MAPEAMENTO DO MERCADO NÁUTICO DE LAZER DE SANTA CATARINA

Artur Santa Catarina Dr. Universidade Federal de Santa Catarina artur.catarina@ufsc.br
Eduardo Mathias. Universidade Federal de Santa Catarina eduardomathias99@gmail.com

Resumo

Nos últimos anos, a indústria náutica se tornou de grande importância para nossa economia. Além do grande número de estaleiros nacionais, diversos estaleiros internacionais estão fazendo investimentos no país. É consenso que este setor da economia está em constante crescimento, gerando empregos e investimentos onde os mesmo se encontram. Santa Catarina é atualmente o segundo maior polo náutico do país, perdendo apenas para São Paulo. Diversos estaleiros internacionais estão fazendo investimentos consideráveis no estado, atraídos tanto pelo potencial de crescimento do segmento quanto pelos incentivos fiscais ofertados. Os maiores polos náuticos do estado se encontram na Grande Florianópolis e Itajaí, sendo que Joinville se encaminha para ser o terceiro. Com base nisso, este trabalho busca investigar a situação atual do setor náutico em Santa Catarina, realizando estudo de mercado e mapeando os estaleiros do estado. Para isto, foram realizadas consultas em revistas e estudos especializados, análise de artigos sobre o tema, bem como a aplicação de um questionário para estaleiros e revendas locados no estado. Com isso busca-se caracterizar o mercado em termos de produtos ofertados, conhecendo também as perspectivas de crescimento bem como as projeções futuras.

Palavras-chave: setor náutico, estaleiros, crescimento do segmento náutico.

Abstract

1. Introdução

O Brasil vem passando por mudanças no padrão de consumo, impulsionado, principalmente pela estabilidade econômica ocorrida até o ano de 2013. O uso de embarcações de lazer tem seguido esta tendência, deixando de ser um luxo para uma classe abastada para estar presente também, em outros estratos socioeconômicos. Mais pessoas percebem nas atividades náuticas uma oportunidade de lazer e negócios, permitindo o maior uso do grande litoral brasileiro e dos novos lagos que foram construídos para a geração de energia. Segundo Rigi (2013), o Brasil possui um barco para cada 271 pessoas, proporção ligeiramente maior quando

comparada ao número de carros, que é de um veículo para cada cinco pessoas. Isso mostra um mercado com grande potencial para negócios, impulsionando novos empreendimentos, desde marinas até novos estaleiros.

O estado de Santa Catarina possui um belo litoral, com baías recordadas por costões e ponteadas por ilhas, gerando demanda pela pesca e a navegação de lazer. Isto vem atraindo empreendedores para a região, fazendo do estado referência na produção náutica. Em função disto, este artigo tem com objetivo diagnosticar o estado atual da indústria náutica de lazer. Para tanto, foi realizado uma pesquisa de mercado com o objetivo de mapear e caracterizar os principais estaleiros existentes no estado de Santa Catarina. Para estes estaleiros, foram identificadas as suas principais características em termos de produtos oferecidos, os locais onde estão instalados e a sua percepção a respeito do prognóstico do mercado. Além deste mapeamento, foram definidos números relevantes para o mercado náutico, como volume de vendas, tipos e valores das embarcações.

2. Mercado Náutico

O segmento náutico está presente em todo mundo, desde a construção náutica às estruturas de apoio náutico, como as marinas. Nos últimos anos o Brasil está buscando conquistar um lugar entre os grandes centros náuticos do mundo, posicionando-se ao lado de países como Estados Unidos, Espanha, França, Itália, Austrália e Nova Zelândia, países que são referências para o mercado náutico (ACOBAR, 2012). Santos (2006) cita o mercado norte-americano como o maior mercado náutico do mundo. Segundo o Ministério do Turismo (2008), o Brasil possui um litoral com 7.367 quilômetros de extensão, 35.00 quilômetros de vias internas navegáveis e 9.260 quilômetros de margens de reservatórios de agua doce, que abrangem lagos de hidrelétricas, lagos e lagoas naturais, tornando o país extremamente propício à navegação.

Segundo a ACOBAR (2012), o setor náutico nacional pode gerar cerca de 7.400 empregos diretos e indiretos por cada 1.000 embarcações construídas. O setor de iates tem estreita ligação com o turismo, setor da economia responsável por movimentar cerca de 6 trilhões de dólares por ano e que apresenta uma taxa de crescimento anual de 5% (MOURA E BOTTER, 2011). O estado de Santa Catarina, que naturalmente tem uma geografia propícia a navegação e ainda vem contando com incentivos fiscais à indústria náutica fazendo com que surjam alguns polos de destaque no estado. Em função disso, empresas conceituadas neste segmento

vem buscando investir no estado (INDÚSTRIANÁUTICA-SC, 2013). No setor náutico, devido às poucas implicações nos processos produtivos envolvidos e grande parte dos processos ainda se manterem artesanais, não existe uma grande dificuldade para que novos produtores entrem no mercado (SANTOS, 2006).

Os três principais estados em produção náutica no país são: São Paulo, Santa Catarina e Rio de Janeiro. Segundo a ACOBAR (2012), Santa Catarina é o segundo principal polo industrial náutico do país, com 21% do total de estaleiros em operação, perdendo apenas para São Paulo, que conta com 35% dos estaleiros em operação. Segundo Francisco (2014), atualmente existem 120 estaleiros formais em operação no país, com foco principal voltado para o mercado nacional, sendo que destes 70% produzem apenas lanchas e 15% oferecem modelos de 50 pés ou mais.

Segundo estudo da ACOBAR (2005), no estado de Santa Catarina, as principais cidades responsáveis pela produção de embarcações são: Florianópolis, Joinville, São Francisco do Sul, Porto Belo, entre outras, com indústria náutica mais presente em Palhoça, Biguaçu, Camboriú e Joinville. Segundo a Indústria Náutica-SC (2013), os principais polos náuticos estão localizados na Grande Florianópolis e em Itajaí, sendo que Joinville caminha para se tornar nos próximos anos o terceiro polo náutico do estado. Segundo o estudo da ACOBAR, Indústria Náutica Brasileira, Fatos e números (2012), o eixo da BR-101 é o polo náutico mais importante do estado, abrigando cerca de 50 estruturas de apoio náutico, que incluem iates clubes, garagens náuticas, hotéis e marinas de alto padrão. O estudo ainda revela que o relevo, o turismo e a existência de importantes polo econômicos próximos do litoral são os principais fatores para o desenvolvimento do setor em Santa Catarina. O estudo ressalta que em 2012 o estado contava com pouco mais de 20 estaleiros produzindo em Santa Catarina, sendo em sua maioria especializados na construção de lanchas com tamanhos variando de 19 a 80 pés. Estes estaleiros, além de atenderem a demanda local, tem participação importante no mercado nacional, sendo líderes em volume de vendas de diversos segmentos.

3. Estudo de mercado

O estudo de mercado é uma das fases mais importantes na análise de um projeto de investimento, pois é nele que serão definidas as bases (ou pilares) do conhecimento (ALMEIDA et al., 2006). Busca-se estimar em que quantidade, a que preço e a quem vender o produto. Assim, o entendimento do que é mercado e como ele funciona é fundamental para o estudo da implantação de um projeto. Os mercados originam-se da interação dos compradores

e vendedores. Um mercado é um grupo de compradores e vendedores que interagem entre si (PINDICK e RUBINFELD, 1994), resultando na troca de informações, produtos, etc. Segundo Krebs (2005), a estrutura de mercado pode ser caracterizada pelos seguintes elementos: quantidade de vendedores e compradores atuando no mercado e, a atureza da mercadoria ou fator de produção.

Segundo Schneider (2009), em diversas situações, as empresas necessitam obter informações diretas, dados característicos daquele segmento de mercado, as chamadas fontes primárias. Uma pesquisa de mercado é a elaboração, coleta, análise e edição de relatórios de dados bem como descobertas relevantes sobre situações específicas enfrentadas por empresas do segmento em análise. O autor ressalta que o foco principal é obter informações objetivas sobre o processo de comercialização de algum bem/serviço, por meio de entrevistas com executivos, empresários ou especialistas no setor e fornecedores bem como levantamento junto aos clientes, visando uma tomada de decisão por parte da empresa com um menor grau de incerteza. Uma pesquisa de mercado pode ter diversos objetivos. Algumas aplicações de uma pesquisa de mercado, por exemplo, pode ser a obtenção de informações existentes (dados primários e secundários) bem como no mapeamento do mercado, considerando o portfólio de produtos concorrentes (POLIGNANO E DRUMOND, 2001).

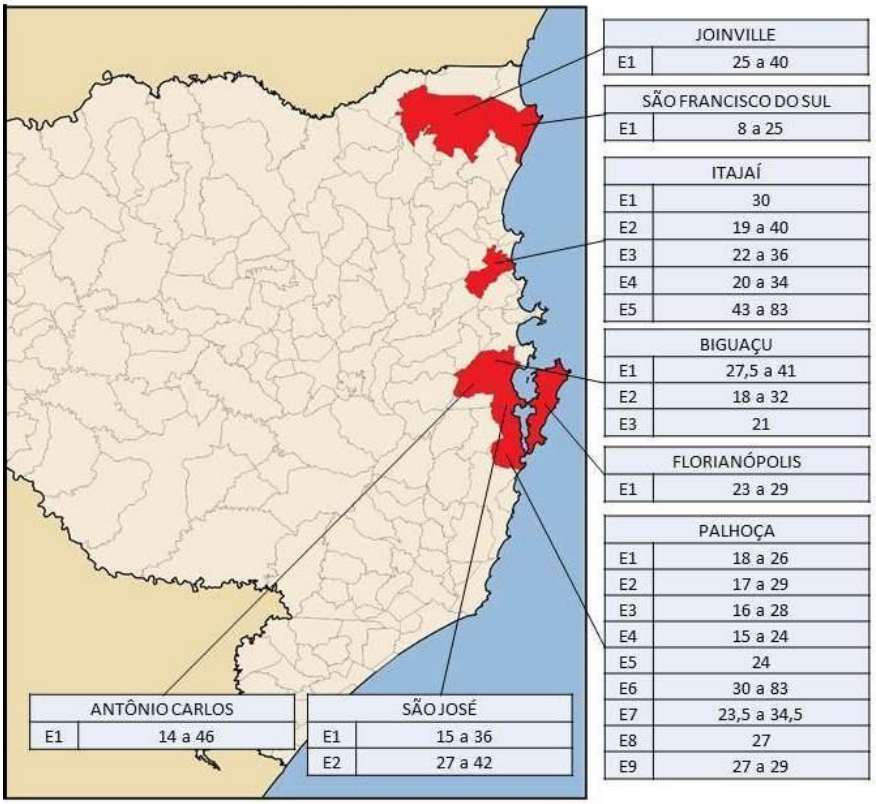
4. Metodologia

O presente trabalho tratou de uma pesquisa junto aos estaleiros em atividade no estado de Santa Catarina. A pesquisa foi feita no primeiro semestre do ano de 2015. Em uma primeira etapa, confeccionou-se uma lista de estaleiros através de dados secundários. Nesta etapa foi realizado o mapeamento do setor buscando-se verificar a localização dos estaleiros no estado, identificando as regiões náuticas bem como verificando o porte dos estaleiros. Após produzida a lista de estaleiros atuantes no estado por meio de dados secundários, buscou-se realizar contato com as empresas, por meio de e-mail ou telefone, verificando se as mesmas ainda estavam em operação no mercado de Santa Catarina e a seguir foi enviado um questionário questionando dados dos produtos, sobre os consumidores, o volume de vendas, o valor das embarcações, o faturamento e a geração de empregos. Foram contatados todos os 23 estaleiros encontrados no estado, e obteve-se um retorno de 15 empresas. Com posse destes dados, foram realizadas as analises para o setor, conforme mostrado a seguir.

5. Mapeamento dos Estaleiros e Caracterização dos Estaleiros

Foram encontrados 23 estaleiros instalados no estado e em operação, com produção de barcos de 08 a 83 pés. A localização dos estaleiros tende a se concentrar em locais onde é facilitado o escoamento da produção e que reduzem implicações com a cadeia de suprimentos. Na figura 4 é possível observar a localização dos estaleiros no estado e as dimensões (em pés) das embarcações produzidas.

Figura 1 – Localização geográfica dos estaleiros do estado e faixa de fabricação



Fonte: Próprio

Nota-se ainda que todos os estaleiros estão localizados próximos ao eixo da BR-101 e ao litoral, facilitando o escoamento da produção. A presença do porto de Itajaí também pode ser uma explicação para que a região seja o segundo polo náutico do estado.

Os dados mostraram a importância na geração de empregos e de receita no estado de Santa Catarina. Dos 15 estaleiros consultados, 9 apresentam até 20 funcionários, sendo que 1 desses apenas trabalha com operações terceirizadas. Os demais estaleiros contavam com um número entre 100 e 750 funcionários. Comparando os dados da pesquisa com os apresentados na revista Indústria Náutica-SC, de 2013, a maioria dos estaleiros reduziu ou manteve este

número durante este período. Os treze estaleiros que responderam a esta pergunta são responsáveis pela geração de 1381 empregos diretos em Santa Catarina.

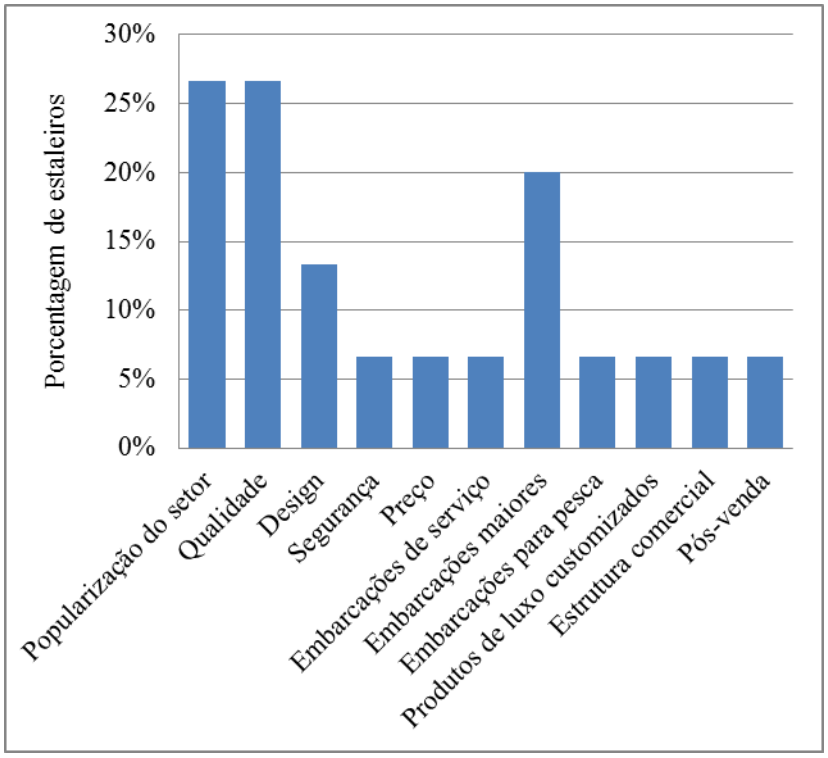
O primeiro estaleiro instalado no estado e que ainda está em atividade, segundo a pesquisa, é de 1982, sendo que até o ano 2000, apenas 6 dos 23 estaleiros já havia se estabelecido. Percebeu-se pela pesquisa que 52% dos estaleiros em operação hoje no estado surgiram de 2008 a 2012.

6. Perfil do Consumidor e das Embarcações Vendidas

Do questionário percebeu-se que o grande foco dos estaleiros do estado é na produção de embarcações de pequeno a médio porte e também, a grande variedade de tamanhos oferecidos. Isto pode ser considerado como um diferencial para cada empresa, que apostam em tamanhos exclusivos para atrair clientes. O grande número de estaleiros produzindo embarcações de menor porte pode ser uma adequação ao poder aquisitivo dos clientes, que buscam embarcações de menor valor de compra. O pequeno número de estaleiros produzindo barcos de grande porte pode ser explicado tanto pela necessidade de grande estrutura física quanto de financeira, visto que um barco destes pode passar de 20 milhões de reais.

Foi questionado se recentemente foram percebidas mudanças no perfil de consumo. A figura 5 mostra as principais mudanças no perfil dos consumidores do setor náutico catarinense nos últimos anos, de acordo com os estaleiros consultados. Ressalta-se que um estaleiro poderia citar mais que uma mudança no perfil dos consumidores.

Figura 2 – Mudanças no perfil dos clientes.



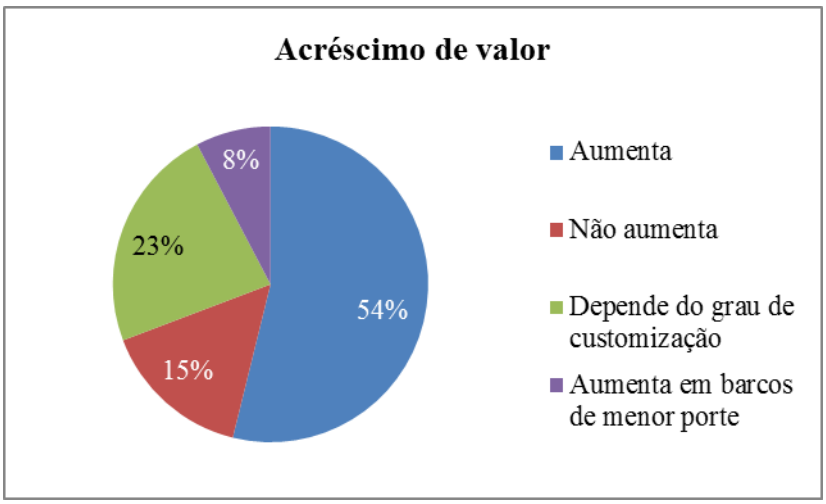
Fonte: Próprio

Observando a figura 5, percebe-se que 27% dos estaleiros consultados indicaram uma popularização do setor como uma das principais mudanças do segmento. Este fato também coincide com o que foi visto na literatura sobre o setor. Empatado com esta mudança, segue a maior exigência em qualidade, citada por 27% dos estaleiros consultados. Segundo as respostas do questionário, isto se deve em grande parte à entrada da concorrência internacional, aumentando a competitividade do setor e exigindo adequações dos estaleiros nacionais. A terceira maior mudança apontada pelos estaleiros é a busca por embarcações maiores, fator citado por 20% dos estaleiros. Isto pode ser associado à ampliação do setor para classes mais altas, que após terem seu primeiro barco, buscam comprar um modelo maior. Com 13% de indicações aparece o design das embarcações. Segundo os estaleiros, esta mudança de perfil também está associada à abertura do mercado nacional. É interessante ressaltar que apenas 7% dos estaleiros apontaram o preço como um fator importante para o cliente deste mercado.

Por ser um mercado de um público mais exigente, são comuns os estaleiros que oferecem customizações para suas embarcações, conforme solicitação do cliente. A pesquisa indicou

que 87% dos estaleiros realizam customizações conforme solicitação dos clientes, e assim pode ser considerado como um grande argumento de vendas pelas empresas. A relação entre as customizações e o preço das embarcações é mostrada a seguir.

Figura 3 – Acréscimo de valor perante customizações



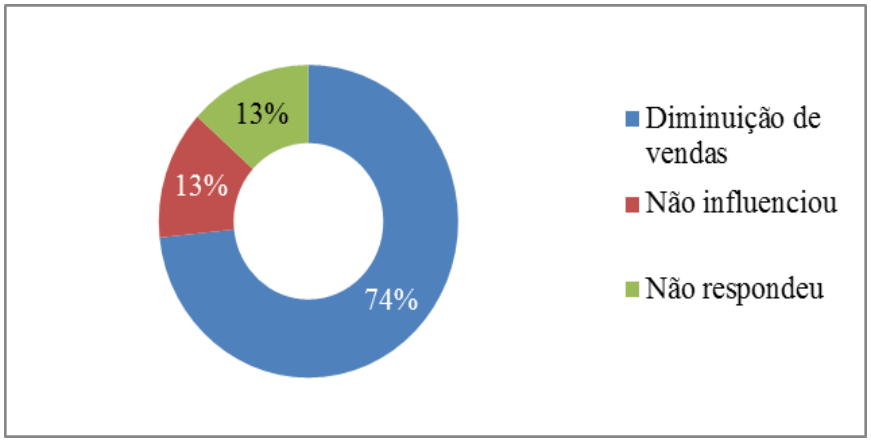
Fonte: próprio

Com a análise da figura percebe-se que a maioria dos estaleiros, 54%, acrescenta valor às customizações realizadas nas embarcações. Somente 15% informaram não cobrar por possíveis mudanças, o que se caracteriza na maioria das vezes como mudança de cor da embarcação. Já 23% informaram verificar e calcular o real valor que as customizações agregam na embarcação. Um dos estaleiros informou que as modificações podem aumentar em até 40% o valor da embarcação.

7. A Crise e o Volume de Vendas

Segundo Ferreira (2014), no segundo trimestre de 2014 o Brasil já se encontrava em recessão técnica, ou seja, apresentou a segunda queda contínua no PIB. Buscou-se avaliar pelo questionário se o setor sente uma retração do mercado perante esta situação. A figura a seguir mostra as influências deste momento econômico para os estaleiros. Lembra-se que o questionário foi aplicado no primeiro semestre de 2015 quando a crise ainda não estava em seu auge.

Figura 4 – Efeitos da crise nos estaleiros

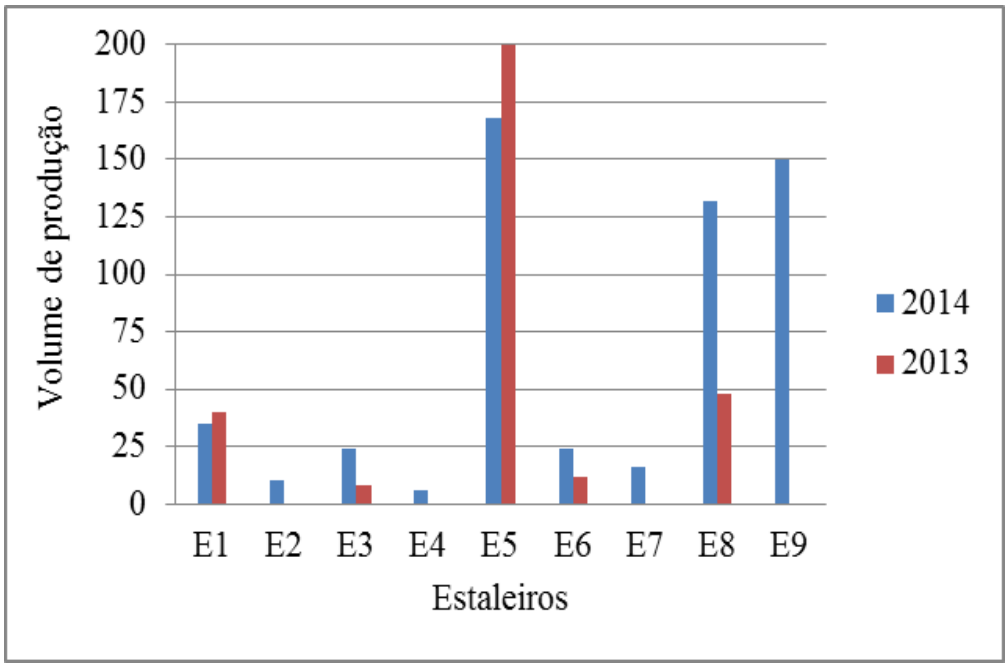


Fonte: Próprio.

Analisando a figura 6, percebe-se que a grande maioria dos estaleiros do estado, aproximadamente 74% sofreu uma diminuição na venda de embarcações. Cita-se o caso de um estaleiro que optou por terceirizar todo o processo produtivo em virtude das baixas vendas em 2015.

O questionário também buscou ter uma noção do volume de vendas anual dos estaleiros alocados no estado. Dos 15 estaleiros que responderam ao questionário, 60% optaram por responder a esta pergunta. Com posse destes dados, buscou-se fazer uma comparação com o estudo da revista Indústria Náutica-SC (2013), onde a mesma informa o volume de vendas para cinco estaleiros no ano de 2013 e que responderam ao questionário. As informações podem ser vistas na a seguir.

Figura 5 – Volume de vendas dos estaleiros



Fonte: próprio

Comparados os dados de 2013 com 2014, percebe-se que apenas dois estaleiros quando comparados com os dados de 2013 tiveram diminuição no volume de embarcações produzidas. Os nove estaleiros juntos foram responsáveis pela produção de 565 embarcações dos mais variados tamanhos em 2014.

8. Geração de empregos

O setor náutico é um importante gerador de empregos e de receita no estado de Santa Catarina. Dos 15 estaleiros consultados, apenas um optou por não informar o número de funcionários no estaleiro. Dentre os 14, um dos estaleiros terceiriza todos os processos produtivos. Dados do número de funcionários dos estaleiros em 2013 também podem ser obtidos na Indústria Náutica-SC, e assim, o quadro 6 mostra a situação atual do setor quando comparada a 2013.

Tabela 1 – Geração de empregos

	Atual (2015)	Náutica-SC (2013)	
E1	3	Não informado	
E2	12	18	Diminuição
E3	6	6	Manteve
E4	18	20	Diminuição

E5	6	6	Manteve
E6	280	300	Diminuição
E7	20	20	Manteve
E8	6	5	Aumentou
E9	750	900	Diminuição
E10	15	20	Diminuição
E11	5	20	Diminuição
E12	110	95	Aumentou
E13	150	180	Diminuição
E14	Somente terceirizados		
E15	Não respondeu		

Fonte: próprio

Comparando os dados de 2013 para 2015, podemos perceber que aproximadamente 46% dos estaleiros tiveram diminuição no número de funcionários diretos. Isto não necessariamente é um efeito somente da crise atual, mas também muitas vezes pode estar na terceirização de serviços e processos produtivos. Diversos estaleiros informaram produzir grande número de empregos indiretos. Segundo Moura (2008) informa que muitos estaleiros ainda fabricam produtos e possuem serviços que poderiam ser terceirizados. Assim, um dos motivos para esta queda no número de funcionários pode ser uma mudança no perfil dos estaleiros, que estão optando mais pela terceirização, sendo que 27% informaram produzir grande número de empregos indiretos. Os treze estaleiros que responderam a esta pergunta são responsáveis pela geração de 1381 empregos diretos em Santa Catarina.

9. Conclusões

O setor náutico tem crescido consideravelmente no Brasil nos últimos anos. Com a análise dos dados percebe-se que dos 23 estaleiros em operação no estado, 52% iniciaram sua produção entre 2008 e 2012, mostrando um impulso recente nesta indústria.

A produção de Santa Catarina cobre praticamente todas as demandas do mercado náutico de lazer, produzindo barcos de 8 a 83 pés, buscando utilizar tamanhos exclusivos de embarcações como um diferencial competitivo. Observa-se também que os estaleiros estão alocados próximos ao eixo da BR-101. Com o mapeamento dos estaleiros, perceberam-se

claramente os polos náuticos do estado, sendo o de maior importância a Grande Florianópolis, com 16 estaleiros, seguida por Itajaí, com 4 estaleiros. Nota-se também o encaminhamento de Joinville para se tornar o terceiro polo náutico do estado. A customização das embarcações mostrou-se um ponto importante para esta indústria. Algumas são oferecidas como cortesia ao cliente, porém, 54% dos estaleiros consultados informaram cobrar por quaisquer mudanças. Percebe-se que grande parte dos estaleiros utiliza a customização de produtos como um diferencial competitivo.

Com os dados analisados percebeu-se que o setor está se tornando cada vez menos elitizado, abrangendo uma camada maior da sociedade. Também se observa que o perfil dos clientes está mudando, principalmente para embarcações maiores e de maior qualidade, características citadas por 27% dos estaleiros avaliados. Já o valor das embarcações se mostrou pouco significativo para os clientes deste setor, sendo citado apenas por 7% dos estaleiros.

Apesar de o setor náutico brasileiro ter sentido pouco os reflexos da crise econômica de 2008, nota-se que esta não é a situação atualmente. Dos estaleiros consultados, 73% revelaram uma queda nas vendas de embarcações neste momento da economia do país. Quando perguntados sobre a previsão de vendas para curto prazo, 40% dos estaleiros informaram que a previsão é de que as vendas continuem caindo. Também foi verificada a estagnação ou redução no número de funcionários, um indicador de receio dos empresários. Apesar disso, juntos, os estaleiros que responderam ao questionário são responsáveis por 1382 empregos diretos.

10. REFERÊNCIAS

ACOBAR. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS CONSTRUTORES DE BARCOS E SEUS IMPLEMENTOS. Indústria náutica brasileira: Fatos e números 2005.

ACOBAR. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS CONSTRUTORES DE BARCOS E SEUS IMPLEMENTOS. Indústria náutica brasileira: Fatos e números 2012.

ALMEIDA, M. R. et al. A importância da disciplina projetos de investimento: um estudo teórico com uma aplicação prática. In: COBENGE. Passo Fundo. Setembro de 2006.

ALMEIDA, G. F. et al. Porto de Santos: Prospecção sobre a logística de seus acessos. In XXXIII ENEGEP. Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Salvador, BA, Brasil, 2013.

FRANCISCO, J. R. Considerações sobre os fatores críticos de sucesso para a produtividade e competitividade dos estaleiros do vale do itajaí. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Curso de Engenharia Naval. Universidade Federal de Santa Catarina, Joinville, 2014.

FREDERICO, E. O que é Análise do Ambiente de Mercado? Revista Antenna Web. ed. 3, 2º semestre 2007.

INDÚSTRIA NÁUTICA-SC. Grupo RIC. Setembro de 2013. Disponível em: <http://www.ricmais.com.br/sc/wp-content/uploads/2013/09/Nautica-SC.pdf>. Acesso em 3 março. 2015.

MOURA, D. A. Análise dos principais segmentos da indústria marítima brasileira: estudo das dimensões e dos fatores críticos de sucesso inerentes à sua competitividade. 304 f. Tese (Doutordado). Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, Departameno de Engenharia Naval e Oceânica, São Paulo, 2008.

MOURA, D. A; BOTTER, R. C. Uma visão geral do segmento de construção náutica, turismo e lazer no Brasil. In: XXII COPINAVAL. Congresso Panamericano de Ingeniería Naval, Transporte Marítimo e Ingeniería Portuaria. Buenos Aires, Argentina, 27 a 30 de setembro, 2011.

PINDYCK, R. S.; RUBINFELD, D. L. Microeconomia. Rio de Janeiro: Makron, 1994.

POLIGNANO, L. A. C.; DRUMOND, F. B. O papel da pesquisa do mercado durante o desenvolvimento de produtos. In: 3° Congresso Brasileiro de Gestão de Desenvolvimento de Produto, Florianópolis, SC, de 25 a 27 de Setembro de 2001.

RIGI, C. Alugadas ou próprias, lanchas invadem o litoral brasileiro. Disponível em: <http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/01/03/alugado-ou-proprio-lanchas-invadem-o-litoral-brasileiro.htm>. Acessado em 10 outubro 2013.

SANTOS, L. E. Mercado emergente na grande Florianópolis: a indústria de pequenas embarcações no setor de recreio náutico. 90 f. Monografia (Graduação) – Departamento de Ciências Econômicas. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2006.

SCHNEIDER, RODRIGO LEIRIA. Roteiro para análise e dimensionamento de mercado. Incubadora Empresarial do Centro de Biotecnologia da Ufrgs, 2009.

TURISMO náutico: orientações básicas. / Ministério de Turismo, Coordenação Geral de Segmentação; Coordenação Geral de Tânia Brizolla. – 2. ed. – Brasília: Ministério do Turismo, 2008.