

**Imprimir**

*Luxo / Empresa*

# Mercado náutico brasileiro vai muito bem, obrigado

## Estaleiros nacionais e estrangeiros projetam um bom final de ano em vendas e crescimento do mercado, que pode dobrar nos próximos anos

*Soraia Yoshida*



O barco Prestige 500S da francesa Jeanneau: investimento em revenda e serviços para crescer no Brasil

Italianos, franceses, americanos, ingleses, todos estão buscando uma fatia do mercado náutico brasileiro. Que, considerando-se as projeções de estaleiros nacionais e estrangeiros reunidos para a São Paulo Boat Show 2011, tem capacidade para dobrar nos próximos cinco anos. Os principais fabricantes, representantes de barcos e de acessórios apostam no crescimento vigoroso do setor e na sedimentação do Brasil como maior mercado latino-americano – inclusive com reforço na exportação de produtos aos países do continente.

“O mercado saiu de um crescimento de 10% ao ano nos últimos cinco anos para se tornar cada vez mais profissionalizado e maduro”, afirma Eduardo Colluna, presidente da Associação Brasileira dos Construtores de Barcos e seus Implementos (Acobar). A exceção foi 2009, em que o mercado estagnou, o que pode ser considerado um fato positivo, levando-se em conta que na Europa e nos Estados Unidos registrou-se uma queda vertiginosa. A economia brasileira, motor da recuperação, é responsável não apenas pela ampliação do setor, como pela “popularização” entre a chamada classe média. O comprador de pequenos barcos encontra hoje uma disputa em financiamentos, principalmente entre os bancos Santander e Bradesco. “Deixamos de ser vistos como um setor somente para o muito rico para sermos vistos como geradores de emprego desde a base da pirâmide”, diz Colluna.

A presença do governador de São Paulo, Geraldo Alckmin, na abertura do evento, pode ser lida como sinal de prestígio e desse entendimento. Da mesma forma, o crescimento mais disseminado pelas regiões, principalmente Nordeste, sinaliza que há muito espaço a ser explorado. “Nós estamos crescendo na velocidade do Nordeste”, afirma Marcello Sestini, diretor comercial do estaleiro Ecomariner. Sediada em Recife, com uma produção de 120 barcos por ano, a empresa percebeu a arrancada do setor na região e se beneficiou. Agora, quer mais. “No último ano e meio triplicamos o tamanho da fábrica, melhoramos projetos e agora estamos buscando uma distribuição melhor pelo país”, diz Sestini.



Iate Azimut 103SL, da Benetti: luxo e velocidade que atraem comprador brasileiro

Há quem seja ainda mais otimista. O grupo YachtBrasil, que representa e fabrica barcos Azimut, da italiana Benetti, e traz a americana Sea Ray, está projetando um crescimento entre 20% e 30% este ano. Com 12 marinas de atendimento espalhadas pela costa brasileira, a empresa está construindo um polo náutico em Itajaí, Santa Catarina, para ampliar sua produção. Seu poder de fogo ainda está muito concentrado na importação, afetada pelo aumento no imposto de importação decretado pelo governo. Pelo menos durante alguns meses, a YachtBrasil vai segurar os preços e absorver o impacto. “O governo acha que assim está ajudando a indústria nacional, mas no final quem sofre é o cliente”, diz Giovanni Luigi, presidente da YachtBrasil. Segundo ele, somente os estaleiros nacionais não têm condições de absorver a demanda atual. “Nós também geramos empregos e impostos antecipados e à vista”, diz.

O grupo aproveita a feira para lançar outros negócios, direcionados ao mesmo consumidor potencial de barcos. Além de oferecer assessoria para financiamento e um consórcio com prestações de até R\$ 2.700 ao mês, a YachtBrasil ainda promove a compra-venda-troca de barcos, helicópteros e agora até aviões. “O cliente é o mesmo, então se nosso cliente quer dar um helicóptero de entrada na troca do barco, nós fazemos negócios”, diz Luigi. Essa disposição de oferecer diferentes soluções ao consumidor garante clientes fiéis (“mais de 40% de nossos clientes volta a comprar conosco”) e ajudou o grupo a fechar um faturamento de US\$ 850 milhões no ano passado. O objetivo agora é chegar a US\$ 1 bilhão em cinco anos.





Iate Squadron 58 da Fairline: lançamento no Brasil

“O mercado náutico brasileiro vai bem, muito bem”, sintetiza Ubirajara Guimarães, sócio da Fairline no Brasil. “O que precisa agora é uma coisa que o próprio mercado vai exigir, que é qualidade”. A marca inglesa busca se diferenciar com acabamento, acessórios e tecnologia que levará a empresa a ampliar entre 10% e 15% suas vendas por aqui. “O barco deixou de ser um item apenas de lazer para se transformar em uma ferramenta de negócios, então começa a ser interessante para muitas empresas”.

E põe interessante aí. A francesa Jeanneau aproveita a Boat Show para divulgar mais seus iates da linha Prestige. A empresa já comercializava seus veleiros através da MD Bally, mas decidiu investir também em iates na Ásia e América do Sul. “O Brasil representa para nós uma grande oportunidade”, afirma Jean-Paul Chapeleau, diretor-geral da Jeanneau. “Temos certeza que será o maior mercado da América Latina”.

A estratégia da Jeanneau para ampliar seu market share é criar sua rede de serviço nos próximos meses, com mais revendedores. Até junho do ano que vem, a companhia estaria disputando o mercado de igual para igual com outras marcas. Mesmo um revés, como o aumento do imposto de importação, não demoveu a Jeanneau do investimento. “Temos os produtos certos e faremos o possível para desenvolver o mercado”, diz Chapeleau. “Estamos aqui no longo prazo e queremos ser um dos players importantes no país”.

Imprimir

Fechar