

Câmbio encarece indústria da navegação



A maior parte das empresas de navegação e agentes da cadeia portuária, como os operadores de terminais, enfrenta queda acentuada nas importações e redução dos negócios. Mas aqueles que adotaram novas estratégias para o enfrentamento da crise conseguiram até apresentar crescimento.

“A indústria de navegação internacional passa por tempos difíceis. Desde 2008, o crescimento tem sido abaixo da expansão da capacidade. No Brasil, a crise afetou as importações, com queda de 10,5% até outubro. Em contrapartida, as exportações cresceram 6%. O saldo é que caímos de 3.874 milhões de toneladas em 2014 para 3.770 milhões de toneladas de janeiro a outubro, queda de 2,7%”, diz Julian Thomas, diretor-superintendente da Hamburg Süd e da Aliança. Ele observa que o superávit comercial do país cria a necessidade de se transportar mais contêineres vazios para servir às exportações. “Trata-se de uma operação cara, que vai pressionar o frete para cima. Na realidade, o preço está muito baixo e precisa de uma correção”;

Apesar da crise, a Aliança Navegação está contratando a construção de três rebocadores com o Estaleiro Detroit de Itajaí. Thomas diz que a empresa está focando no crescimento do tráfego Ásia-Europa e Ásia-EUA, sem prejuízo da liderança no Brasil. Já a cabotagem surpreendeu, pois, inicialmente, achou-se que seria negativamente impactada pela crise. “Alguns setores como os de eletroeletrônicos e motocicletas, de fato, foram afetados, mas outros segmentos cresceram. Algumas empresas buscaram o modal para experimentar suas economias. Isso resultou num crescimento de 5% na cabotagem”, comemora Thomas.

A Log-In obteve um crescimento total de 24,5% de janeiro a setembro, resultado do consolidado do crescimento de 12,8% na cabotagem e de 46% nas operações de feeder (transbordo de carga de comércio exterior de um porto para os demais portos brasileiros), a despeito da queda de 3,5% nas rotas para o Mercosul.

“É um crescimento excelente uma vez que transportamos a produção nacional, que teve queda em 2015, o que mostra que tivemos um desempenho operacional acima da média. Somos uma empresa de soluções logísticas e nossa meta é a conversão de novos entrantes no modal da cabotagem

levando uma condição de frete que permita que uma empresa de Santa Catarina possa vender em Manaus”, diz Vital Jorge Lopes, presidente da Log-In.