

Cleci Leão

18/12/2016 23:55

A nova visão da (nova) Maersk

Para a América Latina, os planos incluem trabalhar com uma marca “dupla”

Na semana passada, a Maersk estabeleceu sua visão estratégica para a nova estrutura da empresa, em um evento chamado “Capital Markets Day”. Segundo a TI (Transport Intelligence), publicação que avalia o mercado por meio de eventos e relatórios pontuais, o planejamento do armador passou duas impressões básicas: ambição e cautela. Apesar de incluir grandes propostas, o plano da gigante que acaba de abocanhar mais uma parcela do mercado marítimo após o anúncio de aquisição da Hamburg-Süd pode ser “capicioso”, afirma a TI.

A nova Maersk aspira uma atuação mais integrada. Na Europa, o armador deverá aumentar o tráfego de suas rotas pelos terminais APM, além de trabalhar para aumentar a atuação no transporte terrestre. A empresa também anunciou que deverá utilizar suas instalações de transportes para criar uma capacidade que o CEO Soren Skou comparou com a atuação dos sistemas hub-and-spoke (em projeto radial) da FedEx e da UPS. Mas a grande oportunidade, de acordo com Skou, será a possibilidade de vendas integradas, algo que favoreceria a Damco, braço de logística da própria Maersk, desde que as empresas se ligaram em setembro deste ano ([Leia no Guia](#)).

A companhia declarou, no entanto, que ainda vai manter o foco na atividade tradicional da empresa, que é a navegação em containers, mas com ênfase na competitividade de seus preços.

América Latina


Diante da incógnita que permeia o mundo da navegação ultimamente, Skou afirmou que a Maersk deverá criar uma plataforma de “dupla marca” na América Latina, uma forma que a companhia encontrou para continuar a

explorar o seu posicionamento regional na América Latina, após a recente aquisição da Hamburg-Süd, um arranjo que a Maersk Line já havia feito antes na região da África com a compra da Safmarine.


De uma maneira geral, durante toda a apresentação, a companhia manteve a ênfase no fortalecimento de sua atuação por meio de aquisições, tanto no segmento de shipping quanto em terminais de container. Ainda assim, a empresa anunciou que pretende agora reduzir investimentos em portos e na navegação, uma vez que considera, assim como os demais players do setor, que já possui capacidade suficiente de crescimento no médio prazo.

Desta forma, a estratégia anunciada pela Maersk passa reforçar dois elementos: de um lado a intenção de fazer os ativos trabalharem mais intensamente para a competitividade da empresa e, de outro, a conquista do mercado por meio da aquisição de empresas.

Basicamente – conclui a TI – a Maersk tem batalhado diante do enfraquecimento do mercado, enquanto tenta descobrir uma forma de agregar mais valor de seus ativos próprios, inclusive por meio dos serviços de que eles já dispõem, enquanto divulga novos serviços aos clientes já existentes. Some-se a isso a manutenção da liderança no setor de containers, o que a TI considera “complexo e, talvez, até mesmo contraditório”.

 **guia de SERVIÇOS**

Confira como o seu cliente acessa os seus serviços no maior diretório de comércio exterior.



Notícias do dia



Marítimo

A nova visão da (nova) Maersk



Sustentabilidade

Ferramenta online mede emissão de gases no transporte de carga



Concessões e Licitações

Reviravolta de última hora



Cenário

Para onde vamos?



Containers

Projeto ganha prêmio e traz benefícios na estufagem de containers



Tecnologia

Alto nível de gestão e controle sob as operações