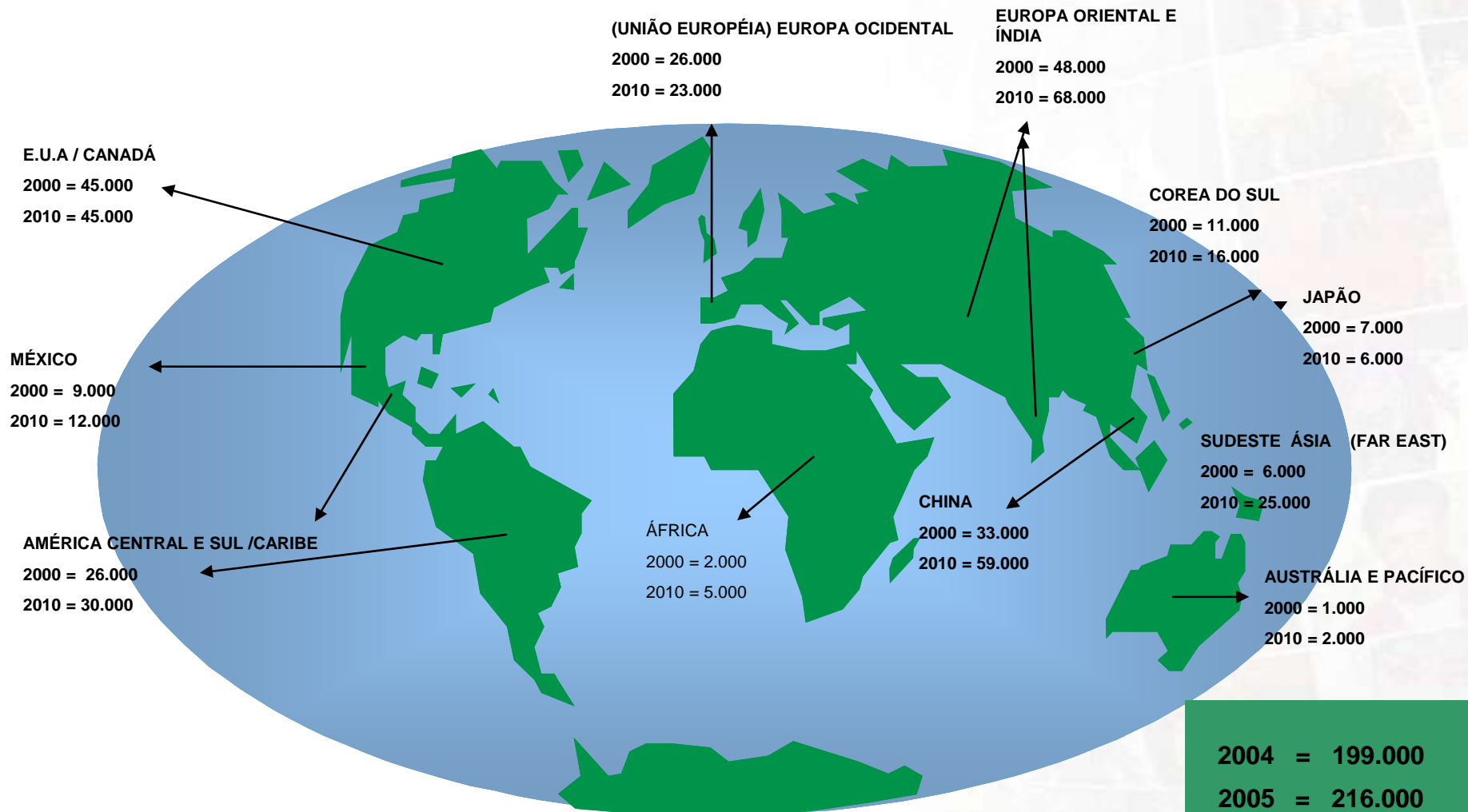
² Refere-se a produção das empresas Ciferal (1.189 unidades) e San Marino 39,6% (382 unidades);

³ Carrocerias parcial, ou totalmente desmontadas.

* Produção Colômbia 50%

Fonte: Marcopolo
•Até Abril/08

XVI. MERCADO MUNDIAL DE ÔNIBUS



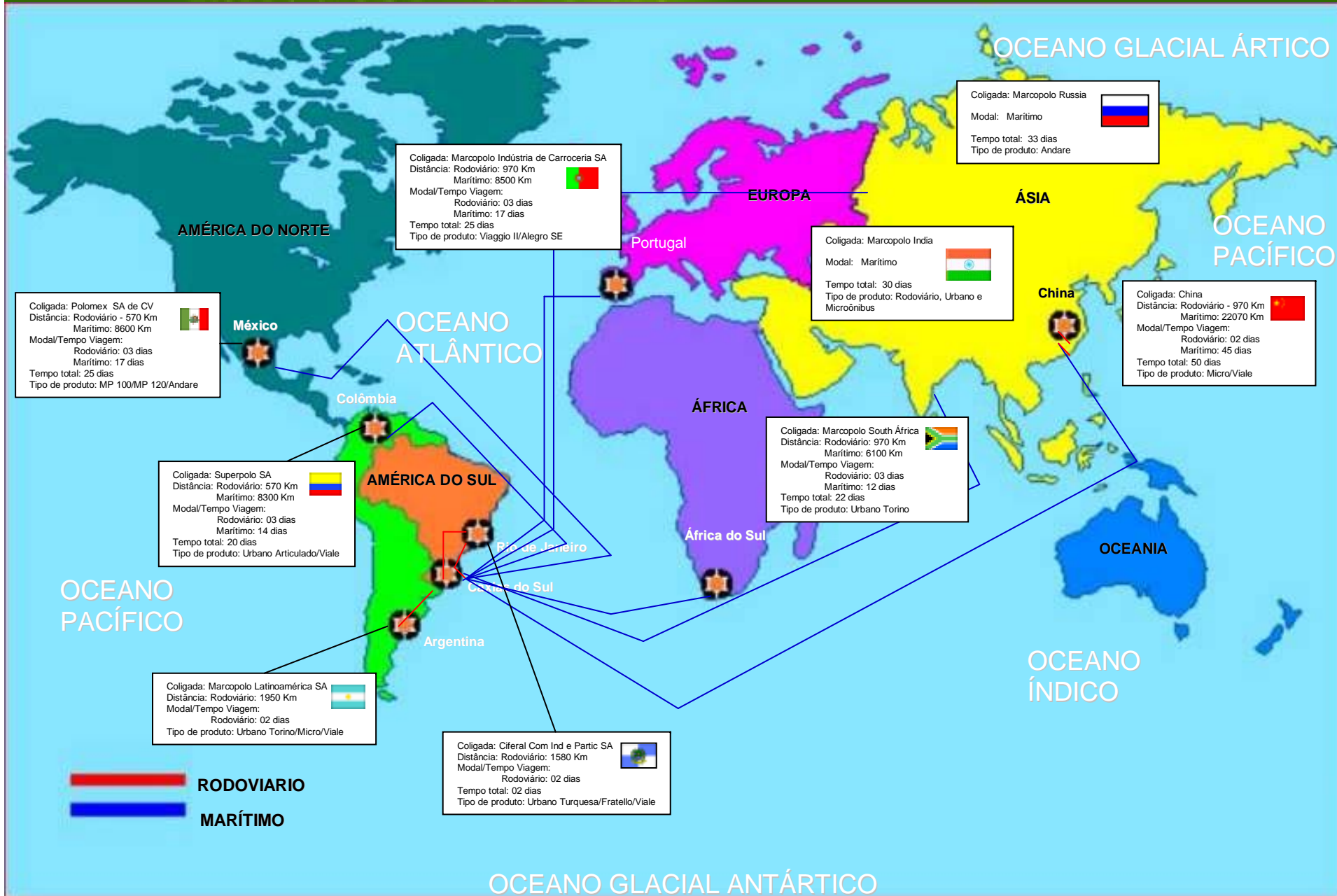
2004	=	199.000
2005	=	216.000
2008	=	240.000
RESUMO		
Acima 9 ton GVW		

Marcopolo tem 8,5% mercado Mundial
Produção Marcopolo 2008 = 21.000

XVII. MAPA COM ESTRUTURA CORPORATIVA MARCOPOLO



XVIII MAPA ROTA COLIGADAS CKD



XIX. MERCADOS DE EXPORTAÇÃO MARCOPOLO



Marcopolo S.A.

NOSSAS FÁBRICAS

MARCOPOLO PLANALTO



Caxias do Sul/RS - Brasil



MARCOPOLO ANA RECH



Caxias do Sul/RS - Brasil



Marcopolo

APROXIMANDO PESSOAS
BRINGING PEOPLE TOGETHER - APROXIMANDO PERSONAS

CIFERAL



Duque de Caxias - RJ

NEOBUS – SAN MARINO ÔNIBUS



Caxias do Sul/RS - Brasil



MARCOPOLO INDÚSTRIA DE CARROÇARIAS S.A



Coimbra - Portugal



MARCOPOLO LATINOAMÉRICA S.A



Rio Cuarto – Córdoba - Argentina

POLOMEX S.A. DE C.V



Monterrey - México



MARCOPOLO SOUTH AFRICA (PTY) LTD



Johannesburg – África do Sul



Marcopolo

APROXIMANDO PESSOAS
BRINGING PEOPLE TOGETHER - APROXIMANDO PERSONAS

SUPERPOLO S.A



Cota - Colômbia



MVC SÃO JOSÉ DOS PINHAIS



São José dos Pinhais/PR - Brasil

MVC CATALÃO



Catalão/GO - Brasil



MVC XERÉM



Xerém/RJ - Brasil



MVC CAXIAS DO SUL



Caxias do Sul/RS - Brasil



MVC MÉXICO



Monterrey - México



RUSSIAN BUSES MARCO



Golitsino -Rússia



TATA MOTORS



Lucknow - Índia



METALPAR ARGENTINA



Loma Hermosa - Argentina



SPHEROS CLIMATIZAÇÃO DO BRASIL S.A.



Caxias do Sul/RS - Brasil



NOSSOS PRODUTOS

RODOVIÁRIOS

PARADISO 1800 DOUBLE DECKER



PARADISO 1550 LOW DRIVER



PARADISO 1200



PARADISO 1350



VIAGGIO 1050



ANDARE 1000



IDEALE 770



ANDARE CLASS 850



URBANOS

TORINO



VIALE



VIALE ARTICULADO



GRAN VIALE



SENIOR

MIDIBUS – SENIOR MIDI



SENIOR TURISMO



SENIOR URBANO



VOLARE – MARCOPOLO PLANALTO

VOLARE W9



Modelos: Urbano, Taxi, Executivo, VIP, Escolar



VOLARE V5



VOLARE V6



VOLARE V8



VOLARE W8

SEGMENTO MUNICIPAL



SEGMENTO ESCOLARBUS



VOLARE ACESSO FÁCIL



SEGMENTO TURISMO E FRETAMENTO



TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA CBC – IVECO - CHINA

PARADISO 1200 HD



VIALE LOW ENTRY



TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA CBC – IVECO - CHINA

SENIOR



PKD



PKD



 **Marcopolo**
APROXIMANDO PESSOAS
BRINGING PEOPLE TOGETHER - APROXIMANDO PERSONAS

SKD/CKD



SKD (semi-montada)

Principais componentes já montados



CKD (completamente desmontada)

Carroceria completamente desmontada

PROCESSO VACUUM FORMING



Tomadas de ar



Pára-choques / defletores



Painéis



Peças internas da cabine

PROCESSO VACUUM FORMING



Carenagens para caixas eletrônicas



Telefones públicos



Painéis



Pára-lamas

PROCESSO EM FIBERPRINT



Paradas de ônibus



Lâminas em fibra de vidro

PROCESSO RTM



Calha de ar condicionado



Móveis para postos de gasolina



Peças frontais



Escadas

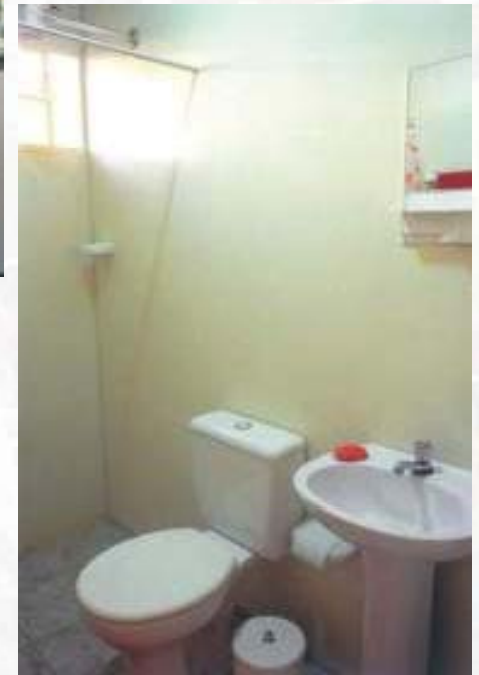
CASA FIBERPRINT



 **Marcopolo**
APROXIMANDO PESSOAS
BRINGING PEOPLE TOGETHER - APROXIMANDO PERSONAS

 **CASAPRÁTICA**

CASA FIBERPRINT



COMPONENTES AGCO



TRUCK & BUS MAGAZINE

Transporama

Opel
Combo

MAN
Lion's
Star



Camions & bus en Russie




BUSWORLD
Bretzky/Central 18-26/2001

Marcopolo



Les produits présentés ont été en vente dernière le mois de
Janvier et février l'année 2001.

Marcopolo a produit l'année passée 8.317 carrosseries, y compris Ciferal, ce qui fait de lui le plus grand carrossier au monde. Le bureau principal se trouve à Caxias do Sul, dans le sud du Brésil. L'établissement de Coimbra a produit l'année passée 132 exemplaires, mais il a clairement l'intention de croître. L'usine a en effet une capacité de 220 unités, sans que pour cela il faille procéder des extensions. L'effectif est actuellement de 155 personnes. Marcopolo va développer pour l'Europe une stratégie particulière afin de vendre un plus grand nombre d'exemplaires.



le plus grand fabricant de carrosseries au niveau mondial



Marcopolo

APROXIMANDO PESSOAS
BRINGING PEOPLE TOGETHER - APROXIMANDO PERSONAS

ASCENSÃO NO RANKING

➔ Nas próximas décadas, as economias dos Bric deverão superar a maioria das que hoje são líderes mundiais.

PRODUTO INTERNO BRUTO EM 2005 (em trilhões de dólares)		PRODUTO INTERNO BRUTO EM 2025 (em trilhões de dólares)		PRODUTO INTERNO BRUTO EM 2050 (em trilhões de dólares)	
1º Estados Unidos	12,8	1º Estados Unidos	20	1º CHINA	49
2º Japão	5	2º CHINA	11,7	2º Estados Unidos	38
3º Alemanha	2,6	3º Japão	6,7	3º ÍNDIA	27
4º Reino Unido	2,3	4º Alemanha	3,9	4º Japão	8
5º CHINA	2,3	5º ÍNDIA	3,6	5º BRASIL	8
6º França	2,2	6º Reino Unido	3,3	6º México	7,8
7º Itália	1,8	7º França	3,2	7º RÚSSIA	6,2
8º Canadá	1	8º RÚSSIA	2,9	8º Alemanha	5,4
9º Espanha	1	9º Coreia	2,6	9º Reino Unido	5,1
10º Coreia	0,8	10º Itália	2,5	10º França	4,9
11º BRASIL	0,8	11º México	2,4	11º Indonésia	3,9
12º México	0,8	12º BRASIL	2,3	12º Nigéria	3,7

Fontes: Goldman Sachs, CIA, FMI