

**Volume 3**

**Carla Conceição Lana Fraga  
Rafael Teixeira de Castro  
Sérgio de Castro Ribeiro**

# Transporte







Fundação

**CECIERJ**

Consórcio **cederj**

Centro de Educação Superior a Distância do Estado do Rio de Janeiro

**Volume 3**

**Transporte**

Carla Conceição Lana Fraga

Rafael Teixeira de Castro

Sérgio de Castro Ribeiro



**GOVERNO DO  
Rio de Janeiro**

**SECRETARIA DE  
CIÊNCIA E TECNOLOGIA**

**UNIVERSIDADE  
ABERTA DO BRASIL**

Ministério da  
Educação

GOVERNO FEDERAL  
**BRASIL**  
PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA

Apoio:

  
**FAPERJ**  
Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo  
à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro

  
**FUNDAÇÃO  
SANTA CABRINI**  
Provedora de acesso à Cidadania

# Fundação Cecierj / Consórcio Cederj

Rua da Ajuda, 5 – Centro – Rio de Janeiro, RJ – CEP 20040-000

Tel.: (21) 2333-1112 Fax: (21) 2333-1116

## Presidente

Carlos Eduardo Bielschowsky

## Vice-presidente

Masako Oya Masuda

## Coordenação do Curso de Turismo

UFRRJ - Maria Angélica Maciel Costa

UNIRIO - Camila Moraes

CEFET - Claudia Fragelli

## Material Didático

### ELABORAÇÃO DE CONTEÚDO

Carla Conceição Lana Fraga

Rafael Teixeira de Castro

Sérgio de Castro Ribeiro

### COORDENAÇÃO DE DESENVOLVIMENTO INSTRUCIONAL

Cristine Costa Barreto

### SUPERVISÃO DE DESENVOLVIMENTO INSTRUCIONAL

Fabio Peres

### DESENVOLVIMENTO INSTRUCIONAL E REVISÃO

Marcelo Alves da Silva

### AVALIAÇÃO DO MATERIAL DIDÁTICO

Thais de Siervi

## Departamento de Produção

### EDITOR

Fábio Rapello Alencar

### COORDENAÇÃO DE REVISÃO

Cristina Freixinho

### REVISÃO TIPOGRÁFICA

Beatriz Fontes

Carolina Godoi

Elaine Bayma

Renata Lauria

Thelenayce Ribeiro

### COORDENAÇÃO DE PRODUÇÃO

Ronaldo d'Aguiar Silva

### DIRETOR DE ARTE

Alexandre d'Oliveira

### PROGRAMAÇÃO VISUAL

Alexandre d'Oliveira

### ILUSTRAÇÃO

Bianca Giacomelli

### CAPA

Bianca Giacomelli

### PRODUÇÃO GRÁFICA

Verônica Paranhos

Copyright © 2013, Fundação Cecierj / Consórcio Cederj

Nenhuma parte deste material poderá ser reproduzida, transmitida e gravada, por qualquer meio eletrônico, mecânico, por fotocópia e outros, sem a prévia autorização, por escrito, da Fundação.

F811t

Fraga, Carla Conceição Lana.

Transporte. v. 3 / Carla Conceição Lana Fraga, Rafael Teixeira de Castro, Sérgio de Castro Ribeiro. - Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, 2013.

182 p.; 19 x 26,5 cm

ISBN: 978-85-7648-908-5

1. Transporte aéreo. 2. I. Castro, Rafael Teixeira de. II. Ribeiro, Sérgio de Castro. III. Título.

CDD : 387.7

# Governo do Estado do Rio de Janeiro

## Governador

Luiz Fernando de Souza Pezão

## Secretário de Estado de Ciência e Tecnologia

Alexandre Vieira

## Universidades Consorciadas

### CEFET/RJ - CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA CELSO SUCKOW DA FONSECA

Diretor-geral: Carlos Henrique Figueiredo Alves

### IFF - INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FLUMINENSE

Reitor: Luiz Augusto Caldas Pereira

### UFRRJ - UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO

Reitor: Silvério de Paiva Freitas

### UERJ - UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Reitor: Ricardo Vieiralves de Castro

### UFF - UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE

Reitor: Roberto de Souza Salles

### UFRJ - UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

Reitor: Carlos Levi

### UFRRJ - UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO

Reitora: Ana Maria Dantas Soares

### UNIRIO - UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Reitor: Luiz Pedro San Gil Jutuca



## SUMÁRIO

<b>Aula 19</b> – Introdução aos transportes aéreos – parte I _____	7
Rafael Teixeira de Castro / Sérgio de Castro Ribeiro	
<b>Aula 20</b> – Introdução aos transportes aéreos – parte II _____	27
Rafael Teixeira de Castro	
<b>Aula 21</b> – Panorama internacional dos transportes aéreos _____	53
Rafael Teixeira de Castro	
<b>Aula 22</b> – Transportes aéreos no Brasil _____	85
Rafael Teixeira de Castro / Sérgio de Castro Ribeiro	
<b>Aula 23</b> – Tendências mercadológicas dos transportes em interface com o turismo _____	111
Rafael Teixeira de Castro	
<b>Aula 24</b> – Transporte em interface com o turismo: oportunidades e desafios do mercado de trabalho _____	133
Carla Conceição Lana Fraga / Rafael Teixeira de Castro	
<b>Aula 25</b> – Transportes em interface com o turismo: campo vasto de pesquisa _____	151
Carla Conceição Lana Fraga / Rafael Teixeira de Castro	
<b>Referências</b> _____	177



# 19

## Introdução aos transportes aéreos – parte I

*Rafael Teixeira de Castro  
Sergio de Castro Ribeiro*

### Meta da aula

Avaliar a importância da indústria do transporte aéreo para a sociedade e a economia, enfatizando sua posição estratégica como elemento alavanca-  
dor da atividade turística.

### Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1 identificar a importância do transporte aéreo para a cadeia produtiva de qualquer país ou região;
- 2 reconhecer o funcionamento da estrutura do transporte aéreo e algumas formas da sua regulação;
- 3 identificar os principais custos das empresas aéreas;
- 4 reconhecer a importância das empresas aéreas de baixo custo e baixa tarifa para o turismo.

## Introdução

Nesta aula, iniciaremos os estudos relativos ao modo de transporte aéreo. Este modo, que foi muito importante para o desenvolvimento da atividade turística moderna como a temos atualmente, merece atenção. Veremos nesta aula como os transportes aéreos são classificados e como suas operações são regulamentadas. Em seguida, começaremos a ter contato com as empresas aéreas, sobretudo em relação aos seus custos, e entenderemos um pouco mais sobre as empresas aéreas de baixo custo e baixa tarifa.

## Importância do transporte aéreo

A economia moderna caracteriza-se pela intensa movimentação de negócios em escala mundial e pela internacionalização dos bens, dos serviços e do capital. Dentro deste novo contexto global, a conectividade constitui a base para a competitividade econômica, a reforma social, o desenvolvimento regional e o intercâmbio social.



Andomenda

**Figura 19.1:** Imagem aérea do Aeroporto Internacional de Guarulhos. Transporte aéreo: setor estratégico.

Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:ViewfromAir-SaoPaulo.jpg>

A progressiva eliminação de fronteiras e barreiras nas relações econômicas e humanas iniciadas no final do século passado moldou uma “nova” sociedade. Nesta sociedade, a agilidade e a rapidez no deslocamento de pessoas, cargas e informações são condições quase obrigatórias para a sua subsistência. No exercício do atendimento das necessidades vitais de integração entre seus agentes e na manutenção do fluxo regular de todas as suas atividades, sejam elas de ordem tecnológica ou socioeconômica, poucos setores desempenharam papel de igual relevância ao do transporte aéreo.

O transporte aéreo vem sendo tratado como um setor estratégico nos diferentes âmbitos políticos e setoriais. Assim, seu emprego no deslocamento de pessoas e na logística de mercadorias tem representado um dos fatores mais relevantes de intercâmbio cultural, institucional e mercantil da humanidade nas últimas décadas. Tamanha importância pode ser atribuída às suas peculiaridades, como a velocidade e a capacidade de cobertura mundial, que o posicionam como um importante vetor para o desenvolvimento socioeconômico, um agente imprescindível à manutenção da unidade territorial e um parceiro fundamental no fomento à atividade turística.

De maneira a dimensionar o potencial de abrangência, integração e dinamismo do serviço de transporte aéreo, é importante ressaltar que, a partir da introdução da tecnologia e, devido a aeronaves com jatos cada vez mais velozes, uma hora de deslocamento a bordo de um avião passou a ser o equivalente a aproximadamente 24 horas a bordo de um navio (PALHARES, 2002).

O transporte aéreo vem representando um elemento essencial no processo evolutivo deste fenômeno que se convencionou chamar de “globalização”; graças à sua principal particularidade, que é a rapidez, ao seu pleno funcionamento e à garantia da eficiência de seus serviços.

O avanço tecnológico dos aeroportos foi fundamental para o desenvolvimento do transporte aéreo. Eles atuam como verdadeiros instrumentos de entrada e saída de todo o complexo sis-

tema que movimenta esta indústria, oferecendo, ainda em solo, basicamente todos os serviços necessários para um voo seguro e bem-sucedido, constituindo uma ferramenta igualmente indispensável para qualquer tipo de relação mercantil ou social, seja ela em âmbito local, regional, doméstico ou internacional.

De um lado, os deslocamentos aéreos proporcionam agilidade, dinamismo e eficiência no transporte de pessoas e cargas, auferindo-lhe notável vantagem competitiva sobre os demais modos de transportes concorrentes, principalmente quando em ligações de média e longa distância. Por outro lado, as exigências estabelecidas pelas normas internacionais de segurança e os elevados custos relacionados a este tipo de operação terminam por limitá-lo a uma tipicidade específica de demanda, em que a rapidez e a segurança constituem elementos cruciais.

Por constituir uma atividade de *meio*, a demanda do transporte aéreo, seja ela de passageiros ou de cargas, será sempre derivada de outras atividades, influenciando diretamente no ambiente econômico que envolve as localidades para onde as empresas aéreas levam seus serviços. Assim, este setor estará sempre sujeito a diversas externalidades de ordem macro e microeconômica, e também poderá depender diretamente de incentivos em âmbito político para continuidade de suas operações. Por exemplo, para manter suas linhas regulares para Fernando de Noronha, uma empresa aérea dependerá diretamente do bom funcionamento da atividade econômica principal da ilha, que, neste caso, é o turismo.



Considera-se atividade *meio* aquela que serve de ligação entre outras atividades, sejam elas de mercado ou sociais. Por exemplo, quando um passageiro embarca em um avião, o seu objetivo não é a viagem aérea em si, porém, as atividades relacionadas ao trabalho, lazer, saúde, esportes, entre outras, que este desenvolverá no seu destino, mas que somente poderão ser realizadas através do deslocamento ágil e seguro proporcionado pelo transporte aéreo.



## Atividade

---

### Atende ao Objetivo 1

1. Após a leitura da primeira seção desta aula, você já estará apto para responder a seguinte pergunta: qual é a importância do setor aéreo para a sociedade atual?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### **Resposta Comentada**

*Se você respondeu que, graças à sua velocidade, flexibilidade e capacidade de cobertura mundial em tempo reduzido, o transporte aéreo representa um elemento fundamental no transporte de pessoas e cargas para os quais a velocidade e a segurança constituam questões fulcrais, você acertou.*

## Classificação do transporte aéreo

O transporte aéreo é um serviço público operado normalmente através de concessão estabelecida entre o poder público e as empresas transportadoras, sob condições preestabelecidas. Assim, de acordo com sua natureza, ele pode ser classificado como: *regular, não regular, doméstico, ou internacional.*

O *transporte aéreo regular* é aquele cuja frequência e cujos horários são previamente determinados: sua partida obrigatória. A empresa deverá manter a regularidade de seu serviço mesmo que em condições deficitárias, enquanto o *transporte aéreo não regular* é normalmente operado mediante solicitação, pedidos, ou devido a condições extraordinárias, como voos de fretamen-

### **Voos charter**

São serviços aéreos não regulares, normalmente contratados por um grupo particular ou um segmento específico de viajantes, normalmente através de um operador de turismo.

to turístico (*voos charter* ou “alugado”), exclusivo para um grupo de pessoas. Este segmento também se caracteriza por estar desobrigado a cumprir frequências, horários ou partidas regulares (daí o nome “não regular”).

O *transporte aéreo doméstico* é o tipo de serviço de transporte realizado dentro dos limites de um mesmo país, enquanto o transporte aéreo internacional é aquele que se dá entre pontos de partida, intermediários e destino, situados em países diferentes.

## **Regulamentação do transporte aéreo**

Em virtude de sua natureza operacional, diretamente relacionada à segurança e à soberania nacional, e de seu caráter alavancador do desenvolvimento socioeconômico de qualquer país ou região, o setor de transporte aéreo exige um ambiente muito bem estruturado e controlado pelo governo de maneira a garantir seu funcionamento dentro dos padrões internacionais e de performance das empresas.

Em âmbito internacional, cabem à International Air Transport Association (IATA) e à Organização de Aviação Civil Internacional / International Civil Aviation Organization (OACI/ICAO) as ações de fomento à aviação em escala mundial.

A IATA representa aproximadamente 230 empresas aéreas espalhadas nos cinco continentes, que, reunidas, concentram o equivalente a 93% do fluxo aéreo regular no mundo. Em linhas gerais, compete-lhe:

1. estimular as empresas a oferecerem serviço de transporte seguro, econômico e regular para o bem-estar de todos os povos;
2. fomentar o transporte aéreo e estudar seus problemas, a fim de fornecer subsídios para a colaboração entre as empresas que estão direta ou indiretamente relacionadas a este tipo de serviço;
3. cooperar com a OACI, entre outros organismos internacionais;
4. representar, liderar e servir toda a indústria do transporte aéreo.

Além disso, a IATA determinou as condições de transporte, estabeleceu detalhadamente os requisitos necessários encontrados no bilhete de passagem e determinou condições contratuais, através das quais criou padrões internacionais de indenizações no caso de irregularidades previstas no serviço de transporte de pessoas.



Se você tiver interesse em conhecer mais detalhes sobre a IATA, não deixe de acessar o site: [www.iata.org](http://www.iata.org).

Já a Organização de Aviação Civil Internacional (OACI) é uma entidade pública vinculada diretamente à Organização das Nações Unidas (ONU), sediada em Montreal, Canadá, com atribuições relacionadas ao transporte aéreo internacional. Seus objetivos gerais estão contidos na Convenção de Chicago (1944), e, resumidamente, competem à organização o desenvolvimento de técnicas e princípios de navegação aérea internacional e o estímulo ao estabelecimento e ao progresso do transporte aéreo internacional.

A Convenção de Chicago, que reuniu 52 países de todo o mundo em 1944, além de criar a OACI esboçou as chamadas “liberdades do ar” propostas pelos Estados Unidos. A ideia era de que os países presentes assinassem acordos multilaterais que autorizassem as empresas aéreas a voar livremente sobre os territórios dos demais, de acordo com as seguintes liberdades do ar:

**Quadro 19.1:** As cinco principais liberdades do ar

<b>1ª liberdade do ar</b>	Direito a sobrevoar o espaço aéreo de um terceiro país quando a aeronave estiver interligando outros dois países.
<b>2ª liberdade do ar</b>	Direito a fazer escala técnica num determinado país, apenas para reabastecimento da aeronave, sem embarque ou desembarque de passageiros, quando uma aeronave estiver voando entre dois outros países.
<b>3ª liberdade do ar</b>	Direito de uma companhia aérea levar passageiros do país ao qual pertença para o outro país.
<b>4ª liberdade do ar</b>	Direito de uma empresa aérea trazer passageiros de outro país para o país ao qual pertença.
<b>5ª liberdade do ar</b>	Direito de fazer escala num determinado país, com embarque ou desembarque de passageiros, quando uma aeronave estiver voando entre dois outros países.

Fonte: Palhares (2002).

Entretanto, as propostas dos Estados Unidos não puderam ser aceitas por todos os países presentes em Chicago, já que alguns deles ainda sofriam com os efeitos da Segunda Guerra Mundial e optaram por políticas mais protecionistas das suas fronteiras. Foi acordado multilateralmente entre os países o direito à primeira e à segunda liberdades do ar. Porém, para terem acesso às demais, seria necessário que os governos fizessem acordos bilaterais.

Os acordos bilaterais ou multilaterais atuais incorporaram mais quatro liberdades do ar, de acordo com as necessidades que foram surgindo ao longo do tempo. A seguir, você terá exemplos de cada uma delas para que possa entender mais facilmente estes conceitos.

- 1ª liberdade do ar: aeronave brasileira, de empresa aérea brasileira, voando de Curitiba a Buenos Aires, sobrevoando o Uruguai;
- 2ª liberdade do ar: empresa aérea brasileira, com aeronave brasileira, voando do Rio de Janeiro para Tóquio, pousa em

Los Angeles para uma escala técnica. Não pode haver embarque ou desembarque de passageiros ou carga;

- 3ª liberdade do ar: aeronave brasileira, voando do Rio de Janeiro para Miami. No destino, há permissão para embarque e desembarque de passageiros e cargas embarcados no Rio de Janeiro;
- 4ª liberdade do ar: aeronave brasileira, voando de Miami para o Rio de Janeiro. No destino, há permissão para embarque e desembarque de passageiros e cargas embarcados em Miami;
- 5ª liberdade do ar: aeronave brasileira de empresa aérea também brasileira, voando do Rio de Janeiro para Londres, pousando em Lisboa. Em Lisboa, é permitido o desembarque de passageiros e cargas bem como o embarque para o destino final da viagem, Londres. Atenção: a cidade de Lisboa fica em Portugal e Londres, no Reino Unido. Portanto, são dois pousos em países diferentes;
- 6ª liberdade do ar: aeronave brasileira de empresa aérea brasileira, voando de Paris para o Rio de Janeiro, seguindo depois para Buenos Aires. Nestas condições, os passageiros embarcados na Europa poderiam comprar bilhetes de passagem para Buenos Aires, via Rio de Janeiro;
- 7ª liberdade do ar: aeronave brasileira, voando entre Santiago e Bogotá sem estar operando nenhuma rota de/para o Brasil;
- 8ª liberdade do ar: aeronave brasileira, voando do Rio de Janeiro para Nova York, com pouso em Dallas. Em Dallas, seria permitido o desembarque de passageiros e cargas e o embarque com destino à cidade de Nova York. Atenção: as duas cidades de pouso encontram-se nos Estados Unidos;
- 9ª liberdade do ar: empresa aérea brasileira, operando aeronave entre São Francisco e Nova York, sem nenhuma operação para o Brasil ou qualquer outro país. Atenção: neste caso, temos a operação de uma empresa estrangeira em ligações domésticas regulares em outro país, no caso do nosso exemplo, nos Estados Unidos.

Vale ressaltar que as liberdades do ar são aplicáveis somente para operações de voos internacionais ou para empresas aéreas estrangeiras, operando voos domésticos no exterior.

Podemos perceber que estas regulamentações são do tipo não econômicas, uma vez que tratam somente das permissões de sobrevoos, pouso de aeronaves, embarque e desembarque de passageiros nos países. Entretanto, há ainda as regulamentações econômicas. Estas dizem respeito ao controle dos governos federais em relação a aspectos como as tarifas cobradas pelas empresas aéreas, as taxas, a concorrência entre as companhias, dentre outros.

Você verá nas próximas aulas que, apesar de este ser um mercado altamente controlado, vários países passaram por processos de regulamentação do transporte aéreo.

O entendimento deste tópico será muito importante para que você entenda a evolução dos acordos bilaterais e multilaterais e para analisar criticamente o cenário atual do transporte aéreo.



## Atividade

---

### Atende ao Objetivo 2

2. Classifique os voos hipotéticos a seguir em regular/não regular, internacional/doméstico e indique quais liberdades do ar são necessárias para a operação destes voos. Justifique suas respostas.

<b>Voo 1</b>	Aeronave brasileira, de empresa aérea brasileira, voando diariamente do Rio de Janeiro para Lisboa.
<b>Voo 2</b>	Aeronave brasileira, de empresa aérea brasileira, operando voo charter do Rio de Janeiro a Santiago, no Chile.
<b>Voo 3</b>	Aeronave brasileira, de empresa aérea brasileira, voando quatro vezes por semana do Rio de Janeiro para Sydney, na Austrália, com escala técnica em Lima, no Peru.
<b>Voo 4</b>	Aeronave brasileira, de empresa aérea brasileira, voando diariamente entre o Rio de Janeiro e Manaus, com escala para embarque e desembarque de passageiros em Brasília.



É fato que, para que as empresas possam atender ao mercado, há uma série de custos e despesas. Segundo Doganis (2002) citado em Page, (2008), os custos das empresas aéreas podem ser divididos em diretos e indiretos.

Os diretos podem ser exemplificados como os custos com operações de voo, salários, despesas, combustível, óleo, seguro das aeronaves, custos de aluguel e arrendamento, manutenção e depreciação dos equipamentos. Como custos indiretos entendemos as despesas terrestres, os serviços aos passageiros, a emissão de bilhetes, as vendas, bem como o marketing e a administração. Segundo este mesmo autor, despesas com combustível para aviação representam 12 a 13% dos custos totais, e os salários da tripulação da cabine somam 14%. Custos quando em rota ou nos aeroportos representam 9%. A propriedade da aeronave ou custos com arrendamento podem chegar a 13% e a emissão de bilhetes varia de 16 a 17%.

Além destes, há diversos outros fatores que impactam na construção na estrutura do custo de companhias aéreas, tais como (PALHARES, 2002):

- o controle dos gastos das empresas aéreas. Algumas são consideradas de alto custo e outras de baixo custo e baixa tarifa, como veremos adiante;
- a demanda pode influenciar diretamente nos custos, como a sazonalidade, por exemplo. Apesar da oscilação na demanda, as empresas aéreas mantêm aeronaves e funcionários durante todo o ano;
- diversos aspectos das aeronaves podem impactar nos custos das empresas. Quanto maior a aeronave, menor o custo por assento. Porém, as aeronaves são projetadas para operar em determinados tipos de rota. Assim, não podemos pensar no emprego de aeronaves muito grandes em rotas com baixa capacidade de tráfego, uma vez que esta ficará subaproveitada;

- as distâncias das rotas também são importantes. Uma empresa que opera rotas mais longas pode ser mais econômica do que aquela que opera voos curtos, já que os procedimentos de pouso e decolagem requerem grande quantidade de combustível. Há ainda o fato de que, quanto mais tempo uma aeronave e sua tripulação permanecem em solo, mais elas ficam inoperantes, sem gerar qualquer tipo de receita para a empresa;
- uma alta frequência de voos também aumenta a produtividade das aeronaves e da tripulação. Em rotas com alta frequência, as aeronaves e a tripulação não ficam ociosas por muito tempo;
- a padronização da frota é outro aspecto muito importante. Empresas com frota muito diversificada possuem maiores custos em relação a manutenção e treinamento de toda a equipe para sua operação e manutenção.



Já que falamos da tripulação a bordo das aeronaves, se você quiser saber um pouco mais sobre a rotina dos comissários de voo e assistir a uma comédia, não deixe de assistir ao filme *Voando alto*:



Fonte: [http://1.bp.blogspot.com/\\_O8lgb7jGQGI/TCt\\_tSQaEPI/AAA-AAAAADJ4/aypV1lkrEak/s1600/FILME\\_1756\\_VOANDO+ALTO.jpg](http://1.bp.blogspot.com/_O8lgb7jGQGI/TCt_tSQaEPI/AAA-AAAAADJ4/aypV1lkrEak/s1600/FILME_1756_VOANDO+ALTO.jpg)

Nesse filme, produção americana de 2003, direção do brasileiro Bruno Barreto, Donna Jensen (Gwyneth Paltrow) é uma jovem romântica que decide correr atrás do sonho de ser uma comissária de bordo de voos internacionais. Depois de ingressar numa companhia falida, Donna consegue entrar para um curso da famosa Royalty Airlines com o hilário instrutor John Whitney (Mike Myers). Após alguns pousos forçados e muitas trapalhadas, Donna percebe que voar alto pode ser uma aventura bem diferente do que ela imaginava.

## Empresas de baixo custo e baixa tarifa

As empresas de baixo custo e baixa tarifa são aquelas que reúnem características específicas que as fazem diminuir seus custos para que possam oferecer ao mercado tarifas bastante reduzidas.

A primeira empresa a adotar este modelo foi a americana Southwest Airlines, em 1971, tornando-se um marco para este modelo de companhias aéreas.



Brian

**Figura 19.2:** Aeronave da Southwest Airlines.

Fonte: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Southwest\\_Canyon\\_Blue.jpg](http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Southwest_Canyon_Blue.jpg).

O grande público-alvo dessas empresas são passageiros e turistas que desejam gastar menos com o transporte aéreo, mesmo que para isso tenham de abrir mão de uma série de confortos a bordo.

Os aspectos que levam essas empresas a reduzirem drasticamente seus custos vão desde aqueles que interferem diretamente na experiência do passageiro até padrões administrativos e operacionais:

- aeronaves não contam com serviço de bordo sofisticado. Além disso, os passageiros que o desejarem deverão pagar para recebê-lo;
- configuração das aeronaves com maior número de assentos, gerando maior densidade de passageiros por aeronave e menos espaço e conforto para estes;
- muitas empresas operam em aeroportos secundários que são menos movimentados que os terminais principais das cidades. Um aeroporto com baixo tráfego é essencial para que essas empresas possam obter um uso eficiente das suas aeronaves, mantendo-as em operação a maior parte do tempo. Além disso, as taxas cobradas pelos aeroportos secundários às empresas costumam ser menores em relação aos demais. Este aspecto é um inconveniente para os passageiros que precisam se deslocar até os aeroportos geralmente afastados dos grandes centros;
- não costumam possuir programas de milhagem, que geram custos para as empresas que precisam distribuir bilhetes gratuitos;
- seus principais canais de distribuição são a internet e o atendimento telefônico. Assim, geralmente, não estão disponíveis para reserva por meio dos sistemas globais de distribuição como o Sabre, que vimos em algumas aulas anteriores;
- algumas delas não vendem por meio de agências de viagens, o que representa outra economia, pois não precisam pagar comissão aos agentes;
- não utilizam bilhete físico. Há somente o bilhete eletrônico por meio de um código capaz de localizar a reserva nos sistemas das companhias;
- possuem frotas padronizadas;
- empregam tripulação menor a bordo e funcionários mais jovens e motivados;
- usam uniformes mais informais e confortáveis do que os das empresas tradicionais;

- terceirizam serviços. Muitas empresas terceirizam o atendimento nos aeroportos, os serviços de bagagem, a limpeza das aeronaves, dentre outros.

O quadro a seguir revela a redução média dos custos dessas empresas nas rotas de pequeno percurso:

**Quadro 19.2:** Vantagens das empresas de baixo custo nas rotas de pequeno percurso

<b>Vantagens operacionais</b>	<b>Redução de custo (%)</b>
Maior densidade de assentos por aeronave	-16%
Maior utilização das aeronaves	-3%
Menor número de tripulantes por voo	-3%
Uso de aeroportos secundários	-6%
Gastos com manutenção e treinamento para uma frota padronizada	-2%
<b>Características do produto/serviço</b>	<b>Redução de custo (%)</b>
Serviços terceirizados e redução de custos nas paradas	-10%
Serviços de bordo eliminados	-6%
<b>Diferenças de marketing</b>	<b>Redução de custo (%)</b>
Vendas diretas, sem a presença de agentes de viagens	-8%
Redução dos custos de vendas e sistema de reservas	-3%
<b>Outras vantagens</b>	<b>Redução de custo (%)</b>
Custos de uma administração menor	-2%

Fonte: Doganis (2001), citado em Palhares (2002).

Estas empresas têm ocupado espaço cada vez mais importante no mercado de transporte aéreo. Importante percebermos que em vez de atingir os passageiros das outras companhias, estas empresas acabam construindo uma demanda própria e diferenciada. Esta demanda é justamente aquela que gostaria

de viajar, mas estava reprimida por conta dos altos preços praticados pelas demais empresas, chegando até a concorrer com o transporte rodoviário em determinados trechos.

Para o desenvolvimento do turismo, o advento das empresas aéreas de baixo custo e baixa tarifa tem sido de grande valia. Elas estão possibilitando que um número cada vez maior de pessoas possa realizar não somente o sonho da primeira viagem de avião, mas também o sonho de uma viagem de férias há muito esperada. Do ponto de vista do mercado turístico como um todo, o aumento do número de pessoas viajando e usufruindo de serviços como hotéis, receptivos, passeios, restaurantes, dentre outros, é o que se espera para que o turismo de qualquer localidade possa crescer.



Morio

**Figura 19.3:** Empresa aérea Gol. Baixas tarifas popularizaram os voos.

Fonte: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Gol\\_B737-800\\_Curitiba.jpg](http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Gol_B737-800_Curitiba.jpg)

Os transportes aéreos são imprescindíveis para a realização de atividades de turismo globalizadas como atualmente. O surgimento deste modo de transporte colaborou e continua colaborando para a maior integração entre os povos, principalmente, por despertar a curiosidade das pessoas em conhecerem destinos cada vez mais longínquos.



## **Resumo**

Identificamos a importância dos transportes aéreos para a cadeia produtiva de qualquer país ou região. Algumas das grandes vantagens deste modo de transporte são a velocidade e a agilidade para o deslocamento entre destinos muito afastados entre si. O mundo globalizado atual exige grande agilidade no transporte de pessoas e cargas, e isso faz o transporte aéreo ser tão importante. Em seguida, entendemos algumas questões relativas à regulamentação do transporte aéreo, sobretudo as liberdades do ar, que tratam da permissão para sobrevoo, pouso, embarque e desembarque de passageiros em países diferentes. As empresas aéreas prestam serviços que devem ser reconhecidos pela confiança e segurança por seus clientes. Para tal, é empregada uma série de custos, divididos em diretos e indiretos. As empresas aéreas de baixo custo e baixa tarifa são aquelas que empregam uma série de estratégias para a redução dos seus custos e o oferecimento de tarifas reduzidas, colaborando para o desenvolvimento de destinos turísticos.

## **Informação sobre a próxima aula**

Na próxima aula, trataremos dos aeroportos, passando por seu planejamento e sua gestão. Abordaremos assuntos como a integração dos aeroportos com os transportes públicos e as receitas dos aeroportos.



# 20

## Introdução aos transportes aéreos – parte II

*Rafael Teixeira de Castro*

### Meta da aula

Apresentar os conceitos principais em relação ao planejamento e gestão dos terminais aeroportuários e suas interfaces com a atividade turística.

### Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1 estabelecer os conceitos iniciais relacionados aos aeroportos e sua importância no contexto do desenvolvimento do turismo;
- 2 reconhecer as características da infraestrutura de um aeroporto e sua gestão;
- 3 formular críticas sobre o modelo de planejamento aeroportuário;
- 4 diferenciar os tipos de receitas dos aeroportos.

## **Introdução**

Na aula anterior, pudemos identificar a importância dos transportes aéreos para a cadeia produtiva relacionada ao turismo de qualquer região. Reconhecemos o funcionamento da estrutura do transporte aéreo e algumas formas de sua regulamentação. Em seguida, nosso foco foi para as empresas aéreas, identificando os seus principais custos e o impacto do surgimento das empresas de baixo custo e baixa tarifa para o desenvolvimento do turismo.

Nesta aula, trataremos exclusivamente dos terminais dos transportes aéreos, os aeroportos. O desenvolvimento histórico deste mercado com o surgimento de aeronaves cada vez maiores fez com que os aeroportos sofressem diversas alterações ao longo do tempo. O que antes eram somente pistas para pousos e decolagens de aeronaves de pequeno porte, atualmente tornaram-se estruturas grandiosas, capazes de gerar desenvolvimento socioeconômico para toda a sua área de abrangência.

Resumidamente, os terminais tiveram que se modernizar para atender não somente à demanda das empresas aéreas que adquirem aeronaves cada vez maiores, mas também aos clientes sempre muito exigentes. Hoje há aeroportos que são verdadeiras cidades com centros comerciais, centros de negócios, estabelecimentos hoteleiros, espaços para entretenimento – os chamados aeroshoppings ou cidades-aeroporto – entre outras inovações como você verá no decorrer desta aula.

## **Terminais dos transportes aéreos: os aeroportos**

Seguindo nossa análise pelo ponto de vista dos quatro elementos principais dos modos de transporte (via, veículo, força motriz e terminal), enfatizaremos neste momento os terminais utilizados pelos transportes aéreos: os aeroportos.

Conceitualmente, temos uma diferença entre os termos aeródromo e aeroportos. Segundo o Código Brasileiro de Aeronáutica (1986), um aeródromo é qualquer área destinada ao pouso,

decolagem e movimentação de aeronaves. Estes são classificados como aeródromos civis ou militares. Um, destinado ao uso de aeronaves civis e o outro, para aeronaves militares. Podem ser ainda aeródromos públicos ou privados.

Os aeroportos são aeródromos do tipo público, dotados de instalações e facilidades para o apoio de operações de aeronaves e de embarque e desembarque de pessoas e cargas. Assim, podemos dizer que todo aeroporto é um aeródromo, mas nem todo aeródromo é um aeroporto, já que para pertencer a esta categoria o equipamento deve possuir uma série de recursos.

Os aeroportos podem ser vistos como os sistemas e ambientes mais complexos onde ocorre a interação entre a oferta e a demanda no deslocamento de turistas. Graham (2001 apud PAGE, 2008) faz o seguinte comentário sobre estes terminais:

Os aeroportos são uma parte essencial do sistema de transporte aéreo. Eles oferecem toda a infraestrutura necessária para permitir que passageiros e cargas sejam transferidos da superfície aos meios de transporte aéreo, para as companhias aéreas poderem decolar e aterrissar (GRAHAM, 2001 apud PAGE, 2008).

Seria impossível atualmente termos um serviço de aviação comercial sem os terminais, haja vista que toda a logística envolvida para embarque e desembarque de cargas e – como foco neste momento – de passageiros compõe uma atividade extremamente complexa.

Além disso, os aeroportos, como porta de entrada de cidades ou países, acabam servindo como cartão de visitas, pois é aonde o passageiro chega e, portanto, causa a primeira impressão sobre o destino. Se o turista não for bem atendido ou o terminal não for bem organizado, isso contribuirá diretamente para um mau conceito deste lugar ou, ao contrário, para uma boa primeira impressão. Isto nos remete a conceitos como a qualidade da prestação de serviços e nos fornece indícios do tamanho da



*vimentação de aeronaves. Já os aeroportos são aeródromos públicos que possuem uma infraestrutura específica para o apoio às operações das aeronaves, embarque e desembarque de passageiros e cargas. Os aeroportos são essenciais para o desenvolvimento turístico de qualquer região ou país, uma vez que são os cartões de visitas destes locais. A experiência do turista nos aeroportos, tanto negativa quanto positiva, pode impactar diretamente na experiência da viagem como um todo.*

## **Infraestrutura dos terminais aeroportuários**

Para o estudo de infraestrutura, os terminais são divididos em duas partes: o lado de operações aéreas e o lado terrestre. O primeiro inclui as pistas e todas as vias de movimentação. Suas dimensões são traçadas a partir de critérios técnicos, assim como a resistência dos pavimentos. São englobados ainda neste conceito os pátios de estacionamento de aeronaves, as áreas de manobra, instalações e serviços de aproximação e de controle de tráfego aéreo. Devem ser definidas as localizações das pistas e pátios, juntamente com suas configurações, os meios necessários para que os passageiros possam embarcar e desembarcar com segurança, além de todas as instalações necessárias aos serviços de manutenção, torre de controle, orientação para aeronaves em aproximação, além do controle desses aviões quando em solo.



Mario Roberto Duran Ortiz

**Figura 20.1:** O lado de operações aéreas do Aeroporto Internacional de Heathrow, em Londres, Reino Unido.

Fonte: [http://en.wikipedia.org/wiki/File:Heathrow\\_LON\\_04\\_07\\_77.JPG](http://en.wikipedia.org/wiki/File:Heathrow_LON_04_07_77.JPG).

A parte ou lado terrestre constitui os terminais de passageiros e de cargas. É a parte onde o público tem livre acesso, não somente os passageiros, mas também acompanhantes ou pessoas que estejam simplesmente passeando pelo terminal. Inclui ainda os setores de despacho de passageiros (*check-in*), de distribuição de bagagens nas esteiras, além das instalações referentes à administração do aeroporto e das companhias aéreas.

Os terminais dispõem de áreas de espera para pessoas que estejam em conexão ou simplesmente estejam aguardando seus voos ou bagagens. No lado terrestre, é onde se encontram os serviços disponíveis aos turistas e visitantes. Praças de alimentação, banheiros, lojas, caixas eletrônicos, hotéis (em alguns aeroportos existe acomodação dentro do próprio terminal de passageiros, como no Aeroporto Internacional do Galeão, na cidade do Rio de Janeiro), salas Vips, atendimento das companhias aéreas, lojas de passagens, entre outros. Em aeroportos internacionais, devem ser previstos ainda espaços específicos para serviços de alfândega, imigração e saúde (SILVA, 1991).



Fernando Carmona

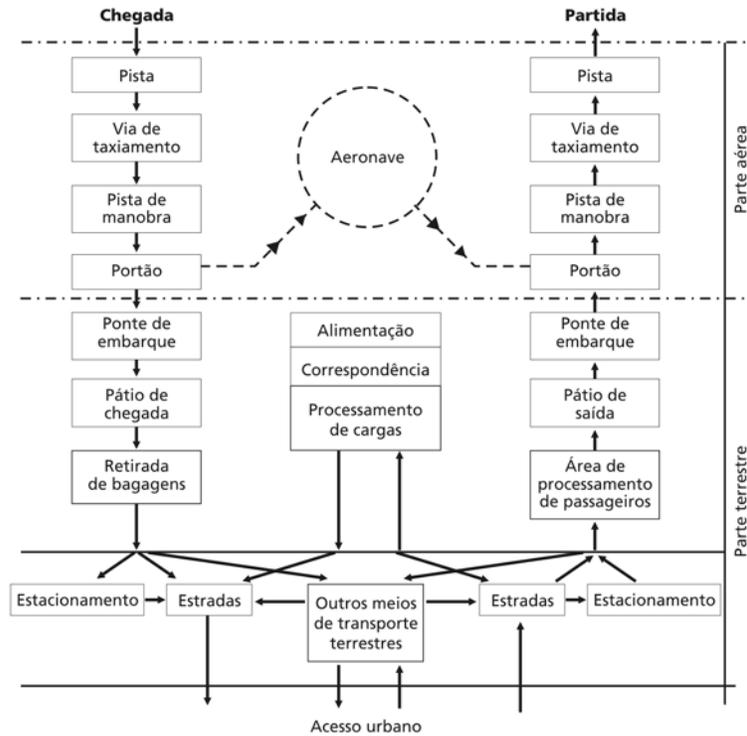
**Figura 20.2:** O lado terrestre do Aeroporto Internacional de Madri-Barajas, na Espanha.

Fonte: [http://en.wikipedia.org/wiki/File:Madrid\\_barajas\\_aeropuerto\\_terminal\\_t4.jpg](http://en.wikipedia.org/wiki/File:Madrid_barajas_aeropuerto_terminal_t4.jpg).

As três atividades essenciais de um aeroporto são os serviços operacionais essenciais e facilidades, os serviços relacionados ao tráfego de aeronaves e as atividades comerciais. Entretanto, para Ashford et al. (1991), citado em Page (2008), a principal preocupação dos aeroportos deve ser com o fluxo de passageiros. A gestão desse fluxo presume a realização de uma série de atividades básicas dentro de qualquer aeroporto independentemente de ser um terminal internacional, regional ou local (PAGE, 2008):

- operações de solo;
- gestão de bagagens;
- operações de terminal de passageiros;
- segurança do aeroporto;
- operações de carga;
- serviços técnicos do aeroporto;
- controle de tráfego aéreo;
- horários de voos (alocação de local para decolagem/aterrissagem);
- serviços de emergência de aeroporto e de aeronaves;
- acesso ao aeroporto, dentre outras.

A **Figura 20.3** apresenta o sistema básico de um aeroporto, elaborado por Ashford et al. (1991 apud PAGE, 2008) naquele que até hoje é o principal estudo sobre operações de aeroportos. No sistema, devemos observar as relações que devem ser bem administradas para que a interação aeroporto-companhia aérea-viajante ocorra de maneira profissional e harmoniosa. Podemos perceber ainda quanto são numerosas tais relações, acontecendo todas ao mesmo tempo em um ambiente aeroportuário.



**Figura 20.3:** O sistema do aeroporto.

Fonte: Adaptado de Ashford et al. (1991) apud Page (2008).

A infraestrutura do sistema do aeroporto deve garantir que os passageiros mudem o seu meio de transporte, seja do rodoviário para o aéreo ou do ferroviário para o aéreo. Sejam também processados de forma eficiente (*check-in*, conferência de documentação, inspeção de segurança), bem como permitir a decolagem/aterrissagem de uma aeronave e o embarque/desembarque dos passageiros.

É evidente toda a complexidade que envolve a infraestrutura e a logística de um aeroporto. Assim, é de suma importância a contratação de pessoal qualificado para a gestão de um equipamento como este, pois essas pessoas serão responsáveis não só pela adequação de propostas de planejamento dos terminais – o desenvolvimento de sua infraestrutura –, mas também pela segurança de milhares de pessoas que por ali passam todos os dias.

## Gestão dos aeroportos

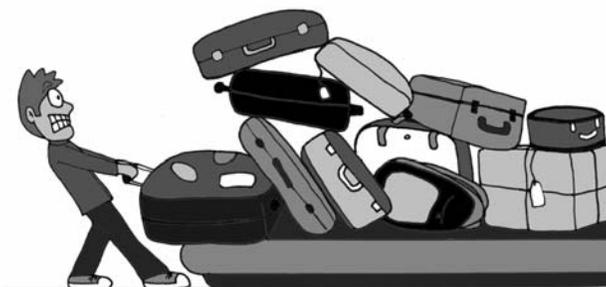
Um dos grandes desafios da gestão dos terminais aeroportuários é lidar com a mudança no comportamento do viajante e com a chamada *psicologia da viagem*. Esta envolve o conjunto de emoções e a diversidade de sentimentos que se abarcam sobre os passageiros em um ambiente, a princípio, desconcertante: alegria, tristeza, ansiedade, expectativas, irritação, anseios e realização.

Page (2008) destaca alguns fatores tidos como muito importantes para a experiência do viajante:

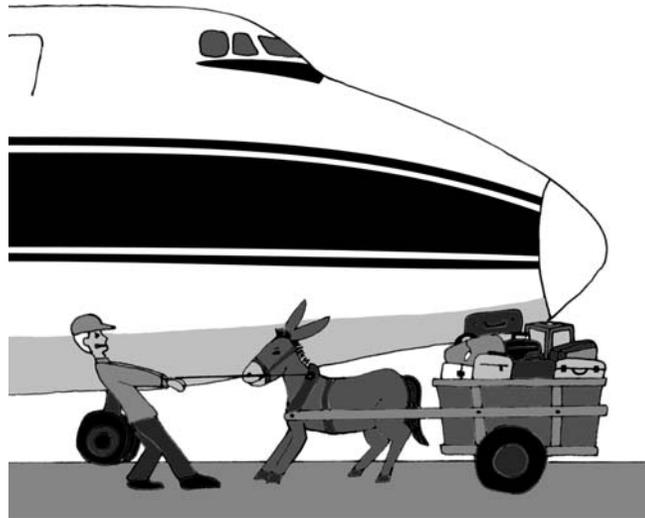
- a velocidade do processo de *check-in*;



- eficiência no controle de passaportes, alfândega e checagem de segurança;
- retirada de bagagens;



- disponibilidade de lojas, bens livre de impostos e serviços associados;
- um ambiente espaçoso e relaxante onde possa aguardar pelo embarque;
- as formas de acesso às aeronaves.



### **Check-In**

Este é o momento em que o passageiro apresenta-se no balcão da companhia aérea. O funcionário da empresa tem acesso à reserva e verifica a documentação do passageiro. São emitidos os cartões que darão acesso às salas de embarque e serão novamente apresentados na ocasião do embarque junto aos portões. As bagagens são devidamente identificadas com o nome do passageiro e os aeroportos de destino e conexões (quando houver). Atualmente, muitos aeroportos em conjunto com as companhias aéreas estão eliminando a figura do funcionário durante o *check-in*. Para isso, estão instalando sistemas como o CUSS (Common Use Self-Service). Nesse caso, os próprios passageiros realizam o *check-in* por meio de computadores dispostos nos aeroportos e emitem o cartão de embarque e a etiqueta de bagagem, que depois é colocada em uma esteira. Esse processo tem diminuído muito os custos das empresas aéreas e administrações aeroportuárias.



Marek Ślusarczyk

**Figura 20.4:** Sistema de *check-in* automatizado (CUSS).

Fonte: [http://en.wikipedia.org/wiki/File:Self\\_check-in\\_at\\_Dublin\\_Airport.jpg](http://en.wikipedia.org/wiki/File:Self_check-in_at_Dublin_Airport.jpg)



**Figura 20.5:** *Check-in* tradicional.

Fonte: [http://en.wikipedia.org/wiki/File:VTBS-Thai\\_Check-In-Counters.JPG](http://en.wikipedia.org/wiki/File:VTBS-Thai_Check-In-Counters.JPG)

A fim de reconhecer as necessidades dos turistas, minimizar os possíveis problemas e ao mesmo tempo garantir a operação dos terminais de forma harmoniosa é preciso que essa infraestrutura seja bem administrada.

A gestão de aeroportos recebe intervenções de vários sujeitos, tanto em esfera nacional como internacional. No que diz respeito aos agentes internacionais, foram criadas diversas entidades a fim de regulamentar e padronizar os serviços com o objetivo de promover um fluxo de serviços ininterrupto e com qualidade. Já em esfera nacional, há estatutos legais ou, ainda, leis que controlam os equipamentos aeroportuários. Outro personagem importante é o próprio usuário do terminal – como os passageiros, companhias aéreas, prestadores de serviços etc. – que pode ser visto como o mais importante e mais exigente já que é ele que está participando e necessitando da movimentação diária do aeroporto.

As principais funções da administração de um aeroporto, segundo Silva (1991), podem ser subdivididas em sete itens de acordo com o tamanho do equipamento:

**Quadro 20.1:** Os setores administrativos dos aeroportos

<b>Setores administrativos</b>	<b>Responsabilidades</b>
Exploração	Manutenção dos terminais de passageiros e de cargas, além de estacionamentos e edificações, ou seja, das áreas que têm como objetivo a prestação de serviços e geração de receitas.
Planejamento	Responsável por questões mais estratégicas em curto prazo ou até mesmo de longo prazo, assim como da elaboração de planos diretores, de desenvolvimento e definição de metas e objetivos a serem cumpridos.
Administração e Finanças	Gestão de pessoal, contabilidade, setor jurídico, além de questões de controles orçamentários, cálculos e cobranças de tarifas aeroportuárias.
Engenharia e Obras	Suporte à exploração junto à manutenção de todas as instalações, equipamentos e qualquer tipo de meio material que seja necessário para um bom funcionamento do aeroporto.

Comercial e Relações Públicas	Envolvidos com a imagem e a reputação do aeroporto como prestador de serviços. Estuda as características do usuário, seu nível de satisfação em relação aos serviços oferecidos e suas aspirações.
Serviços Aeroportuários	Tratam de bagagens, informações de voos etc. e podem atuar na pista, executando ações como reboque, limpeza e tratamento de aeronaves. Podem ser funcionários das próprias companhias aéreas.
Operações	Geralmente respondem a uma esfera governamental e estão responsáveis pela parte de controle do tráfego aéreo, meteorologia, salvamento e fiscalização.

Fonte: Elaborado pelo autor, baseado em Silva, 1991.

Assim como na fase de planejamento, na gestão aeroportuária não está previsto um setor administrativo para lidar especificamente com questões ligadas ao turismo. Por isso, esses assuntos são tratados por outros departamentos e, muitas vezes, por profissionais que nem sequer possuem formação para desempenhar tal função.

Sabemos que a gestão dos aeroportos é muito influenciada por políticas governamentais que determinam o modelo de propriedade e gestão destes equipamentos. Segundo Doganis (1992) citado por Page (2008), existem quatro tipos principais de propriedade:

1. propriedade estatal com controle governamental direto: neste caso, há um único departamento de governo (como um Departamento de Aviação Civil, por exemplo) responsável por operar os aeroportos do país. Essa propriedade também pode ser localizada, descentralizando o poder do governo e passando essa responsabilidade para os próprios municípios;
2. propriedade pública através de uma autoridade de aeroportos: é o caso do Brasil onde temos uma empresa pública (a Infraero) que administra e opera grande parte dos aeroportos;



---

---

---

### **Resposta Comentada**

*a) A infraestrutura de um aeroporto é dividida em lado de operações aéreas e lado terrestre. O profissional de turismo atua ou poderia atuar no lado terrestre em setores administrativos do aeroporto ou de empresas aéreas, por exemplo.*

*b) O profissional de turismo poderia desempenhar funções nos setores de Planejamento e Comercial e Relações Públicas.*

*c) Algumas das atribuições de um setor específico para o turismo nos aeroportos poderiam ser: estudar o perfil dos clientes e entender suas necessidades, planejar ações voltadas para o turista, planejar e realizar eventos, introduzir programas de valorização da cultura local, administrar programas de hospitalidade para os aeroportos, dentre outras.*

## **Planejamento aeroportuário**

Para que toda ação tenha sucesso ou possa ter seus riscos de fracasso diminuídos, seja no turismo ou em qualquer outra área, é necessário planejamento. Dessa forma, Beni (1998) nos traz a seguinte definição:

O planejamento [...] consiste, no seu sentido mais lato, em um processo que estabelece objetivos, define linhas de ação e planos detalhados para atingi-los e determina os recursos necessários à sua execução. [...] Planejar é raciocinar em termos definidos sobre o setor, como ele deverá chegar à posição que os administradores públicos almejam combater os riscos e tirar partido das vantagens previsíveis (BENI, 1998).

No caso dos aeroportos, é necessário que seja elaborado um documento chamado de Plano Diretor Aeroportuário (PDIR), que apresenta um conjunto de diretrizes que orienta a implantação, o desenvolvimento e a expansão da unidade aeroportuária, de maneira ordenada e ajustada à evolução do transporte

aéreo. Esse plano diretor tem como objetivo obter uma melhor aplicação dos investimentos público e privado e garantir uma diminuição de riscos e a harmonização entre as diversas fases de crescimento e em compatibilidade com o meio ambiente, a comunidade e os demais fatores envolvidos.

A metodologia estabelecida para a criação do PDIR está fundamentada na norma NSMA (Norma de Sistema do Ministério da Aeronáutica) 58-146, de dezembro de 1994, que, além disso, define quais são as competências e responsabilidades para a conclusão e aprovação destes planos.

A metodologia divide-se em quatro etapas: Informações Básicas, Estudos Preliminares, Estudo de Alternativas e por último, o Planejamento Geral do Aeroporto. Algumas variáveis como os aspectos urbanos e de acessibilidade que se tornam importantes para o foco deste trabalho já devem ser analisadas e planejadas dentro do PDIR.

A primeira etapa, Informações Básicas, diz respeito à coleta de elementos importantes para o planejamento, tais como a caracterização da região, a infraestrutura aeroportuária local, se já existe ou não, aspectos urbanos, ambientais e de acessibilidade (ALVES, 2002).

A segunda etapa, denominada Estudos Preliminares, trata dos estudos da demanda, da determinação dos requisitos de capacidade e da análise de demanda *versus* capacidade. Os estudos de demanda e de capacidade devem levar em conta não somente a infraestrutura aeroportuária, mas também as vias de acesso para esse equipamento. Dessa forma, a partir do confronto entre estes dados, fica possível determinar os aspectos que deverão sofrer intervenções.

Em seguida, vem a etapa dos Estudos de Alternativas, que consiste no desenvolvimento de propostas alternativas de desenvolvimento. Devem ser levadas em conta as possíveis expansões territoriais e as limitações do espaço aéreo. Tais propostas devem estar de acordo com o desenvolvimento final da infraestrutura.

Os fatores operacionais, urbanos, ambientais e financeiros devem ser muito bem analisados.

A última parte é o Planejamento Geral do Aeroporto, que é a apresentação da concepção final do aeroporto através das alternativas determinadas previamente com o objetivo de orientar sua expansão e prover uma boa interação com o meio ambiente, a comunidade e os outros meios de transporte (intermodalidade). Essa etapa deve conter ainda o Plano do Aeroporto que apresenta os limites patrimoniais, o zoneamento civil/militar, o zoneamento funcional, as fases do desenvolvimento aeroportuário, a implantação final, o uso do solo na área interna do sítio e o orçamento para implantação deste Plano Diretor proposto. O Planejamento Geral deve apresentar todas as diretrizes urbanas, ambientais e de acessibilidade.

Percebemos que as diretrizes destinadas ao planejamento dos aeroportos não preveem ainda um estudo com relação à qualidade dos serviços oferecidos neste terminal e suas interfaces com o turismo. Os documentos ficam a cargo somente de aspectos físicos, arquitetônicos e da engenharia da construção do equipamento aeroporto. Entretanto, já sabemos que os aeroportos possuem intensa relação com a atividade turística e devem ser geridos de forma a garantir que essa relação ocorra de forma harmoniosa em todos os sentidos.



## Atividade

---

### Atende ao Objetivo 3

3. Como um futuro professor de Turismo, que crítica você faria ao modelo de Plano Diretor Aeroportuário proposto pelo Ministério da Aeronáutica em uma aula de Transporte Aéreo para alunos de um curso de turismo?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### **Resposta Comentada**

*Pensando sobre a ótica do turismo, podemos perceber que a principal crítica ao modelo de planejamento aeroportuário proposto pelo Ministério da Aeronáutica é que este documento trata tão e somente de aspectos físicos, arquitetônicos e da engenharia para a implantação destes equipamentos. Deveriam ser levados em conta aspectos sociais e humanos, tendo em vista a importância dos aeroportos para o turismo e vice-versa.*

## **As receitas dos aeroportos**

Independente do modelo de gestão dos aeroportos, sabemos que uma boa administração é aquela que alcança a rentabilidade desejada e atende plenamente as necessidades e anseios dos clientes, nesse caso, dos passageiros. Mas quais são as formas de receitas dos aeroportos?

As receitas podem ser classificadas em aeronáuticas e não aeronáuticas. A taxa de embarque cobrada aos passageiros é uma receita aeronáutica e tem como objetivo a remuneração de prestadores de serviços relacionados ao conforto e a segurança dos mesmos, bem como as instalações e facilidades que estão à disposição nas áreas de embarque e desembarque no terminal. Existe ainda a tarifa de pouso que é cobrada à companhia aérea e sua finalidade é remunerar a utilização das áreas e dos serviços relacionados ao pouso das aeronaves naquele aeroporto como o taxiamento e estacionamento das mesmas. A tarifa de permanência é cobrada para aeronaves que ficam estacionadas no terminal por mais de três horas (quando acontece um pernoite, por exemplo). A tarifa de armazenagem diz respeito ao armaze-

namento de cargas nos galpões do aeroporto. Por último, existem as tarifas de uso das comunicações que tratam da utilização de serviços de informações aeronáuticas, meteorologia, tráfego aéreo, dentre outros (FONSECA, 2004).

Entretanto, há uma enorme tendência de crescimento das receitas não aeroportuárias, o que em alguns países já chega a representar mais que as tarifas aeroportuárias (PALHARES, 2001). A cobrança exacerbada das tarifas aeroportuárias faz com que as administrações dos aeroportos tornem-se reféns dos interesses das companhias aéreas já que a maioria delas é relacionada a estas empresas. As receitas não aeronáuticas podem ser definidas como:

Receitas provenientes das atividades não-aeronáuticas basicamente consistem em tarifas que os aeroportos cobram pelo direito das empresas funcionarem nas suas dependências, do aluguel das lojas e espaços localizados dentro da área do aeroporto, além das receitas provenientes de atividades coordenadas pela própria administração aeroportuária (ICAO apud PALHARES, 2001).

Os aeroportos que investem na geração de receitas não aeronáuticas possuem o que chamamos de uma administração “comercial”, diferentemente daqueles administrados tradicionalmente com o pensamento voltado para a prestação de serviços aeronáuticos somente. Palhares (2001) ressalta a diferença entre administrações tradicionais e administrações comerciais e mais inovadoras em aeroportos.

**Quadro 20.2:** Principais diferenças das administrações tradicionais e daquelas voltadas para as atividades não aeronáuticas

Administrações tradicionais	Administrações “comerciais”
Facilita o acesso dos passageiros ao <i>check-in</i> , visando processá-los com rapidez.	Facilita a movimentação de passageiros, acompanhantes ou visitantes por todas as dependências, inclusive na área após o raio-X.

Minimiza áreas comerciais, priorizando as atividades de comércio que atendam exclusivamente ao passageiro/turista.	Possui amplos espaços dentro e fora do terminal, maximizando as oportunidades para geração de receitas comerciais (mesmo aquelas relacionadas ao passageiro).
Minimiza os custos de construção com áreas menores.	Requer custos de construção adicionais que podem ser recompensados com a locação das áreas comerciais.
Utiliza-se dos estacionamentos como fonte lucrativa da receita.	Considera o estacionamento como uma facilidade a ser oferecida ao cliente para que venha a efetuar gastos no interior do terminal.
Oferece boa acessibilidade.	Oferece boa acessibilidade, se possível com o sistema metroferroviário (passageiros e carga).

Fonte: Palhares, 2001.

O que podemos perceber com o **Quadro 20.2** é que o modelo de administração comercial leva muito mais em conta os aspectos humanos, as interações entre as pessoas e os aeroportos e a possibilidade da contínua geração de novas formas de receitas. Ao contrário do modelo tradicional, que vê o aeroporto somente como um espaço de utilidade pública, de pouso e decolagem de aeronaves e de embarque e desembarque de passageiros e cargas.

As estratégias comerciais para os aeroportos começaram a ser adotadas prioritariamente com o início da privatização dos aeroportos no Reino Unido e em outros países. Elas incluem espaços e atividades capazes de gerar renda, tais como: instalação de lojas de grandes marcas nacionais e internacionais, formando um verdadeiro shopping com preços competitivos aos praticados nos centros das cidades; ampla variedade de estabelecimentos de alimentação; realização de eventos como shows e exposições; oferecer opções de entretenimento no interior do aeroporto como salas de cinema, vídeo games, museus, centros

interativos de artesanato local, dentre muitas outras alternativas; oferecer serviços destinados ao público de negócios como salas de reuniões e conferências etc.

Essas estratégias podem atrair não somente passageiros, mas também requerem que os gestores dos aeroportos reconheçam diversos públicos como parte da clientela dos aeroportos: as companhias aéreas; os funcionários do aeroporto; tripulação das companhias aéreas; pessoas que vão ao encontro dos passageiros que chegam; visitantes do aeroporto; entusiastas da aviação; residentes locais e o público de negócios. Temos, a seguir, o exemplo de uma piscina no Aeroporto Internacional de Changi, na Cingapura:



**Figura 20.6:** Piscina do terminal de trânsito do Aeroporto Internacional de Changi, em Cingapura.

Fonte: [http://en.wikipedia.org/wiki/File:Singapore\\_airport\\_pool.jpg](http://en.wikipedia.org/wiki/File:Singapore_airport_pool.jpg)

É interessante salientar que a estratégia comercial de um aeroporto pode englobar aspectos e características regionais. Assim, os espaços do terminal estariam não somente atribuindo

uma identidade para si próprio, mas também em sintonia com a identidade do destino, constituindo um ambiente repleto de curiosidades e hospitalidade para os usuários.

Em um nível mais avançado, estão surgindo em algumas localidades os chamados “*airport cities*” ou “*ciudades-aeroporto*”. Esse conceito reconhece que, estando em áreas cercadas de centenas ou milhares de hectares de áreas livres, os aeroportos possuem grande potencial para oportunidades imobiliárias.



**Figura 20.7:** O projeto de cidade-aeroporto de Dusseldorf, na Alemanha.

Fonte: [http://en.wikipedia.org/wiki/File:Visualisierung\\_web.JPG](http://en.wikipedia.org/wiki/File:Visualisierung_web.JPG)

Blocos de escritórios, hotéis, centros de convenções, centros médicos, zonas de livre comércio e mesmo de entretenimento e parques temáticos podem ser construídos para gerar novas fontes de receita para os operadores dos aeroportos e torná-los verdadeiros destinos de negócios ou de turismo.

À medida que mais e mais empresas e pessoas são atraídas para as cidades-aeroporto e começam a se distribuir ao longo dos corredores de transporte que se irradiam a partir delas, uma nova forma urbana está surgindo – a aerotrópolis –, que pode se estender por até 30 quilômetros para fora de alguns aeroportos. Seu formato é análogo aos das já conhecidas metrópoles. Por isso, pode-se dizer que as aerotrópolis são formadas por um ae-

roporto como ponto central, corredores periféricos de transporte, agrupamentos de empresas ao redor e desenvolvimento residencial. Será este o futuro dos terminais aeroportuários?

Pudemos perceber nesta aula a importância dos aeroportos para o desenvolvimento não somente do turismo, mas também socioeconômico de suas regiões. Sua relevância é tamanha que ao assimilarmos o conceito de aerotrópolis, percebemos que o aeroporto passa a ser o ponto central que traz uma série de incrementos para a região que o circunda, formando uma cidade.



## Atividade Final

### Atende aos Objetivos 2, 3 e 4

Você foi selecionado para a segunda etapa do processo de seleção para preencher uma vaga em um importante aeroporto brasileiro. A segunda etapa é a elaboração de um pequeno texto sobre uma determinada questão dissertativa proposta pela Empresa de Recursos Humanos responsável pelo processo. Você terá uma hora para elaborá-la. Você deve obedecer ao tempo e respondê-la, utilizando no máximo quinze linhas de acordo com o formulário a seguir:

Aeroporto
<b>Segunda etapa do processo seletivo</b>
<b>Observações:</b> Utilize caneta azul ou preta para a resposta. O tempo máximo para a resposta é de uma hora. O limite para a resposta são quinze linhas.
<b>Disserte sobre a questão 1:</b> Como serão os aeroportos do futuro? Elabore um texto levando em conta os aspectos da gestão dos aeroportos, das formas de receitas e da infraestrutura disponível.

---

---

---

---

---



## **Resumo**

Não há dúvidas de que os aeroportos são estruturas complexas com funções que vão além das operações aéreas e do controle do tráfego de aeronaves. Esses equipamentos proporcionam a infraestrutura que conecta a companhia aérea, os viajantes e o transporte aéreo e de superfície. A metodologia de planejamento de aeroportos proposta pelo Ministério da Aeronáutica é bastante incipiente, uma vez que trata somente de aspectos arquitetônicos e de engenharia, deixando de lado questões sobre a qualidade e o turismo. A infraestrutura dos aeroportos é dividida em lado de operações aéreas e lado terrestre. A primeira, formada pelas áreas de circulação das aeronaves e a segunda, pelas áreas de processamento e circulação de passageiros e cargas. A gestão dos aeroportos deve garantir que as necessidades de passageiros e empresas aéreas sejam atendidas e que todas as atividades ocorram de maneira harmoniosa. Percebemos também que na organização setorial dos aeroportos não há um setor específico para tratar do turismo. As receitas dos aeroportos são classificadas em aeronáuticas e não aeronáuticas. As primeiras são advindas das atividades relativas ao embarque e desembarque, taxiamento, operação de aeronaves, dentre outros. As não aeronáuticas vêm de aluguéis de lojas, centros comerciais, realização de eventos etc. Cada vez mais as receitas não aeronáuticas se fazem presentes nas receitas totais dos aeroportos, o que vem colaborando para a formação das cidades-aeroporto e das aerótrópolis.

## **Informação sobre a próxima aula**

Na próxima aula, trataremos do mercado de transportes aéreos ao redor do mundo. Estudaremos sobre a desregulamentação do setor em alguns países e suas influências no turismo. Conheceremos as principais empresas aéreas e os aeroportos mais importantes.



# 21

## **Panorama internacional dos transportes aéreos**

*Rafael Teixeira de Castro*

### **Meta da aula**

Discutir o panorama internacional do mercado de aviação civil no mundo.

### **Objetivos**

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1** avaliar o processo de desregulamentação do transporte aéreo;
- 2** identificar algumas das principais empresas aéreas do mundo e a formação de alianças;
- 3** avaliar a infraestrutura e gestão de alguns dos aeroportos mais importantes do mundo.

## Introdução

Nas duas aulas anteriores, você pôde perceber a importância dos transportes aéreos para o desenvolvimento turístico e socioeconômico de uma região. Nesta aula, veremos como o processo de desregulamentação do transporte aéreo influenciou as operações de empresas em todo o mundo, que possibilitou inclusive um aumento no fluxo turístico entre os países.

Em seguida, conheceremos algumas das principais empresas aéreas do mundo e como se deu a formação de alianças entre elas. Veremos que as alianças são excelentes aliadas para o desenvolvimento do turismo, uma vez que beneficiam os passageiros em diversos aspectos.

## Desregulamentação do transporte aéreo

Como vimos nas aulas anteriores, o setor de transportes aéreos sempre foi muito regulamentado a fim de protegê-lo da competição predatória que poderia prejudicar o seu crescimento. Assim, em países onde esta indústria é defendida por uma regulamentação muito rígida é o próprio governo quem determina as rotas, tarifas cobradas pelas companhias aéreas, dentre outros fatores da operação.

Entretanto, segundo Palhares (2002), as empresas aéreas, órgãos reguladores e pesquisadores começaram a perceber com o passar dos anos que em regiões onde o setor era menos regulamentado havia uma competição maior entre as empresas. Isso gerava tarifas menores e um grande aumento da demanda por serviços de transporte aéreo.

Assim, podemos concordar com o que Palhares (2002) afirma quando diz que o processo de desregulamentação é

uma política de maior liberdade comercial e operacional, no qual as empresas aéreas passam a estipular suas próprias tarifas, rotas e frequências desejadas, sem a necessidade de autorização do poder concedente (governo).

Este processo ocorreu e vem ocorrendo em vários países como a Austrália e a Nova Zelândia. Entretanto, a desregulamentação mais marcante foi a dos Estados Unidos, uma vez que foi a pioneira e serviu de modelo para diversos países.

## **A desregulamentação do transporte aéreo nos Estados Unidos**

Até o ano de 1978, o transporte aéreo nos Estados Unidos era regulado da seguinte forma: as ligações interestaduais eram reguladas pelo CAB (Civil Aeronautics Board) e as ligações intraestaduais (dentro dos próprios estados) não eram regulamentadas.

Os especialistas do setor começaram a perceber que as rotas que percorriam distâncias similares possuíam tarifas muito diferentes caso fossem ligações interestaduais ou intraestaduais, conforme a regulamentação. Nas ligações intraestaduais, que eram desregulamentadas, havia maior concorrência entre as empresas e as tarifas eram mais baixas.

Em 1977, o democrata Carter chegou à presidência dos Estados Unidos e adotou uma série de medidas liberais. Uma delas foi o decreto de desregulamentação do transporte aéreo, também conhecido como Airline Deregulation Act, em 1978. A assinatura desta lei foi um grande marco não somente na história da aviação americana, mas também mundial. Em decorrência da desregulamentação, percebeu-se as seguintes mudanças no setor:

- **Consolidação das redes *hub-and-spoke*:** a fim de alcançar vantagens comparativas, as empresas perceberam que era mais vantajoso concentrar a oferta em determinadas rotas mais lucrativas. Como vimos na Aula 5, este modelo permite a concentração das rotas a partir de um centro de distribuição. Este sistema levou ao desenvolvimento de quatro grandes cidades *hub* nos Estados Unidos: Atlanta, Chicago, Dallas e Denver.
- **Entrada de novas empresas no mercado:** segundo Palhares (2002), em 1978 havia 43 empresas aéreas operando voos regulares nos Estados Unidos, sendo que dois anos depois este número já havia dobrado. A desregulamentação abriu espaço

para o surgimento de muitas empresas, sobretudo colaborou para o desenvolvimento das empresas aéreas de baixo custo/baixa tarifa que estavam livres para praticar as tarifas que desejassem.

- Aumento da concorrência: a desregulamentação permitiu não somente o surgimento de novos mercados, mas também o fortalecimento daqueles que já existiam. Percebeu-se que um número maior de empresas começou a operar nas mesmas rotas, fortalecendo a concorrência.
- Tarifas com desconto: as tarifas do transporte aéreo começaram a concorrer até mesmo com os ônibus e trens, com uma redução de 35%.
- Crescimento do setor aéreo: o setor como um todo apresentou altas taxas de crescimento, a partir da desregulamentação;
- Surgimento dos programas de milhagem: uma das inovações trazidas pelo marketing, para o transporte aéreo após a desregulamentação, foi o aparecimento dos programas de milhagem. A partir disso, os passageiros cativos passaram a ser retribuídos com uma pontuação em termos das milhas viajadas que poderia ser trocada por passagens gratuitas ou voar numa classe mais confortável. Atualmente, os programas de milhagem das empresas aéreas já estão até interligados com outros programas como os de cartões de crédito, empresas de telefonia, dentre outros.
- Sistemas de reservas por computador e alianças: os sistemas de reservas por computador unificados foram essenciais para que a indústria colocasse seus serviços à disposição dos clientes onde estivessem. A desregulamentação colaborou também para o surgimento das alianças estratégicas internacionais (veremos mais adiante) entre as empresas aéreas com a utilização do **code-share**.

### Code-share

Segundo Page (2008), é um acordo firmado entre duas empresas aéreas, pelo qual uma aeronave de uma empresa pode operar um voo desta empresa e, ao mesmo tempo, o voo de outra empresa com disponibilização recíproca de assentos. Entre os períodos de 2003 a 2005, por exemplo, a TAM e a antiga Varig assinaram um acordo de *code-share*. O passageiro poderia comprar um bilhete da TAM e acabar voando em uma aeronave da Varig, de acordo com a programação operacional das aeronaves das empresas.



**Figura 21.1:** O presidente Jimmy Carter assinando a lei de desregulamentação do transporte.

Fonte: <http://en.wikipedia.org/wiki/File:AirlineDeregulationAct.gif>.

Estas iniciativas serviram de modelo para vários países que também passaram pelo processo de desregulamentação do transporte aéreo, tais como Canadá, Austrália e Nova Zelândia. Entretanto, há processos mais lentos e não tão liberais conhecidos como flexibilização adotados pelo Brasil e pela Europa.

Todavia, não há somente pontos positivos atrelados à desregulamentação aérea. Há pesquisadores como Kihl (1988 apud PAGE, 2008) que relatam o declínio na qualidade dos serviços aéreos, uma vez que as comunidades menores que não estavam diretamente ligadas às rotas-tronco (ou rotas principais, aquelas interligadas aos aeroportos por *hubs*) sofreram com o aumento das tarifas e com a diminuição na frequência dos voos.

Há ainda efeitos sentidos pelo sistema de aeroportos nos Estados Unidos. Estes problemas são causados, em grande parte, pela consolidação do modelo de redes *hub-and-spoke* que intensificou o congestionamento nos principais aeroportos. Os passageiros têm encontrado dificuldades relacionadas às bagagens, cancelamentos e atrasos de voos, serviços de bordo precários, dentre outros.



---

### **Resposta Comentada**

*Você deverá demonstrar para o ouvinte da palestra que a desregulamentação do setor aéreo americano trouxe consigo tanto pontos positivos quanto negativos. Dentre os pontos positivos, você poderá ressaltar o incentivo à concorrência entre as empresas aéreas que possibilitou que um número maior de pessoas pudesse viajar, a turismo ou não, pagando tarifas menores. O aumento na demanda por viagens aéreas trouxe consequências para os destinos turísticos que passaram a receber mais turistas. Os programas de milhagem também incentivaram e continuam incentivando as viagens de turismo, uma vez que o turista pode viajar de graça utilizando suas milhas adquiridas em outras viagens. Os sistemas de reservas por computador e as alianças internacionais exerceram grande influência no turismo, pois facilitaram o processo de aquisição de bilhetes de passagens. Entretanto, você não pode deixar de abordar os pontos negativos da desregulamentação. Todos eles causaram efeitos sobre a experiência dos turistas, tais como os problemas enfrentados nos aeroportos.*

## **O mercado de transporte aéreo internacional**

O mercado de transporte aéreo internacional é repleto de empresas que adotam os mais diversos modelos de negócios: empresas de baixo custo/baixa tarifa, empresas *premium* (que primam um serviço de nível superior, independente do custo e do valor da tarifa), empresas mais tradicionalistas e ainda as regionais.

Para fazermos uma análise deste mercado, levaremos em conta os resultados do Prêmio Skytrax 2010. Esta premiação é bastante respeitada no universo da aviação civil e entrevistou cerca de 18 milhões de passageiros entre os meses julho/2009 e abril/2010. Durante a pesquisa, foram analisados 38 diferentes aspectos relacionados à satisfação geral dos passageiros. Conheceremos a seguir, alguns dos resultados em determinadas regiões do globo.

## Melhor empresa aérea na América do Norte: Air Canada

Segundo o Prêmio Skytrax (2011), a Air Canada foi escolhida como a melhor empresa aérea da América do Norte. Foi fundada em 1936 e na época pertencia ao governo canadense. Como o Canadá também passou por um processo de desregulamentação do transporte aéreo, a Air Canada foi privatizada em 1988.

A Air Canada é a maior companhia aérea do Canadá e transporta passageiros para 178 destinos ao redor do mundo, inclusive com voos diários para o Brasil (São Paulo – Guarulhos). São 59 destinos no Canadá, 59 nos Estados Unidos e 60 dentre Europa, Oriente Médio, Ásia, Austrália, Caribe e América do Sul. Apesar de estar baseada na cidade de Montreal, seu maior aeroporto *hub* é o de Toronto, na província de Ontário, com rota para São Paulo.

Em julho de 2009, a Air Canada completou um projeto de renovação da sua frota. Foram 18 novos Boeings 777 adquiridos e todo restante da frota passou por remodelações e reformas, a fim de fornecer aos passageiros uma experiência de qualidade.



Brian

**Figura 21.2:** Aeronave Boeing 777-300ER da Air Canada.

Fonte: [http://en.wikipedia.org/wiki/File:Air\\_Canada\\_777.jpg](http://en.wikipedia.org/wiki/File:Air_Canada_777.jpg)

Você deve se lembrar de quando tratamos do modelo de rede *hub-and-spoke* que as rotas regionais são alimentadas por empresas parceiras ou subsidiárias regionais. Na Air Canada, não é diferente. A Air Canada Jazz, baseada em Halifax, é a subsidiária da Air Canada que opera voos regionais por todo o Canadá com aeronaves de porte menor.

### **Melhor empresa aérea na América do Sul: Lan Airlines**

A melhor empresa aérea na América do Sul é proveniente do Chile: a Lan Airlines. Criada em 1929, pelo governo chileno, a empresa adotou o nome Lan Chile em 1932. Seguindo a tendência de privatização das empresas aéreas, foi vendida em setembro de 1989 e em 1998 resolveram unificar a Lan Chile e suas subsidiárias Lan Perú, Lan Ecuador, Lan Dominicana e LanExpress, trocando seu nome formal para Lan Airlines.

Voando para 70 destinos ao redor do mundo, através de uma extensa rede que oferece ampla conectividade, ligando a América Latina aos Estados Unidos, Europa e região sul do Pacífico, a Lan Airlines conta com uma frota de 118 aviões de passageiros entre airbus e boeings.

Do Brasil, a Lan possui saídas diárias dos aeroportos do Rio de Janeiro (Galeão) e São Paulo (Guarulhos) para Santiago, no Chile, Buenos Aires, na Argentina, e Lima, no Peru.

### **Melhor empresa aérea na Europa: Lufthansa**

A melhor companhia aérea europeia vem da Alemanha. A Lufthansa opera serviços aéreos para 18 cidades na Alemanha além de 183 destinos no exterior em 78 países na África, América, Ásia e Europa.

Seu principal *hub* é o aeroporto de Frankfurt, de onde voa para uma série de cidades ao redor do mundo. Sua frota é composta por 722 aeronaves de diversos fabricantes, tais como Airbus, Boeing, a brasileira Embraer, Bombardier, dentre outras. Seu grande destaque é o Airbus A380, atualmente a maior aereo-

nave de passageiros do mundo, com capacidade para oito passageiros na primeira classe, 98 em classe executiva e 420 pessoas na classe econômica.



**Figura 21.3:** Airbus A380-800 da Lufthansa.

Fonte: [http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/2/29/2010-05-27\\_A380\\_LH\\_D-AIMA\\_06.jpg](http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/2/29/2010-05-27_A380_LH_D-AIMA_06.jpg)



Para conhecer mais sobre esse gigante dos ares, não deixe de assistir à reportagem sobre a passagem do Airbus A380 pelo Aeroporto Internacional de Guarulhos, em São Paulo. Aproveite para pensar sobre o desafio dos terminais aeroportuários para receberem uma aeronave deste porte: [http://www.youtube.com/watch?v=eRNFICGSb\\_Y](http://www.youtube.com/watch?v=eRNFICGSb_Y)

A Lufthansa oferece uma importante ligação entre o Brasil e a Alemanha com voos diários entre São Paulo e as cidades de Frankfurt e Munique. A partir dessas cidades, o passageiro pode seguir para quaisquer outros destinos atendidos pela empresa.

## Melhor empresa aérea na Ásia: Asiana Airlines

A Asiana Airlines, além de ter sido nomeada como a melhor empresa aérea na Ásia pelo Prêmio Skytrax, também foi reconhecida como a melhor companhia do mundo. Esta jovem empresa foi fundada em 1988, na Coreia do Sul, com o nome Seoul International Air como parte da política do governo para criar uma segunda empresa de bandeira coreana.

Atualmente, a Asiana Airlines pertence a um grupo de várias empresas da iniciativa privada e opera serviços regulares para 12 destinos na Coreia do Sul e 84 rotas internacionais de passageiros. Seu principal aeroporto *hub* é o Aeroporto Internacional de Incheon, tido como um dos melhores aeroportos do mundo.

Considerada uma empresa cinco estrelas, a Asiana Airlines prima por serviços bastante requintados e de excelente qualidade. Um dos destaques é o serviço de bordo com menus frequentemente atualizados e desenvolvidos por chefs de cozinha experientes.



**Figura 21.4:** Exemplo de serviço de bordo da Asiana Airlines.

Fonte: <http://www.flickr.com/photos/thezipper/2648578659/>



Se você tiver interesse em conhecer mais sobre o perfil desta, que foi reconhecida como a melhor empresa aérea do mundo, não deixe de assistir a este vídeo (áudio em inglês): <http://www.youtube.com/watch?v=FqAd5YGvxw8>

Surpreendentemente, a frota da melhor empresa aérea do mundo não é muito grande. São somente 70 aeronaves de médio e grande porte fabricadas pela Airbus e pela Boeing. A Asiana já assinou contrato para adquirir seis unidades do gigante Airbus A380 que serão entregues entre os anos 2014 e 2017. Isto mostra que o mais importante neste negócio não é a quantidade e sim a qualidade do serviço que se oferece aos passageiros e a inteligência em se organizar da melhor forma possível as operações da frota disponível.

### **Melhor empresa aérea da Austrália/Pacífico: Air New Zealand**

A Air New Zealand é baseada na cidade de Auckland, na Nova Zelândia. É no Aeroporto Internacional de Auckland que também se concentram suas principais operações. Outro hub da Air New Zealand é o aeroporto de Sydney, na Austrália.

A empresa foi fundada em 1940, operando voos entre a Nova Zelândia e a Austrália pela iniciativa privada. Em 1965, foi totalmente comprada pelo governo neozelandês quando recebeu o nome de Air New Zealand. A companhia foi novamente privatizada em meados de 1989, mas em 2001 retornou para a administração pública.

Sua frota de 98 aeronaves voa diariamente para 26 destinos domésticos e 24 destinos internacionais na Ásia, Europa, América do Norte e Oceania.

## **Melhor empresa aérea do Oriente Médio: Qatar Airways**

A Qatar Airways é mundialmente conhecida por seus serviços de alto requinte. Ela é uma das sete companhias aéreas consideradas como cinco estrelas pela Skytrax junto com a Cathay Pacific, Asiana Airlines, Malaysia Airlines, Singapore Airlines, Hainan Airlines e Kingfisher Airlines. Curiosamente todas elas são oriundas do Oriente Médio ou da Ásia.

A companhia é baseada no Qatar, mais precisamente na sua capital Doha, que também é seu aeroporto principal. De lá a Qatar Airways voa para mais de 90 destinos na África, Europa, Ásia, Oriente Médio, Oceania e Américas do Sul e do Norte com uma frota de 92 aeronaves.

Recentemente, a companhia começou a operar um voo diário, saindo de Doha com destino a Buenos Aires, na Argentina, com uma escala para embarque e desembarque de passageiros no Aeroporto de Guarulhos, em São Paulo. A aeronave faz a mesma rota no voo de retorno para o Qatar. Esta é mais uma opção para os turistas brasileiros que desejam viajar para os demais destinos atendidos pela Qatar a partir da sua cidade-sede.

## **Melhor empresa aérea de baixo custo/baixa tarifa: AirAsia**

Como você pôde perceber, a grande maioria das melhores empresas aéreas do mundo oferecem serviços mais requintados destinados a um público que aceita pagar tarifas mais altas para viver este tipo de experiência. Entretanto, não podemos esquecer que as empresas aéreas de baixo custo e baixa tarifa têm ocupado um espaço muito importante no mercado de aviação civil por atrair cada vez mais pessoas para este modo de transporte.

Assim, a melhor empresa aérea deste modelo de negócios, de acordo com a Skytrax (2011) é a AirAsia, uma empresa basea-

da na Malásia. Ela foi a primeira a adotar esta estratégia na Ásia, no ano de 1996, originalmente de posse do governo da Malásia, mas foi privatizada em 2001.

Seu *hub* é o Aeroporto Internacional de Kuala Lumpur com voos para 68 destinos nacionais e internacionais. Como parte das estratégias de corte de custos, lanches e bebidas são vendidos durante os voos, com exceção de bebidas alcoólicas e carne de porco que não são servidas por conta das tradições islâmicas.

A título de comparação de tarifas, um voo, saindo de Kuala Lumpur para Londres, no Reino Unido, custa em média US\$ 880,00 pela AirAsia, enquanto outras empresas como a Qatar Airways, por exemplo, cobram mais de US\$ 1.200 pelo mesmo trecho. Vale ressaltar que estes valores foram retirados dos sites das próprias companhias em abril de 2011.

Como uma empresa de baixo custo, a AirAsia possui diversas estratégias. Eis algumas das taxas cobradas e serviços extras vendidos pela companhia diretamente pelo seu *website* no momento da reserva para o trecho citado anteriormente (valores em abril de 2011):

- kit Conforto: kit composto de travesseiro, cobertor e tampão para os olhos. Valor: US\$ 8,47;
- despacho de bagagens: malas de até 15kg: US\$ 13,21. Malas de até 20kg: US\$ 20,32. Malas de até 25kg: US\$ 33,87. Malas de até 30kg: US\$ 50,81.
- refeição a bordo: o passageiro pode escolher dentre as opções: vegetariana, internacional, comida da Malásia ou refeição para crianças. O valor é US\$ 16,94.

## **As alianças estratégicas do setor aéreo**

Como vimos anteriormente, o movimento de desregulamentação do transporte aéreo trouxe consigo uma série de mudanças para o setor. Duas delas foram o aumento da concorrência entre as empresas aéreas e o surgimento e o fortalecimento das alianças.

Segundo French (1997b apud PAGE, 2008), uma aliança é

qualquer união colaborativa entre duas ou mais empresas, estabelecida para beneficiar todos os parceiros ao tornar sua capacidade mais eficiente e ao abranger seu alcance de mercado.

O nascimento de uma aliança faz com que duas ou mais empresas se juntem para fornecerem serviços ou produtos que se complementam entre si, formando uma oferta muito mais completa. Além da desregulamentação, outro fator que foi muito importante para o desenvolvimento das alianças no setor aéreo foi o uso cada vez mais frequente da tecnologia da informação, sobretudo com os sistemas globais de reservas que disponibilizam em uma só ferramenta a oferta de múltiplas empresas.

Por todos os seus benefícios, as alianças hoje em dia fazem parte da estratégia de negócios de qualquer empresa aérea. Elas enxergaram que não conseguiriam sobreviver isoladas no mercado e que, trabalhando juntas, todas seriam beneficiadas.

Do ponto de vista dos passageiros, os ganhos são muitos: as alianças oferecem uma rede de destinos internacionais muito maior. Em um mesmo bilhete, é possível emitir trechos percorridos com diferentes companhias aéreas pertencentes à mesma aliança. Os programas de milhagem, que beneficiam os passageiros frequentes, também passam a ser unificados. Assim, o cliente que acumula pontuação em determinada empresa poderá utilizá-la em outra empresa.

Vamos exemplificar para ficar mais fácil o entendimento: a TAM Linhas Aéreas e a Singapore Airlines pertencem à Star Alliance. Um passageiro que deseja voar para Cingapura terá de fazer conexão em algum aeroporto, uma vez que não há voos diretos entre o Brasil e a Cingapura. Como as duas empresas fazem parte de uma aliança, o passageiro poderá voar direto de São Paulo para Londres, na Inglaterra, voando em uma aeronave TAM e de lá fazer uma conexão para Cingapura com a Singapore Airlines. Graças à aliança este passageiro não precisará fazer

novo *check-in* no aeroporto de Londres e nem despachar sua bagagem novamente. Além disso, será emitido somente um bilhete aéreo, contendo os dois trechos das duas companhias e o cliente poderá optar por acumular as milhas totais no programa de milhagens que preferir.

Pontuemos agora algumas características das alianças no setor aéreo:

- compartilhamento de códigos: acordo entre duas ou mais companhias em que uma delas opera um único trajeto com o seu próprio código de voo e com aquela da sua parceira. Exemplo: voo da TAM para Londres com código JJ8085 pode também possuir o código SQ0123 da Singapore Airlines. Isso permite que as empresas estejam mais disponíveis nos sistemas de reservas por computador, uma vez que o mesmo voo pode aparecer com mais de um código;
- assentos bloqueados ou acordos de reservas bloqueadas: acontecem quando uma companhia parceira reserva um determinado número de assentos em um serviço de conexão para outra companhia para que esta possa garantir que seus passageiros terão lugar em todas as etapas do voo;
- benefícios em milhas, cooperação e reciprocidade: como já foi colocado anteriormente, diz respeito à opção que as empresas tem de unir seus programas de milhagem, permitindo que os passageiros acumulem milhagem em todas as companhias da aliança.

Para o turismo, é importante ressaltarmos que qualquer iniciativa que incentive as pessoas a viajar é benéfica. O incentivo para viagens acaba determinando a variação do fluxo de viagem. Quer um exemplo? Quando é colocado um voo diário para Aruba, saindo do Rio de Janeiro, esse destino é mais visado pelo marketing e acaba por atrair novos visitantes. As alianças são incentivadoras de viagens, pois facilitam vários dos processos desgastantes das viagens tais como a realização de várias reservas em companhias aéreas distintas para se chegar ao destino

final; o embarque e o desembarque de bagagens; o *check-in* nos aeroportos de conexão; dentre outros.

Atualmente, as principais alianças aéreas são a Star Alliance, a SkyTeam e a Oneworld. A primeira, a maior delas, é a Star Alliance, fundada em 1997 pelas empresas Air Canada, Lufthansa, Scandinavian Airlines, Thai Airways e United Airlines. Você encontrará mais detalhes sobre as empresas participantes desta aliança na tabela a seguir:

**Tabela 21.1:** As empresas aéreas da Star Alliance

<b>Aliança: Star Alliance</b>			
<b>Empresas aéreas</b>	<b>País</b>	<b>Destinos regulares</b>	<b>Ano de entrada</b>
Adria Airways	Eslovênia	25	2004
Aegean Airlines	Grécia	37	2010
Air Canada	Canadá	171	1997
Air China	China	156	2007
Air New Zealand	Nova Zelândia	53	1999
ANA	Japão	78	1999
Asiana Airlines	Coreia do Sul	83	2003
Austrian	Áustria	120	2000
Blue1	Finlândia	26	2004
BMI	Reino Unido	38	2000
Brussels Airlines	Bélgica	69	2009
Continental Airlines	Estados Unidos	262	2009
Croatia Airlines	Croácia	28	2004
Egyptair	Egito	72	2008
Polish Airlines	Polônia	50	2003
Lufthansa	Alemanha	204	1997
Scandinavian Airlines	Suécia, Dinamarca e Noruega	86	1997
Singapore Airlines	Cingapura	63	2000
South African Airways	África do Sul	35	2006
Spanair	Espanha	27	2003

Swiss	Suíça	74	2006
TAM Linhas Aéreas	Brasil	61	2010
TAP Portugal	Portugal	65	2005
Thai Airways	Tailândia	74	1997
Turkish Airlines	Turquia	158	2008
United Airlines	Estados Unidos	200	1997
US Airways	Estados Unidos	206	2004

Fonte: *Website* da Star Alliance, 2011.

Podemos perceber que há um número bastante grande de empresas fazendo parte da Star Alliance e que elas são oriundas de todas as partes do mundo. Isso faz com que os passageiros que optem por voar em empresas da Star Alliance tenham à sua disposição voos para 1.172 aeroportos em 181 países diferentes.



Para conhecer todos os destinos atendidos pelas empresas que fazem parte da Star Alliance, acesse o site <<http://www.staralliance.com/pt/services/map/>> e navegue pelo mapa de rotas!

Enquanto as alianças tornam-se cada vez mais importantes para o planejamento, a operação e o gerenciamento do setor aéreo, há pesquisadores que se preocupam com uma menor competição entre as empresas. Uma vez que ela passa a ser efetuada entre as alianças e não entre as empresas. O processo de criação das alianças faz parte da tendência do domínio do setor aéreo pelas companhias maiores e, sem dúvida, da globalização do turismo.



---

### **Resposta Comentada**

*Como foi apresentado, as alianças fazem com que os clientes tenham à sua disposição uma rede muito maior de destinos atendidos pelas empresas aéreas. Isto facilita todo o processo de viagem para os passageiros: no momento da reserva ele não precisará fazer uma série de reservas em várias companhias para atender aos propósitos da sua viagem, uma vez que as empresas pertencentes a uma aliança emitem bilhetes compartilhados. Para voos em conexão, o passageiro não terá que despachar sua bagagem novamente mesmo com troca de companhia aérea. Em suma, podemos dizer que o Brasil estará acessível a um número muito maior de pessoas no planeta com a entrada da TAM na Star Alliance, uma vez que sua marca torna-se global.*

## **O mercado aeroportuário no mundo**

Os aeroportos também desempenham papel fundamental na qualidade percebida pelo turista em relação à sua viagem como um todo. A qualidade dos serviços prestados nestes ambientes é primordial para que os turistas tenham boas impressões dos destinos.

As empresas aéreas e os aeroportos que têm se destacado no cenário internacional são aqueles que possuem uma gestão voltada para os clientes: os passageiros. Uma administração aeroportuária e uma empresa aérea que pensem nos clientes como verdadeiros clientes e não como meros usuários do serviço, saem na frente em termos da satisfação geral dos passageiros. Esta transformação no modo de pensar ocorreu nas últimas décadas, primeiramente com as empresas aéreas e mais recentemente com os aeroportos, que passaram a enxergar os passageiros como clientes, com expectativas e necessidades distintas.

Para analisar este mercado, lançaremos mão do Prêmio Skytrax 2011, mas desta vez focaremos nos resultados relativos aos melhores aeroportos no mundo.

## **Melhor aeroporto da América do Norte: Vancouver, Canadá**

O melhor aeroporto da América do Norte, localizado na cidade de Vancouver, Canadá, foi o segundo aeroporto mais movimentado no Canadá em 2010. Aberto em 22 de julho de 1931, o Aeroporto de Vancouver é um dos grandes modelos de administração aeroportuária voltados para o cliente.

Além de sua arquitetura que nos remete imediatamente aos hábitos de vida dos indígenas desta região do Canadá, o Aeroporto de Vancouver tem uma grande preocupação com o seu cliente. Tudo é pensado para proporcionar ao passageiro a melhor experiência possível.

O aeroporto apresenta uma extensa coleção de arte contemporânea originária da região da costa nordeste do Canadá, o que atrai muitos turistas, tornando-o um próprio atrativo turístico.

Em termos operacionais, em 2007, o aeroporto administrou voos de 68 empresas aéreas para 130 destinos ao redor do mundo. Destes voos, 110 eram *non-stop*, ou seja, sem escalas ou conexões, chegando direto ao aeroporto de destino. São aproximadamente 27.000 pessoas trabalhando todos os dias, fazendo tudo acontecer.

O tráfego no Aeroporto de Vancouver é dividido da seguinte maneira (YVR, 2008): 52% de voos domésticos, 25% de voos para os Estados Unidos e 23% de voos internacionais para os demais destinos no mundo. A rota mais longa de um voo *non-stop*, saindo de Vancouver, é para o aeroporto de Sydney, na Austrália, totalizando 15 horas de voo.

Os destinos mais procurados pelos passageiros que embarcam no Aeroporto de Vancouver são (YVR, 2011): Toronto, Calgary, Kelowna, Victoria, Edmonton e Montreal, no Canadá; Los Angeles e São Francisco, nos Estados Unidos; Hong Kong, na China, e Londres, no Reino Unido.



**Figura 21.5:** Terminal doméstico do Aeroporto de Vancouver.

Fonte: <http://en.wikipedia.org/wiki/File:Vancouver-yvr-terminal.id.jpg>

## **Melhor aeroporto da América do Sul: Aeroporto de Lima, Peru**

O Aeroporto Internacional Jorge Chávez, escolhido pelo Prêmio Skytrax 2010 como o melhor da América do Sul está localizado na cidade de Lima, no Peru. Em 2000, este aeroporto foi privatizado pelo governo peruano e passou a ser administrado e operado por um consórcio de empresas estrangeiras, dentre elas a Fraport, empresa responsável pela operação do Aeroporto de Frankfurt, na Alemanha.

Em 2010 mais de 120.000 aeronaves circularam pelo Aeroporto de Lima, que possui sua importância turística, pois serve como portão de entrada para a região de Machu Pichu, também no Peru. Sua localização estratégica no meio da costa oeste da América do Sul tem garantido sua posição como um importante *hub* da região com grandes promessas no futuro para voos entre as Américas, Ásia/Pacífico e a Europa.



Este terminal é relativamente novo. Começou suas operações em 17 de maio de 1992 quando as operações no aeroporto antigo da cidade foram interrompidas. Como era a base operacional da Lufthansa, o aeroporto de Frankfurt estava com o tráfego de aeronaves e de passageiros saturado, muitos voos passaram a ser direcionados também para o Aeroporto de Munique.

São dois terminais que compõem o Aeroporto Internacional de Munique. O terminal 1 é o mais antigo, inaugurado em 1992. Já o terminal 2 iniciou operações em 2003. Algo muito interessante nesse aeroporto é o serviço oferecido de *tours* no aeroporto que atrai muitos turistas entusiastas da aviação. São 50 minutos, passando por diversas áreas de acesso restrito aos demais passageiros.

Há ainda um cinema com capacidade para 60 pessoas que exhibe filmes relacionados à aviação, diariamente de 9:30 às 17:00h, sem a cobrança de taxa alguma. Pelo *website* do aeroporto, os passageiros podem consultar a programação. É mais uma opção de entretenimento para passageiros e turistas em geral, além dos entusiastas da aviação.

Para as crianças, o aeroporto oferece uma série de opções de entretenimento tais como: *tours* especializados pelo aeroporto oferecidos para grupos de escolas, terminais de computador especializados para as crianças entenderem o funcionamento dos aeroportos, programação de televisão específica para crianças além de um *playground* na área de visitantes.

Como vocês podem perceber, os aeroportos estão se tornando muito mais do que pontos de embarque e desembarque, proporcionando aos passageiros e visitantes uma experiência propriamente turística.

## **Melhor aeroporto da Ásia: Aeroporto Internacional de Hong Kong, China**

O Aeroporto Internacional de Hong Kong é um dos mais importantes *hubs* do continente asiático. O aeroporto consiste de dois terminais de passageiros em uma área muito grande capaz

de abrigar aeronaves de cerca de 90 empresas aéreas que voam para cerca de 150 destinos ao redor do mundo (HKIA, 2010).

O aeroporto é reconhecido pela qualidade dos seus serviços. Além do Prêmio Skytrax, o Aeroporto de Hong Kong já ganhou diversas outras premiações do setor de aviação civil. Desde 2002, o Programa de Embaixadores do Aeroporto recruta pessoas jovens, estudantes e aposentados para trabalharem no aeroporto recepcionando e prestando assistência aos passageiros e visitantes. Este programa proporcionou um aperfeiçoamento das normas de atendimento no aeroporto e os embaixadores são responsáveis, não somente por recepcionar os passageiros no aeroporto, mas também na cidade de Hong Kong. Até o momento, mais de 750 jovens e idosos embaixadores já foram recrutados.

A autoridade aeroportuária do Aeroporto de Hong Kong é extremamente preocupada com a experiência das pessoas no mesmo. Assim, oferecem mais de 160 estabelecimentos comerciais e cerca de 50 opções para alimentação no terminal 1, além de 80 lojas e 20 restaurantes no terminal 2. As opções de refeições são compostas por restaurantes asiáticos, padarias, *fast foods*, restaurantes com comida ocidental, cafeterias, dentre outras.

O Aeroporto de Hong Kong oferece ainda excelentes opções de entretenimento: o 4D *Extreme Screen*, a maior tela de cinema 4D na Ásia em um teatro com capacidade para 360 passageiros equipado com projetores 3D e mais 7 efeitos especiais multissensoriais; o Aviation Discovery Centre, um lugar para que os visitantes tenham contato com o mundo da aviação, em particular com o desenvolvimento da aviação em Hong Kong. Há ainda o i-Sports, um local com diversos simuladores de esportes como futebol, basquete, golfe, boxe, dentre outros.

Especialmente dedicados aos aspectos regionais, o Asia Hollywood é um espaço interativo temático onde os visitantes têm contato com diferentes aspectos da indústria local de filmes com a ajuda de instalações sofisticadas. A cultura de Hong Kong também está presente na exposição chamada Discovering Hong

Kong Cultural Traditions. O objetivo da exposição é colocar os passageiros em contato com a cultura local e costumes da região de Hong Kong.

Podemos perceber que o Aeroporto Internacional de Hong Kong oferece uma série de facilidades para que a experiência do passageiro em seu ambiente seja a melhor possível. Ações como estas podem fazer com que passageiros e visitantes queiram permanecer no aeroporto por um tempo maior, ao contrário do que acontece geralmente em que passageiros querem ficar o mínimo possível de tempo nos aeroportos.

### **Melhor aeroporto na Austrália/Pacífico: Aeroporto Internacional de Auckland, Nova Zelândia**

O Aeroporto de Auckland é o principal portão de entrada da Nova Zelândia e um dos principais de toda a região da Austrália/Pacífico. Muitos voos com destino à Austrália fazem uma primeira parada neste aeroporto como acontece com os voos que partem da América do Sul com destino a Sydney, Austrália.

Em 1988, o Aeroporto Internacional de Auckland passou a ser gerenciado por uma empresa da iniciativa privada, a Auckland International Airport Limited, entretanto ainda havia participação do governo da Nova Zelândia. Dez anos mais tarde, em 1998, o governo decidiu vender suas participações e este aeroporto tornou-se o quinto aeroporto do mundo totalmente privatizado.

Mais de 70% dos visitantes da Nova Zelândia chegam ou deixam o país via Aeroporto Internacional de Auckland, que administra o embarque e o desembarque de cerca de 13 milhões de passageiros por ano. Mais de 20 empresas aéreas internacionais servem este terminal, o segundo mais movimentado da Austrália/Pacífico, ficando atrás somente do Aeroporto de Sydney.

Como o maior *hub* da Nova Zelândia, sua administração tem se esforçado no investimento em um aeroporto que proporcione experiências aos viajantes que todo neozelandês possa se orgulhar. O aeroporto é composto por dois terminais, sendo um específico para voos domésticos e o outro para voos internacionais.

Pensando na experiência dos viajantes e de muitos turistas que por ali passam, o Aeroporto de Auckland possui uma grande preocupação no fato de proporcioná-los o primeiro e o último contato com a cultura do país. Assim, enfatiza-se que deva ser garantido que tais primeiras e últimas experiências sejam um forte reflexo da cultura e do patrimônio neozelandês que possui características bastante particulares.



**Figura 21.7:** Apresentação de dança típica no Aeroporto Internacional de Auckland.

Fonte: <http://www.flickr.com/photos/willposh/153980137/sizes/m/in/photostream/>

## **Melhor aeroporto do Oriente Médio: Aeroporto Internacional de Dubai, Emirados Árabes Unidos**

A cidade de Dubai, nos Emirados Árabes Unidos, tem se mostrado como um importante polo turístico, atraindo não somente viajantes a negócios, mas também os turistas de lazer. As opções para quem vai a Dubai a lazer são muitas, e a cidade não para de crescer e de construir novos atrativos turísticos. Por se tratar de uma região desértica, grande parte dos atrativos de

Dubai são monumentos, edifícios, centros de compras, praias e ilhas artificiais que foram totalmente construídos para atrair os turistas e a comunidade local. Até mesmo uma pista de esqui foi construída dentro de um shopping em pleno deserto.



Se você se interessou pelas grandes construções da cidade de Dubai, você pode assistir ao documentário *Dubai: cidade impossível* exibido pelo Discovery Channel. Ele foi disponibilizado no YouTube em quatro partes conforme os links:

Parte 1: <http://www.youtube.com/watch?v=v7Xu4iN2h2o>

Parte 2: <http://www.youtube.com/watch?v=ZQBqzTRsF7M&feature=related>

Parte 3: [http://www.youtube.com/watch?v=a\\_zbpiWr8\\_w&feature=related](http://www.youtube.com/watch?v=a_zbpiWr8_w&feature=related)

Parte 4: <http://www.youtube.com/watch?v=xmd8C7izlyY&feature=related>

Parte 5: <http://www.youtube.com/watch?v=AHhrYHB90I8&feature=related>

Sabe-se que a riqueza deste país é muito grande e, por isso, possui grande capacidade construtiva. Lá estão alguns dos melhores hotéis do mundo como o Burj Al Arab, um hotel considerado sete estrelas construído em mais uma das ilhas artificiais de Dubai.



Jósa Levente Zoltán

**Figura 21.8:** Vista de Dubai com o hotel Burj Al Arab ao fundo.  
Fonte: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Burj\\_Al\\_Arab\\_Dubai.jpg](http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Burj_Al_Arab_Dubai.jpg).

Como tudo que se cria em Dubai é muito grandioso, isso não foi diferente com o seu aeroporto. O Aeroporto Internacional de Dubai possui três terminais, sendo o terceiro considerado o maior terminal aeroportuário em todo o mundo, apesar de ter sido construído totalmente de forma subterrânea.

A administração do aeroporto é feita pelo Departamento de Aviação Civil do país. Além de ser um grande *hub*, interligando o Oriente ao Ocidente, o aeroporto é a base de uma das mais importantes empresas aéreas do mundo, a Emirates Airlines, responsável por cerca de 60% do tráfego de pessoas e 38% do tráfego de aeronaves em todo o aeroporto. O terminal é ainda base de uma companhia aérea de baixo custo e baixa tarifa, a FlyDubai. No total, são cerca de 6.000 voos operados semanalmente por 130 empresas aéreas para mais de 220 destinos em

todos os continentes com exceção da Antártica. O Aeroporto de Dubai é muito conhecido pelas diversas opções para compras de produtos isentos de impostos.



## Atividade Final

---

### Atende aos Objetivos 2 e 3

Analise a afirmação a seguir:

“As melhores empresas aéreas e os melhores aeroportos do mundo possuem uma gestão centralizada no cliente”.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### **Resposta Comentada**

*Como podemos perceber no texto da aula, as melhores empresas aéreas e os melhores aeroportos do mundo são verdadeiramente aqueles que possuem uma gestão voltada para o cliente. Antigamente pensava-se no transporte aéreo como uma mera prestação de serviços que eram básicos à população, que era vista como usuária do transporte aéreo. Com o passar do tempo, as empresas foram percebendo que a concorrência as forçava a oferecer diferenciais para ganhar o mercado. Isso fez com que muitas delas tivessem uma mudança de postura frente aos usuários que passaram a ser vistos como clientes e, como tal, possuem expectativas e necessidades a serem atendidas. Este processo aconteceu primeiramente com as empresas aéreas, porém mais recentemente também começou a afetar os aeroportos.*

## **Resumo**

A desregulamentação do transporte aéreo foi extremamente benéfica para o desenvolvimento do turismo em diversas regiões, sobretudo nos Estados Unidos. Este processo resultou em uma maior concorrência entre as empresas aéreas que tiveram de buscar diferenciais para atingir os clientes e permanecer no mercado, o que foi altamente sadio para todos. As empresas aéreas e os aeroportos que mais se destacam no mundo são aqueles que possuem sua gestão voltada para o cliente, a fim de atender e superar suas expectativas e necessidades. Estamos em um momento em que o passageiro deixou de ser um mero usuário dos serviços aéreos e se tornou um cliente, devendo ser tratado como tal.

## **Informação sobre a próxima aula**

Na próxima aula, estudaremos o mercado de aviação comercial no Brasil, analisando suas especificidades perante ao mercado mundial.



# 22

## Transportes aéreos no Brasil

*Rafael Teixeira de Castro  
Sérgio de Castro Ribeiro*

### Meta da aula

Apresentar um panorama do mercado de aviação comercial no Brasil.

### Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1 reconhecer a organização do transporte aéreo no Brasil;
- 2 avaliar os movimentos de privatização e concessão dos aeroportos brasileiros;
- 3 identificar os principais aeroportos e empresas aéreas brasileiras.

## **Introdução**

Na aula anterior, pudemos entender a realidade do mercado aéreo internacional. Percebemos como ele é organizado em alguns lugares do mundo e a qualidade dos serviços oferecidos pelos principais aeroportos e empresas aéreas. No que diz respeito à infraestrutura de aeroportos, você verá na aula de hoje que o Brasil ainda tem muito que fazer para se equiparar ao mercado internacional. Veremos também alguns fatos históricos relevantes para a construção do mercado atual de aviação comercial no Brasil, tais como a falência das empresas Panair do Brasil e da Varig. Boa leitura!

## **Organização do transporte aéreo no Brasil**

O primeiro movimento no sentido de organizar e regulamentar o transporte aéreo no Brasil ocorreu no dia 5 de janeiro de 1920 quando foi criada a Inspetoria Federal de Viação Marítima e Fluvial com atribuições relacionadas à navegação e à indústria aeronáutica, ambas ainda incipientes.

Doze anos mais tarde, mais especificamente em 22 de abril de 1932, o então presidente Getúlio Vargas criou o Departamento de Aviação Civil (DAC) que em um primeiro momento ficara subordinado ao Ministério de Viação e Obras Públicas até ser incorporado ao Ministério da Aeronáutica em 20 de janeiro de 1941.

Ao DAC cabia o planejamento, o gerenciamento e o controle das atividades relacionadas à aviação civil no país, e durante os seus anos de existência ele sempre foi alvo de intensas críticas e questionamentos por parte de diversos segmentos da sociedade que defendiam que ao Comando da Aeronáutica deveria apenas a defesa do espaço aéreo e da soberania nacional, e não o controle da aviação civil.

## **Agência Nacional de Aviação Civil (Anac)**

Depois de várias décadas sob o controle de um departamento militar, e após muita pressão por parte do mercado e da sociedade, em 20 de setembro de 2005 a Lei 11.182 transferia a atividade de autoridade de aeronáutica a uma agência reguladora civil – a Anac – que ficaria subordinada ao Ministério da Defesa, representando um período de “desmilitarização” da indústria aérea do país.

Apesar de sua criação no ano de 2005, a Agência só começou a funcionar efetivamente em 20 de março de 2006 tendo como primeiro presidente o engenheiro Milton Zuanazzi que permaneceu no cargo até 31 de outubro de 2007 quando não resistiu a uma série de ocorrências relacionadas à infraestrutura do setor, a dois graves acidentes aéreos envolvendo aeronaves das duas maiores empresas aéreas do país: a Gol e a TAM, além de problemas diretos com a autoridade à qual se subordinava: o Ministério da Defesa. Milton Zuanazzi renunciou ao cargo através de carta ao então presidente Luiz Inácio Lula da Silva, cedendo espaço à economista Solange Vieira.

A Anac é uma

autarquia especial, com independência administrativa, personalidade jurídica própria, patrimônio e receitas próprias para executar atividades típicas da Administração Pública, que requerem, para seu melhor funcionamento, gestão administrativa e financeira descentralizada,

e tem como missão

promover a segurança e a excelência do sistema de aviação civil, de forma a contribuir para o desenvolvimento do País e o bem-estar da sociedade brasileira (ANAC, 2010).

## **Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeronáutica (Infraero)**

Com o advento da alta tecnologia na indústria da aviação que possibilitou a construção de aeronaves cada vez maiores e dotadas de recursos de ponta, ao final da década de 1950 os aeroportos do Brasil e do mundo se viram obrigados a qualificarem suas estruturas para se adequarem ao movimento dos novos aviões a jato com alta capacidade em termos de passageiros, que demandariam grandes investimentos em ampliação de seus terminais.

Motivada por estas mudanças tecnológicas, foi criada no Brasil a Comissão Coordenadora do Projeto Aeroporto Internacional (CCPAI) na segunda metade da década de 1960. A finalidade era de desenvolver estudos para a implantação de um aeroporto internacional para o país, aquele que futuramente seria o Aeroporto Internacional do Rio de Janeiro (Galeão). Em 25 de maio de 1970, a CCPAI foi transformada na empresa Aeroportos do Rio de Janeiro S.A. (Arsa) visando à centralização de esforços e o melhor atendimento às obras do novo aeroporto.

Inspirado no sucesso da criação de uma empresa focada na gestão aeroportuária (neste caso, a Arsa), em 12 de dezembro de 1972 o Ministério da Aeronáutica resolveu ampliar o raio de ação deste projeto e criar uma empresa pública a ele vinculada com a finalidade de administrar os aeroportos mais importantes do país, dando surgimento à Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeronáutica (Infraero).

A Infraero hoje administra 67 aeroportos, 80 unidades de apoio à navegação aérea e 33 terminais de logística de cargas. Seus terminais reunidos concentram aproximadamente 97% do movimento de transporte aéreo regular do país (INFRAERO, 2011).

Sua estrutura administrativa centraliza-se na sede nacional localizada em Brasília. Esta, porém, não está sozinha, pois conta com superintendências regionais posicionadas estrategicamente

nas principais cidades do país no auxílio à gestão de seus terminais espalhados desde os grandes centros como Rio de Janeiro e São Paulo, até em áreas longínquas como Cruzeiro do Sul, no Acre, e Tefé, no Amazonas.

A filosofia de uma administração centralizada na capital foi fundamental no processo de aparelhamento da infraestrutura aeronáutica do Brasil e no processo de integração nacional, entretanto, este modelo vem sendo alvo de duras críticas por tomadores de decisão e especialistas sob diversos aspectos.

Inicialmente porque a existência de uma única administração de recursos leva sua estrutura administrativa a uma espécie de subsídio cruzado onde os aeroportos superavitários compensam os deficitários. Desta forma, enquanto os aeroportos lucrativos não veem os lucros gerados à empresa proporcionalmente reinvestidos em melhorias para seus terminais no momento de repasse de verbas, os aeroportos deficitários, por sua vez, permanecem definitivamente dependentes dos recursos provenientes das atividades dos demais. Este mecanismo não estimula a concorrência entre os seus aeroportos no sentido de buscar novas modalidades de recursos ou demanda, muito menos desafia os aeroportos de pequeno porte a buscarem novas estratégias que possibilitem a diversificação do potencial de seu negócio.

Nos últimos anos foram intensificadas as especulações sobre a possibilidade de a Infraero privatizar alguns de seus terminais, especificamente Viracopos (Campinas) e Tom Jobim (Galeão) (Rio de Janeiro). Num primeiro momento, esta ideia vem sendo rechaçada pelo Governo Federal que inclusive vem investindo em melhorias no aeroporto carioca visando à organização dos importantes eventos esportivos que o país irá receber nos próximos anos: Jogos Mundiais Militares (2011), Copa das Confederações da Fifa (2013), Copa do Mundo da Fifa (2014) e Jogos Olímpicos e Paraolímpicos (2016).



## Atividade

---

### Atende ao Objetivo 1

1. Qual o maior problema questionado por especialistas na centralização da administração dos aeroportos brasileiros pela Infraero?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### **Resposta Comentada**

*Um dos grandes problemas da gestão centralizada dos aeroportos brasileiros está na existência de uma espécie de subsídio cruzado que os aeroportos superavitários acabam “bancando” os deficitários. Isto faz com que os aeroportos lucrativos não vejam o retorno de investimento na sua própria infraestrutura, no momento do repasse de verbas e aqueles que não dão lucro estão sempre presos à atuação dos demais terminais para que consigam manter suas operações.*

## **Privatização dos aeroportos no Brasil**

O movimento de privatização de terminais aeroportuários no Brasil é ainda muito recente e incipiente, sendo discutido ainda qual modelo deveria ser adotado: concessão ou privatização dos aeroportos?

A privatização acontece quando uma empresa ou serviço público é total ou parcialmente vendido para a iniciativa privada. Assim, esta seria uma operação definitiva na qual o poder público vende a empresa ou a prestação do serviço e deixa de exercer qualquer tipo de controle sobre os mesmos. Já na concessão o bem ou serviço é cedido à iniciativa privada durante um prazo

estabelecido em contrato. Após o prazo, este pode ser renovado ou não. Caso não se renove o bem ou serviço volta para a administração do poder público.

Os especialistas em aviação se dividem nas opiniões sobre os diferentes modelos que possam ser adotados nos aeroportos brasileiros, entretanto, um ponto de vista é comum: não se pode manter a situação de domínio da Infraero na gestão de quase a totalidade dos terminais no país vez que uma gestão pública deixa o mercado muito vulnerável às vontades políticas.

O Aeroporto de São Gonçalo do Amarante, no Rio Grande do Norte, começou a ser construído no fim da década de 1980 pelos militares. A obra da parte de infraestrutura do lado aéreo (pistas, pátios etc.) está sendo finalizada a passos lentos já que depende da liberação de verba do governo federal. O terminal de passageiros será o primeiro operado pela iniciativa privada a partir de um modelo de concessão. A empresa que vencer a licitação deverá construir e operá-lo durante 25 anos e o contrato não prevê nenhuma participação da Infraero ou de qualquer outro órgão público na sua operação.



**Figura 22.1:** Projeto do Aeroporto de São Gonçalo do Amarante, na Grande Natal, RN.

Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:ASGA.jpg>

Muito ainda se discute sobre a privatização ou concessão de outros aeroportos no Brasil como o Aeroporto Internacional Antônio Carlos Jobim, o Galeão, no Rio de Janeiro. Tendo em

vista o crescimento constante do mercado aéreo no país e a organização dos megaeventos que ocorrerão nos próximos anos, decisões como esta são de grande importância e urgência.



Para entender mais sobre a realidade dos aeroportos brasileiros e sobre a dificuldade em se definir um modelo de concessão ou privatização dos mesmos, não deixe de assistir a reportagem transmitida pelo Jornal da Globo em 22/04/2011. Você pode acessá-la por meio deste link do site YouTube:

<http://www.youtube.com/watch?v=kmOb4Roq8xw>



## Atividade

### Atende ao Objetivo 2

2.

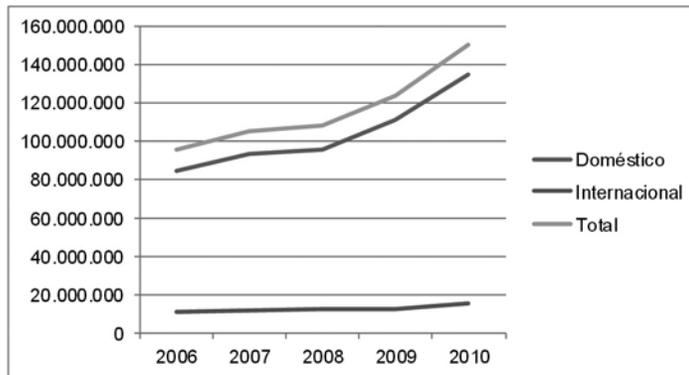
#### **Mal chegou à Presidência, Dilma já vai privatizar aeroportos, diz jornal**

*Segundo o jornal Folha de S. Paulo, Dilma Rousseff pretende baixar medida provisória ainda neste mês; entre as medidas, está a abertura de capital da Infraero.*

Com apenas três dias de empossada, a presidente Dilma Rousseff decidiu começar o processo de privatização dos aeroportos. Ela pretende baixar uma medida provisória ainda neste mês, entregando à iniciativa privada a construção e a operação dos novos terminais dos aeroportos de Guarulhos, em São Paulo, e Viracopos, em Campinas, dois dos mais importantes do País.

O tempo de concessão para a operação nos terminais dos aeroportos de Guarulhos e Viracopos deve ser de 20 anos, segundo a *Folha de S. Paulo*. De acordo com a Infraero, os preparativos para a Copa de 2014, que já registram atrasos, preveem investimentos de R\$ 5,6 bilhões em aeroportos.



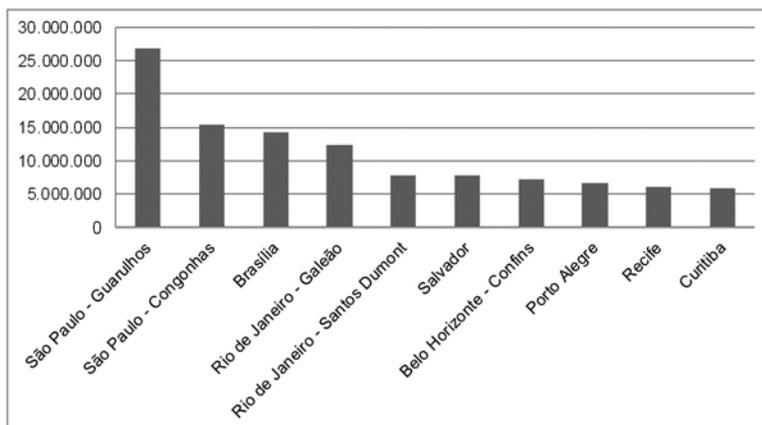


**Gráfico 22.1:** Movimento anual de passageiros nos aeroportos da Infraero (embarcados + desembarcados).

Fonte: Infraero, 2011.

No **Gráfico 22.1** podemos perceber claramente este crescimento, sobretudo no que diz respeito ao tráfego doméstico de passageiros impulsionado pelo barateamento das passagens aéreas entre cidades brasileiras. A tendência é que os números continuem aumentando nos próximos anos, mas a pergunta que deve ser feita é a seguinte: Será que a infraestrutura aeroportuária atual conseguirá administrar tais crescimentos? Estudos publicados anteriormente indicam que não e enfatizam a necessidade de investimentos urgentes no setor.

O próximo gráfico diz respeito aos aeroportos brasileiros mais movimentados, em termos de passageiros embarcados e desembarcados nos aeroportos administrados pela rede Infraero durante o ano de 2010:



**Gráfico 22.2:** Os dez aeroportos mais importantes em termos de passageiros embarcados e desembarcados em voos domésticos e internacionais em 2010 no Brasil.

Fonte: Infraero, 2011.

O que podemos perceber é uma grande concentração da malha aérea nacional na região Sudeste, haja vista que os dois aeroportos da cidade de São Paulo (Guarulhos e Congonhas) e os dois do Rio de Janeiro (Galeão e Santos Dumont) se encontram entre os cinco terminais mais movimentados do país. O Aeroporto de Brasília aparece em terceiro lugar representando uma importante ligação entre as regiões Sul/Sudeste e Norte/Nordeste do país por conta da sua localização central. Grande parte dos voos partindo do Sul ou do Sudeste com destino às regiões Norte ou Nordeste faz escala ou conexão neste aeroporto.

Dentre os dez aeroportos mais movimentados do país, somente dois não recebem voos internacionais. São eles: Rio de Janeiro – Santos Dumont, e São Paulo – Congonhas. Esta movimentação tão relevante se deve a alguns fatores, tais como a presença da ponte aérea Rio–São Paulo que transporta milhares de passageiros diariamente; e o fato de serem importantes polos econômicos, de negócios e turismo no Brasil, gerando um fluxo intenso de pessoas entre as duas cidades além de passageiros advindos de outras regiões.

A grande representatividade da região Sudeste neste mercado se dá ainda pela centralização da maioria dos voos internacionais nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro. Isto representa um problema para passageiros e turistas das demais regiões do país que obrigatoriamente devem realizar conexões em uma destas cidades para seguir viagem para o exterior.

Imagine que você more em Fortaleza e deseje voar para Paris, na França. Você teria que embarcar em um voo doméstico até o Rio de Janeiro ou São Paulo, o que representaria cerca de três horas de voo para somente em seguida embarcar na aeronave que o levará para Paris. Além destas horas de voo, você perderia ainda todo o tempo gasto com os trâmites que deverão ser realizados no aeroporto de conexão. Enfim, seria uma viagem bastante cansativa e essa era, via de regra, a situação enfrentada por estes passageiros.

Entretanto, felizmente esta realidade vem mudando e muitas empresas aéreas nacionais e internacionais estão investindo em voos partindo de outras regiões do país. Quer um exemplo? A americana American Airlines já está operando voos diretos entre as cidades de Belo Horizonte, Brasília, Salvador e Recife e os Estados Unidos. A portuguesa TAP também está expandindo suas rotas oferecendo voos com partida de Belo Horizonte, Brasília, Salvador, Recife, Natal e Fortaleza para Lisboa ou Porto, dependendo da rota.

É importante percebermos a necessidade de aprimoramento na infraestrutura dos transportes aéreos para o desenvolvimento dos turismos doméstico e internacional. Veja bem, o Brasil é um país com dimensões continentais que adotou o transporte rodoviário como o principal modo de transporte de pessoas e cargas. Com tantas rodovias em péssimo estado de conservação e com distâncias representativas entre origens e destinos, o transporte aéreo deve ser mais uma opção a fim de melhorar a acessibilidade dos turistas.

Ainda sobre o ponto de vista turístico, o turista estrangeiro que visita o Brasil dificilmente permanece durante toda a sua estada em uma só cidade. Ele se desloca entre os destinos e precisa ter à sua disposição um transporte aéreo de qualidade para que sua viagem seja formada por momentos inesquecíveis e, por que não, repletos de hospitalidade?

A responsabilidade por garantir serviços aéreos de qualidade não é somente dos aeroportos, mas também das empresas aéreas. Por isso vamos conhecer a partir de agora um pouco sobre o mercado das companhias aéreas no Brasil.

## **Aviação comercial no Brasil**

### **Algumas considerações históricas...**

Uma das empresas pioneiras da aviação comercial no Brasil foi a Panair do Brasil. Nasceu como subsidiária de uma empresa norte-americana, a NYRBA, em 1929, mas teve seu nome modificado de Nyrba do Brasil para Panair do Brasil quando foi incorporada pela Pan Am, dos Estados Unidos, em 1930.

A companhia foi uma das pioneiras na rota Brasil – Europa e era reconhecida pela busca constante do avanço e da tecnologia. Oferecia sempre o que houvesse de melhor aos passageiros e isso envolvia talheres de prata, copos de cristal, dentre outros, mostrando que a qualidade dos serviços era imprescindível e impecável. A Panair ficou tão famosa pela sua qualidade que seu estilo era conhecido como o “Padrão Panair” de voar.

A experiência de voar com a Panair era tão glamorosa que era tida como um acontecimento social. Para se ter uma ideia, a lista de passageiros era publicada nos jornais para que todos soubessem quem estava viajando pela Panair.

Em 1964, com o governo militar assumindo o poder no Brasil, a relação entre a Panair do Brasil e a Pan Am era tida como uma verdadeira ameaça à soberania nacional. Assim, em 10 de fevereiro de 1965 o presidente da Panair recebeu um telegrama do governo informando que o certificado de operação da em-

presa havia sido cassado. Apenas cinco dias depois o governo decretou oficialmente a falência da companhia e se apropriou do patrimônio da empresa.

Hoje, pensa-se que o fechamento da Panair já havia sido planejado pelos militares, caso contrário não seria possível que no mesmo dia a Varig conseguisse assumir e operar todas as rotas internacionais da companhia. Os relatos informam que naquela noite de 10 de fevereiro, nenhum passageiro da Panair deixou de embarcar já que as aeronaves da Varig cumpriram os seus voos.



O documentário *Panair do Brasil: uma história de glamour e conspiração* traz toda a história dessa companhia aérea que era o símbolo da aviação brasileira. Você poderá assistir ao trailer aqui: [http://www.youtube.com/watch?v=1XzCz72ij\\_c](http://www.youtube.com/watch?v=1XzCz72ij_c)



Fonte: [http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Constellation\\_L-049.jpg](http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Constellation_L-049.jpg)

Sinopse: resgata a história da empresa pioneira na aviação comercial brasileira, símbolo de modernidade e eficiência. A empresa viveu o seu auge na era JK (1956-1961). Ao tomar o poder, o regime militar perseguiu a Panair e seus dirigentes, o que resultou na cassação de suas linhas aéreas em 1968. O documentário mostra como a empresa vive ainda hoje no coração e na esperança da chamada “Família Panair”, composta por antigos funcionários e seus descendentes, que sonham com a volta de seus aviões aos céus brasileiros.

Com o fechamento da Panair do Brasil foi a vez de outra estrela brilhar nos céus do Brasil e do exterior: a Varig. Fundada em 1927, a Viação Aérea Riograndense representou durante praticamente toda a sua existência o requinte das viagens de avião.



**Figura 22.2:** Boeing 767-200 da Varig em 1992.

Fonte: <http://www.flickr.com/photos/33465428@N02/5309268631/>.

Por muito tempo a Varig operou somente dentro do estado do Rio Grande do Sul, enquanto as outras concorrentes já se aventuravam por outras regiões do Brasil. Em 1942 a empresa inaugurou seu primeiro voo internacional, para Montevideú, porém sua primeira operação para outro estado brasileiro só aconteceu em 1946. A partir de 1965, quando recebeu as rotas operadas pela Panair do Brasil, até o final da década de 1980 a Varig se beneficiou de uma série de privilégios, como o monopólio dos voos para o exterior.

Em meados de 2001, a Varig era a maior empresa de transporte aéreo da América Latina (PALHARES, 2002), com uma média diária de 435 decolagens diárias com voos para 18 países de 4 continentes e 36 cidades brasileiras. Entretanto, a Varig já vinha em um processo de recessão havia algum tempo, desde

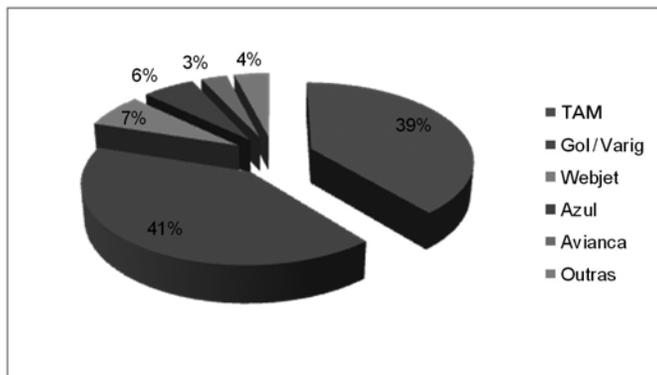
1990 quando o então presidente Fernando Collor de Mello abriu o mercado da aviação nas rotas internacionais. A empresa passou a concorrer em diversas rotas com a Vasp e a Transbrasil.

A história, infelizmente, não teve um final feliz para a Varig. Após uma série de problemas acontecendo com o passar dos anos, a empresa foi comprada em 2007 pela Gol Linhas Aéreas, formando então o grupo Gol/Varig. Grande parte dos funcionários foi demitida, o que causou revoltas e manifestações por parte daqueles que não admitiam o fim de uma companhia que durante muitos anos foi a principal empresa área do Brasil. Suas aeronaves foram incorporadas à frota da Gol e até hoje ainda se vê algumas delas com a pintura da Varig, porém a tendência é a extinção por completo das memórias da empresa.

### A concorrência do mercado atual

Atualmente, podemos dizer que o mercado de aviação comercial no Brasil está dominado por um **duopólio** formado pelas empresas Gol/Varig e TAM Linhas Aéreas.

**Duopólio**  
Acontece quando duas empresas lideram o mercado.



**Gráfico 22.3:** Participação das companhias aéreas no transporte de passageiros. Tráfego doméstico – 2010.

Fonte: Infraero, 2011.

Como vemos no **Gráfico 22.3**, o mercado está concentrado entre o grupo Gol/Varig e a TAM. As demais empresas ainda não conseguiram uma grande representatividade no cenário atual, porém vale ressaltar que com a tendência de crescimento do mercado acredita-se que possa haver alguma mudança nestes números no futuro.

### **Gol Linhas Aéreas**

A Gol Linhas Aéreas foi criada em 2001 com o conceito, já explicado em outras aulas, de uma empresa aérea “*low cost, low fare*” (baixo custo, baixa tarifa). Foi a primeira no Brasil a implementar um serviço de bordo bastante reduzido composto basicamente por barras de cereal, biscoitos, amendoins e bebidas, seguindo a tendência das empresas deste modelo no exterior.

Vale ressaltar que a estratégia utilizada pela Gol para a entrada no mercado brasileiro com a prática de tarifas baixíssimas não é mais praticada. Seus preços hoje em dia são comparáveis aos cobrados pelas demais empresas. O serviço de bordo continua reduzido, porém em algumas rotas mais distantes a empresa passou a servir sanduíches que são vendidos a bordo.

Atualmente, a Gol possui uma frota operacional formada por 114 aeronaves com cerca de 900 decolagens diárias durante a semana para 63 destinos (51 nacionais e 12 internacionais) (GOL LINHAS AÉREAS, 2011). Suas aeronaves Boeings 737-300, 737-700 e 737-800 são consideradas como parte de uma das frotas mais novas do Brasil por conta da recém-criação da empresa.

A Gol foi a grande responsável pela popularização do transporte aéreo no Brasil, o que foi extremamente positivo para o turismo. Milhares de pessoas puderam voar pela primeira vez com a Gol, por conta das tarifas praticadas no início das suas operações e das promoções surpreendentes que até hoje continuam acontecendo.

Com a compra da Varig, a Gol herdou o programa de milhagem *Smiles* que chegou a ser o maior da América Latina, posição conquistada pelo fato de a Varig ter sido uma grande companhia antes da sua crise financeira.

### **TAM Linhas Aéreas**

A principal concorrente da Gol foi criada no início da década de 1960 em Marília, no interior de São Paulo. A TAM (Taxi Aéreo Marília) nesta época fazia o transporte de passageiros e cargas entre o Paraná e os estados de São Paulo e Mato Grosso. O ano de 1976 foi muito importante para a empresa, pois com o comandante Rolim Amaro assumindo a sua presidência surge a TAM – Transportes Aéreos Regionais, que deu origem à conhecida TAM Linhas Aéreas de hoje.

Desde então a TAM passou por vários momentos de crescimento e ampliação da sua malha e frota, o que permitiu que atualmente ela estivesse presente em todas as regiões do país. Seu programa de milhagens, o TAM Fidelidade, foi criado em 1993 com o pioneirismo de não prever limitações de assentos para as passagens gratuitas. Recentemente o TAM Fidelidade se tornou o chamado Multiplus Fidelidade: um programa ainda administrado pela TAM que reúne empresas de diversos setores nas quais o cliente pode acumular ou resgatar pontos, o que foi mais uma ação de destaque para a TAM.

A TAM é a principal empresa aérea brasileira operando voos para o exterior. Suas rotas incluem destinos na América do Sul, América do Norte e Europa, totalizando 18 destinos internacionais. Além disso, a empresa mantém acordos de compartilhamento de assentos em voos com companhias internacionais, possibilitando ao passageiro TAM chegar ainda mais longe. Com a sua entrada na Star Alliance, estas possibilidades foram ainda mais ampliadas (TAM LINHAS AÉREAS, 2011).

Sua frota de 151 aeronaves é composta pelos seguintes modelos: 04 Boeings 777-300ER, 02 Airbus A340-500; 18 Airbus A330-200, 03 Boeings 767-300, 07 Airbus A321, 86 Airbus A320, 26 Airbus A319 e 05 ATR.



**Figura 22.3:** Boeing 777-300ER da TAM Linhas Aéreas usado nas rotas diárias a Frankfurt, Londres e Santiago.

Fonte: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:P1300948\\_PT-MUC\\_at\\_FRA\\_JJ8070\\_JJ8071\\_GRU-FRA-GRU.JPG](http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:P1300948_PT-MUC_at_FRA_JJ8070_JJ8071_GRU-FRA-GRU.JPG).

A concorrência com a Gol fez com que a TAM fizesse algumas modificações em seu perfil. A empresa que até então era conhecida pelo requinte em seus voos se viu obrigada a praticar tarifas mais baratas e, para isso, deixar de servir em muitas rotas o seu tradicional serviço de bordo adotando também as barras de cereal e os amendoins, sem deixar de estender o tapete vermelho para seus passageiros. Para as rotas mais longas passaram a servir sanduíches e as refeições são exclusividades dos voos internacionais, sobretudo para Estados Unidos e Europa.

### **Azul Linhas Aéreas Brasileiras**

É importante darmos atenção especial à Azul Linhas Aéreas Brasileiras. Fundada em 2008, a empresa já é responsável por 6% do mercado conectando 33 destinos com 230 voos diários, com

grandes promessas de crescimento. O responsável pela criação da empresa foi o americano naturalizado brasileiro David Neeleman, dono também da americana Jet Blue, um dos exemplos em empresas aéreas baixo custo, baixa tarifa.

A primeira iniciativa a fim de se mostrar ao público brasileiro como uma empresa diferenciada e com uma nova visão do mercado foi a realização de um concurso para a escolha do nome da companhia. O processo aconteceu todo pela internet onde qualquer pessoa poderia sugerir possíveis nomes para a nova empresa aérea do Brasil. O nome escolhido foi Azul Linhas Aéreas Brasileiras e o ganhador recebeu um *voucher* vitalício de voos pela Azul.

Como mais uma forma de se afirmar como uma empresa aérea brasileira, a Azul decidiu trabalhar, a princípio, somente com os modernos jatos da Embraer, todos fabricados aqui mesmo no país. Após muita negociação com a Anac – Agência Nacional de Aviação Civil –, decidiu-se que a sua base operacional seria o Aeroporto Internacional de Viracopos, em Campinas, interior de São Paulo.

O voo inaugural aconteceu em 11 de dezembro de 2008, e já em março de 2009 a Azul apresentou uma nova proposta de ponte aérea conectando a cidade do Rio de Janeiro (Santos Dumont) a Campinas. Os passageiros que desejem chegar até São Paulo capital podem continuar a viagem em ônibus oferecidos pela própria Azul, sem nenhum custo adicional.



Mario Roberto Duran Ortiz

**Figura 22.4:** Ônibus da Azul Linhas Aéreas.

Fonte: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Azul\\_buses\\_Campinas\\_VCP\\_05\\_2009\\_5856.jpg](http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Azul_buses_Campinas_VCP_05_2009_5856.jpg).

Apesar da adoção do modelo baixo custo/baixa tarifa, o serviço de bordo da Azul é marcado pelo lema: “Pegue o que quiser, o quanto quiser”. Os comissários de bordo passam com uma cesta repleta de produtos como *cookies*, biscoitos *waffer* e batatas, e o passageiro pode se servir à vontade. Antes de iniciar o voo os comissários perguntam ainda quais são os pedidos de bebidas dos passageiros para, em momento algum, precisarem passar com os enfiadinhos carrinhos pelos corredores da aeronave. Assim, quando o serviço de bordo é iniciado, a equipe já sabe o que servir para cada passageiro, o que gera um sentimento de personalização do serviço.

Sua frota atual é formada por 31 aeronaves, sendo 10 Embraer 190, 18 Embraer 195 e 03 ATR 72-200. As aeronaves ATR, com menor capacidade que as da Embraer, foram adquiridas recentemente a fim de atender trechos regionais, no interior dos estados.



Mario Roberto Duran Ortiz

**Figura 22.5:** Embraer 195 da Azul Linhas Aéreas no Aeroporto de Viracopos, em Campinas.

Fonte: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Azul\\_Embraer\\_195\\_10\\_2009\\_VCP\\_7704.JPG](http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Azul_Embraer_195_10_2009_VCP_7704.JPG).

O mercado brasileiro de aviação comercial vem crescendo muito nos últimos anos. Tendo em vista não somente o acontecimento dos megaeventos no Brasil em 2014 e 2016, mas também o amadurecimento econômico do país, percebemos que este é ainda um mercado que promete grandes expansões. O que percebemos é uma necessidade urgente de preparação da infraestrutura para atender a este crescimento.



## Atividade Final

---

### Atende aos Objetivos 1, 2 e 3

#### **Galeão está preparado para Copa e as Olimpíadas, diz secretário**

*O Aeroporto Internacional do Galeão pode suprir uma parte da demanda dos passageiros de São Paulo, disse o subsecretário de Transportes do Rio, Delmo Pinho.*



---

---

---

### **Resposta Comentada**

*O transporte aéreo é fundamental para o desenvolvimento de mega-eventos como os que receberemos no Brasil nos próximos anos: Copa do Mundo de 2014 e Jogos Olímpicos e Paraolímpicos em 2016. Primeiramente, para gerar acessibilidade de turistas e esportistas estrangeiros para chegarem até o Brasil, haja vista que estes são eventos que atraem pessoas e profissionais do mundo inteiro. Uma vez no Brasil, é preciso garantir que todos, inclusive os brasileiros, possam se deslocar entre as cidades-sede das competições com segurança, confiança e qualidade. Os aeroportos precisam estar preparados para atender a um número muito maior de passageiros durante os jogos do que estão acostumados. Esta preparação envolve não somente a presença da infraestrutura física, mas também a qualidade dos serviços oferecidos. Vale ressaltar que as empresas aéreas também são fundamentais nestas ocasiões, uma vez que essas terão contato ainda mais intenso com os passageiros. Elas deverão preparar-se em termos de organização da sua frota, rotas e pessoal para atender a demanda.*

### **Resumo**

O mercado de aviação comercial brasileiro encontra-se em pleno desenvolvimento e crescimento. A Anac (Agência Nacional de Aviação Civil) é a responsável por fiscalizar e contribuir para a excelência dos serviços aéreos no Brasil. A criação deste órgão foi um passo importante para a desmilitarização dos transportes aéreos no país. Já a Infraero foi criada com o intuito de ser uma empresa pública para administrar e operar nossos aeroportos. Muito se discute sobre esta centralização da gestão aeroportuária no comando da Infraero, uma vez que esta inibe a concorrência entre os terminais e os investimentos ficam a mercê das vontades políticas. Os aeroportos mais movimentados do Brasil estão localizados na região Sudeste, sobretudo nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo, o que demonstra uma centralização da malha aérea brasileira nessa região. Tal fato também gera vários problemas para

passageiros das demais regiões. O mercado de empresas aéreas no Brasil já teve grandes representantes como a Panair do Brasil e a Varig, que foram à falência. Atualmente, este cenário é dominado pelo grupo Gol/Varig e pela TAM Linhas Aéreas.

## **Informação sobre a próxima aula**

Na próxima aula, conheceremos as oportunidades para o profissional do turismo no mercado de transportes.



# 23

## **Tendências mercadológicas dos transportes em interface com o turismo**

*Rafael Teixeira de Castro*

### **Meta da aula**

Apresentar as tendências mercadológicas dos transportes em interface com o turismo.

### **Objetivos**

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1** avaliar os benefícios da segmentação de mercado para as empresas de transportes em interface com o turismo;
- 2** analisar a importância do surgimento das novas mídias sociais para o desenvolvimento das empresas de transportes que atuam direta e indiretamente com o turismo;
- 3** reconhecer a concorrência entre as empresas e os modos de transportes como essenciais para a diminuição das tarifas e desenvolvimento turístico.

Em todas as outras aulas do nosso curso, você pôde perceber a importância de cada modo de transporte para o desenvolvimento da atividade turística. Vimos que sem transportes é impossível que as pessoas consigam se deslocar dos seus locais de origem até o destino onde pretendem realizar atividades de turismo.

O mercado de transportes vem passando por sérias mudanças com o passar dos tempos. Muitas delas já foram apresentadas a você nas outras aulas, entretanto acreditamos que seja importante pensarmos nesta aula exclusivamente sobre as tendências deste mercado em transformação.

Vale ressaltar que nem todas as tendências serão tratadas neste momento, uma vez que este assunto seria base para um trabalho bem mais extenso. Porém, os assuntos principais e de maior impacto no setor de turismo serão tratados a seguir.

## **Fusões e aquisições entre empresas de transportes**

Segundo a revista *Veja* (2010), a fusão é uma operação societária envolvendo duas ou mais empresas que juntam seus patrimônios para formar uma nova sociedade comercial. Assim, elas passam a não mais existir individualmente. Já na aquisição, o patrimônio total de uma empresa de menor porte passa a ser controlado total ou parcialmente por uma de maior porte.

Os processos de fusões e aquisições constituem uma das atividades de destaque que têm reconfigurado e transformado a dinâmica das relações empresariais nas últimas duas décadas, quando então as denominadas quarta (anos 1980) e quinta (anos 1990) onda de fusões e aquisições resultaram na intensificação da união ou combinação entre empresas – que ganharam dimensões verdadeiramente globais (CAMARGOS; MINADEO, 2007).



#### **Quarta e quinta ondas de fusões e aquisições**

A quarta onda de fusões e aquisições aconteceu durante a década de 1980 e apresentou maiores aquisições hostis, que até esse período não eram comuns. O baixo preço das ações, causado pela quebra da bolsa de Nova York em 1987, possibilitou a compra de empresas norte-americanas por estrangeiras, o que não havia acontecido em grande volume até então. Já na quinta onda, a principal motivação para fusões e aquisições é o alcance de sinergias operacionais: economias de escala e escopo em aquisições horizontais (dentro de um mesmo setor).

Camargos e Minadeo (2007) afirmam que:

O cenário atual de negócios internacionais é, dessa forma, caracterizado por uma dinâmica crescente de adaptação a novas tecnologias e mercados, desencadeada pelo acirramento da concorrência, crescente integração econômica e financeira, e principalmente uma necessidade de obtenção de diferenciais e recursos que garantam a competitividade e a sustentabilidade empresarial. Essa dinâmica tem levado a uma reestruturação societária, patrimonial, produtiva e concorrencial de vários segmentos econômicos, por meio de associações e processos de fusões e aquisições.

No mercado de transportes, a lógica não é muito diferente. O que se percebe é que diversas empresas têm passado por processos de fusões e aquisições. Percebemos mais usualmente estes acontecimentos entre as empresas aéreas. Recentemente, em 2011, a British Airways, da Inglaterra, se fundiu com a Iberia, da Espanha. Juntas, o grupo se consolidou como a terceira maior empresa aérea europeia. Este tipo de fusão não resulta em consequências práticas para os passageiros. Ambas as companhias continuam voando com suas próprias aeronaves e rotas já existentes. Um dos grandes objetivos da fusão é permitir que as empresas se recuperem financeiramente com o passar dos anos.



**Figura 23.1:** Símbolo da fusão entre a Iberia e a British Airways.

Fonte: [http://en.wikipedia.org/wiki/File:British\\_Airways\\_Iberia\\_aircraft\\_tails\\_BA\\_IB.jpg](http://en.wikipedia.org/wiki/File:British_Airways_Iberia_aircraft_tails_BA_IB.jpg).

Mas as fusões e aquisições não acontecem somente entre as empresas aéreas. O modo rodoviário também passa por este tipo de estratégia e tendência mercadológica. Aqui no Brasil, podemos citar o Grupo JCA. A Auto Viação 1001 foi comprada por Jelson da Costa Antunes em 1968, que passou a incorporar outras empresas deste novo dono tais como Auto Viação São José, Expresso Itaboraí, dentre outras.

Em 1991, Jelson resolveu reestruturar a sua empresa e criou o Grupo JCA, a fim de facilitar e centralizar a gestão dos seus negócios. Atualmente fazem parte do grupo as empresas: Auto Viação 1001, Rápido Ribeirão Preto, Auto Viação Catarinense, Rápido Macaense, Viação Cometa (adquirida pelo grupo em 2001) e até mesmo a Barcas S/A, empresa responsável pela travessia da baía de Guanabara entre as cidades do Rio de Janeiro e Niterói.

## **Customização dos serviços de transportes**

O marketing tem se mostrado muito importante para as empresas de transportes, sobretudo para se diferenciar em meio à concorrência. Segundo a American Marketing Association (2005), o marketing pode ser entendido como uma função organizacional e um conjunto de processos envolvendo a criação, a comunicação e a entrega de valor aos clientes, bem como a administração

do relacionamento entre eles, de modo a beneficiar a organização e o seu público interessado.

Muitas das tendências apresentadas nesta aula estão relacionadas às ações de marketing, ou seja, estratégias definidas pelas empresas como uma série de objetivos: melhorar a comunicação com o cliente, agregar valor ao serviço entregue ao cliente, dentre outros. A customização dos serviços faz parte destes processos.

A globalização e a facilidade do fluxo de informações cada vez mais acelerado colaboraram, em parte, para que os clientes ficassem muito exigentes em termos de prestação de serviços. Com o turismo, essa realidade não é muito diferente. Imagine que estamos lidando com pessoas que possuem motivações diversas e que, muitas vezes, estão realizando a viagem dos seus sonhos. As empresas de transporte, como parte do sistema de turismo, têm por obrigação superar a expectativa dos turistas em relação ao serviço prestado.

Uma das estratégias de encantamento do cliente que vem sendo utilizadas pelas empresas de transporte (e aí se incluem todos os modos) é a customização dos serviços. Você deve estar se perguntando o que seria essa customização. Customizar o serviço significa tratar o cliente como único, adaptando os serviços à demanda exata do cliente. Isto quer dizer que a base do serviço prestado é a mesma para todos os clientes, porém há a possibilidade de adicionar características especiais a fim de atender à necessidade específica de cada consumidor.

## **Segmentação de mercado**

A segmentação de mercado foi apresentada em diversas aulas do curso como uma estratégia fundamental para o desenvolvimento das empresas de transporte. Ao segmentar o produto ou serviço, as organizações conseguem atingir diversas demandas apenas com uma variação na sua oferta.

Primeiramente, são realizados muitos estudos a fim de conhecer os mais diversos públicos e agrupá-los em categorias que unam pessoas que possuam alguma similaridade. Como você viu também em algumas aulas, a segmentação pode ser feita em relação a diversos aspectos tais como o potencial econômico de cada um, dentre muitos outros.

Um bom exemplo está nas companhias aéreas. No setor de transportes, elas foram as pioneiras a utilizarem a estratégia da segmentação de mercado. Elas perceberam que a demanda que utilizava seus serviços não era totalmente igual, que existiam grupos com diferentes motivações e realidades. Assim, passaram a oferecer dentro de uma mesma aeronave classes diferenciadas de voo: econômica, executiva e primeira classe.

A classe econômica é voltada para os clientes que não estão tão preocupados com o conforto ou simplesmente não podem pagar por um serviço mais confortável. As poltronas não possuem um alto grau de reclinagem nem um grande espaço entre as fileiras. O serviço de bordo também é mais simples, bem como as opções de entretenimento.



Lasif

**Figura 23.2:** Classe econômica.

Fonte: <http://commons.wikimedia.org/wiki/File:777-06.jpg>

Na classe executiva, o passageiro encontra uma poltrona bem mais confortável, com uma reclinção quase total, muito mais espaço entre as fileiras e assentos também muito mais largos do que os da classe econômica. As opções de serviço de bordo são mais bem elaboradas, e o passageiro conta com comissários de bordo exclusivos para atendê-los. Esta classe é destinada aos clientes que podem pagar por um serviço mais confortável e que atribuem grande importância a este quesito.



**Figura 23.3:** Classe executiva.

Fonte: [http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Business\\_Class\\_seats\\_on\\_the\\_A330-300.jpg](http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Business_Class_seats_on_the_A330-300.jpg).

Muitas aeronaves não possuem a primeira classe, mas estas são caracterizadas por um alto requinte na prestação dos serviços e algumas empresas estão ainda muito preocupadas com a privacidade dos passageiros. Na Emirates Airlines, por exemplo, os assentos da primeira classe são chamados de suítes. Cada passageiro tem a liberdade de fechar a porta da sua suíte e solicitar não ser incomodado durante a viagem. Estes passageiros, que estão dispostos a pagar muito caro por uma passagem, são extremamente exigentes e possuem à sua disposição uma série de mordomias a bordo.



**Figura 23.4:** Suíte da primeira classe da Emirates Airlines.

Fonte:[http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Emirates\\_Boeing\\_777-200LR\\_First\\_Class\\_Suite.jpg?uselang=pt-br](http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Emirates_Boeing_777-200LR_First_Class_Suite.jpg?uselang=pt-br).

A segmentação também foi bastante abordada nas aulas dos outros modos de transportes. No rodoviário, vimos que o surgimento do ônibus *Double Deck* foi uma ótima saída para as empresas que puderam passar a oferecer duas classes diferentes de serviços em um mesmo veículo. Atualmente, isto já vem sendo praticado até mesmo em carros que possuem somente um andar no qual as classes são ligeiramente separadas dentro do veículo. A empresa de ônibus Útil possui o serviço chamado “mix”: veículo dotado de duas classes de serviço, com seis poltronas do tipo cama na parte dianteira e 24 com padrão executivo na parte traseira ou ainda 12 poltronas semileito na frente e 24 convencionais na parte de trás. O sanitário fica na parte central do veículo, sendo de fácil acesso para os passageiros de ambas as classes (ÚTIL, 2011).



agentes. A internet possibilitou que os clientes tenham acesso direto às empresas de transportes e turismo, facilitando a troca de informações.



Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/1105360>

Atualmente, as reservas podem ser feitas diretamente com as empresas fornecedoras dos serviços de transporte, por agentes de viagens, operadoras de turismo ou ainda por meio de sites especializados. Estes sites começaram a surgir nos anos 2000 e atualmente são excelentes canais de vendas para as empresas. O *Expedia*, por exemplo, apesar de estar baseado nos Estados Unidos, possui páginas exclusivas para outros vinte países. Estas agências virtuais utilizam sistemas globais de distribuição para ter acesso ao banco de dados das empresas.

Em termos de relacionamento com o cliente, não podemos deixar de tratar do surgimento das redes sociais. As redes mais conhecidas nasceram com o propósito de que o usuário pudesse ampliar ou manter sua rede de amigos em qualquer lugar do

mundo. Esse é o uso mais comum das mídias sociais, aproximação, e, claro, para suprir a curiosidade de saber o que o outro está fazendo. Entretanto, atualmente elas são fortes canais de interatividade com o cliente e de divulgação das empresas, que logo identificaram o poder de vendas que estas ferramentas trariam. As redes sociais são visitadas diariamente por milhões de pessoas, por isso são locais ideais para fazer com que as empresas sejam vistas.



**Figura 23.5:** Redes sociais ampliam a rede de amigos e aproximam clientes e empresas também.

Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/1237611>

Dentre as redes sociais existentes, as mais utilizadas pelas empresas de transportes são o Facebook e o Twitter. Alguns exemplos de atuação nas redes sociais:

**Tabela 23.1:** Endereços de empresas aéreas nas redes sociais

<b>Empresa</b>	<b>Modo de transporte</b>	<b>Facebook / Twitter</b>
American Airlines	Aéreo	@AmericanAir (Twitter)
Avianca Brasil	Aéreo	@AviancaBrasil (Twitter)

Auto Viação 1001	Rodoviário	@Viacao1001 (Twitter)
MSC Cruzeiros Brasil	Hidroviário	@MSCCruzeiros (Twitter)
Azul Linhas Aéreas	Aéreo	<a href="http://www.facebook.com/AzulLinhasAereas">http://www.facebook.com/AzulLinhasAereas</a>
Eurostar	Ferrovário	<a href="http://www.facebook.com/eurostar">http://www.facebook.com/eurostar</a>
Greyhound Bus Lines	Rodoviário	<a href="http://www.facebook.com/GreyhoundBus">http://www.facebook.com/GreyhoundBus</a>

Fonte: Facebook, 2011; Twitter, 2011.

Estes são somente alguns exemplos de empresas de transportes que estão presentes nas redes sociais. Existem muitas outras disponíveis na internet. Interessante ressaltar que o contato direto do cliente com as empresas, principalmente pelo *Twitter*, passa uma sensação de proximidade, atenção e cuidado. As empresas possuem funcionários exclusivos para responder às reclamações, elogios e sugestões dos clientes por meio das redes sociais. Isto é importante já que o cliente está sempre esperando uma resposta por parte da empresa, o que geralmente acontece quando as redes sociais são utilizadas.

A propaganda gerada pelas redes sociais é bastante eficaz visto que um número cada vez maior de usuários utiliza este tipo de serviço. As redes sociais chegam a ser mais eficazes quando o quesito é publicidade do que os próprios sites das empresas. As redes ajudam a construir imagens positivas dos estabelecimentos e sustentam muitos empreendimentos. Há ainda a possibilidade de se agregar comunidades de mesmo interesse. Essas comunidades são amplamente visitadas e nelas há a oportunidade de interagir com os usuários, futuros clientes, clientes já conquistados ou até mesmo demais empresas da mesma categoria.



Filme: *A rede social*

Em uma noite de outono em 2003, o graduado em Harvard e gênio em programação de computadores Mark Zuckerberg se senta em seu computador e acaloradamente começa a trabalhar em uma nova ideia. No furor dos blogs e programação, o que começa em seu quarto logo se torna uma rede social global e uma revolução na comunicação. Em apenas seis anos e 500 milhões de amigos mais tarde, Mark Zuckerberg é o mais jovem bilionário da história. Mas para este empresário, o sucesso traz complicações pessoais e legais. Do diretor David Fincher e do roteirista Aaron Sorkin, *A rede social* é um filme que prova que não é possível chegar a 500 milhões de amigos sem fazer alguns inimigos.

Podemos dizer que a atuação das empresas nas redes sociais só tende a aumentar. Pessoas do mundo inteiro estão 24 horas conectadas ao Facebook e ao Twitter, gerando uma série de oportunidades de negócios. Não seria muito mais fácil se os clientes pudessem realizar reservas diretamente pelos sites das redes sociais? Esta pode ser uma das tendências de um futuro não muito distante das empresas de transportes.

Não podemos deixar de tratar ainda da revolução trazida pelos *smartphones* que são aqueles telefones celulares com funcionalidades altamente avançadas estendidas por meio de aplicativos que são executados em seu sistema operacional. Hoje em dia, os *smartphones* são fabricados por diversos fabricantes de telefonia celular, tais como Motorola, Nokia, Samsung, Apple e outros.

É possível encontrar uma infinidade de aplicativos que podem ser instalados nos *smartphones* com a temática do turismo e transportes. Estes programas têm facilitado muito a vida dos turistas durante suas viagens pela oferta de mapas dos sistemas de transportes dos destinos, informações turísticas gerais, dentre muitas outras funcionalidades. O que chama ainda mais atenção é a existência de aplicativos nos quais os clientes podem efetuar reservas de serviços de transportes. Pela tela do celular, o usuá-

rio consegue reservar, pagar e receber em seguida a confirmação da sua reserva de bilhetes aéreos, ferroviários e também para outros modos de transporte. Não seria essa uma grande tendência de modernização dos sistemas de reservas das empresas de transportes e turismo?



Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/1097293>

## **Atividade**

---

### **Atende ao Objetivo 2**

2. Um dos grandes desafios das organizações na contemporaneidade é estabelecer canais de comunicação eficientes com seus clientes. Com os avanços tecnológicos, a formação de rede é sinônimo de poder. Ao ser entrevistado para uma oportunidade de emprego, você foi questionado sobre o seguinte: “De que forma o uso das redes sociais tem revolucionado o relacionamento entre clientes e as empresas de transportes?”

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### **Resposta Comentada**

*Buscando responder de forma precisa ao entrevistador, um argumento é que as redes sociais que surgiram somente para que as pessoas pudessem manter contato com seus amigos ou fazer novas amizades acabaram revolucionando os meios de comunicação. Aproveitando-se da popularidade desses espaços virtuais, as empresas logo identificaram o potencial destas ferramentas. Hoje em dia, as empresas de transportes estão acessíveis ao cliente durante 24 horas por meio das redes sociais. Nestes espaços, as empresas têm a oportunidade de estreitar o relacionamento com os clientes, divulgando suas ações de publicidade, tirando dúvidas, colhendo sugestões e reclamações, dentre outros. Uma próxima revolução seria a venda direta por meio das redes sociais.*

## **Revolução dos preços e serviços de transportes**

Outro fato que vem acontecendo entre as empresas prestadoras de serviços de transportes é uma verdadeira revolução em suas tarifas. No setor aéreo, o surgimento das empresas que adotam o modelo baixo custo/baixa tarifa foi o principal causador deste movimento.

Graças a esta diminuição nas tarifas, o transporte aéreo tem se tornado cada vez mais popular. No Brasil, podemos citar o exemplo da Gol Linhas Aéreas: milhares de brasileiros tiveram a oportunidade de realizar sua primeira viagem de avião quando ela entrou no mercado, oferecendo tarifas bastante acessíveis, que concorriam inclusive com o modo rodoviário.

Em outros lugares do mundo, estas empresas não são mais nenhuma novidade. Na Europa, a Ryanair e a EasyJet são excelentes exemplos. Veja alguns exemplos de tarifas cobradas pela Ryanair em 2011:

**Tabela 23.2:** Exemplos de tarifas da Ryanair em 2011

Origem	Destino	Tempo de voo	Tarifa média
Dublin – Irlanda	Edimburgo – Escócia	1h10min	9,99 euros
Roma – Itália	Paris – França	2h	27,99 euros
Londres – Reino Unido	Dublin – Irlanda	1h10min	9,99 libras
Barcelona – Espanha	Bruxelas – Bélgica	2h10min	20,99 euros
Berlim – Alemanha	Oslo – Noruega	2h20min	8,00 euros

Fonte: Ryanair, 2011.

Atente para as taxas de conversão para o real brasileiro em 22/5/2011 (BCB, 2011):

1 euro = R\$ 2,29

1 libra = R\$ 2,63

Os outros modos de transporte também passam por momentos de reflexão sobre as tarifas cobradas pelos seus serviços. O transporte rodoviário em ônibus passou a ter os aviões como concorrentes em determinados trechos, uma vez que estes estavam cobrando tarifas muito mais baixas do que o normal. É o caso do trecho Rio–São Paulo, por exemplo. Com constantes promoções das companhias aéreas, as empresas de ônibus se viram na obrigação de oferecer diferenciais ao cliente, seja oferecendo classes diferenciadas de serviços ou tarifas promocionais. A Auto Viação 1001, uma das empresas rodoviárias operadoras deste trecho, constantemente oferece promoções aos clientes. No mês do dia das mães, por exemplo, a empresa parcelou as passagens em até seis vezes sem juros no cartão de crédito, facilitando o pagamento para muitos clientes.

Dentre as empresas operadoras de cruzeiros, as tarifas também foram afetadas. Antigamente, as viagens de cruzeiros eram grandes símbolos de requinte e luxo, sendo possível somente para pessoas que tivessem excelentes condições financeiras. Esta realidade vem mudando com o passar do tempo. Hoje, os cruzeiros estão muito mais acessíveis a todas as classes, uma vez que as tarifas caíram absurdamente e as condições de pagamento também estão mais facilitadas. Há ainda o surgimento de empresas voltadas para atender a um público que deseja ter a experiência de uma viagem em alto-mar, porém não faz tanta questão de muito luxo ou simplesmente não pode pagar para tê-lo. É o caso da Ibero Cruzeiros, uma operadora de navios espanhola que há alguns anos vem operando na costa brasileira com tarifas bastante atrativas.

Sabemos que o transporte ferroviário de passageiros não é expressivo no Brasil, como vimos nas aulas relativas a este modo. Entretanto, em países europeus, os trens são imprescindíveis no deslocamento das pessoas dentro dos seus países e até mesmo entre países. Com a tecnologia dos trens de alta velocidade (chamados também de TGV ou trens-bala), o modo ferroviário passou a concorrer com o aéreo, já que o tempo de viagem diminuiu consideravelmente. Se considerarmos que os trens saem e chegam, de uma maneira geral, de áreas bastante centrais das cidades e que os aeroportos costumam estar bastante afastados, o modo ferroviário muitas vezes acaba sendo a opção preferencial dos passageiros. Vamos fazer uma comparação de tarifas e tempo de viagem? Preste atenção na tabela a seguir:

**Tabela 23.3:** Comparativo de uma viagem de Paris a Londres pelos modos ferroviário e aéreo

<b>Modo ferroviário</b>				
<b>Origem</b>	<b>Destino</b>	<b>Tempo</b>	<b>Tarifa média</b>	<b>Empresa</b>
Paris – Gare du Nord	Londres – St. Pancras	2h21min	82,00 euros	EuroStar
<b>Modo aéreo</b>				
<b>Origem</b>	<b>Destino</b>	<b>Tempo</b>	<b>Tarifa média</b>	<b>Empresa</b>
Paris – Orly	Londres – Heathrow	1h10min	59,00 euros	British Airways

Fonte: Eurostar, 2011 e Kayak, 2011.

Aparentemente, o modo aéreo parece a melhor opção: uma tarifa mais barata e o tempo de viagem pela metade. Entretanto, se analisarmos com mais paciência, veremos que talvez compense pagar um pouco mais pela viagem de trem. A estação internacional de trem de Paris, a Gare du Nord, está localizada numa região bastante central da cidade, sendo facilmente acessada pelo metrô ou ônibus. Já o Aeroporto de Paris – Orly – encontra-se bastante distante do centro da cidade, demandando um tempo bem maior para chegar até ele, seja por ônibus ou até mesmo pelo metrô. Em uma rápida pesquisa no Google, descobrimos que um turista que esteja hospedado em uma área bastante central de Paris, próximo à estação de metrô Châtelet, por exemplo, gastaria aproximadamente 50 minutos de metrô até o Aeroporto de Orly. Enquanto isso, um turista que fosse embarcar na Gare du Nord gastaria em média 7 minutos.

Temos ainda que considerar o fato de que para viagens aéreas internacionais é necessário que o passageiro chegue ao aeroporto com, no mínimo, duas horas de antecedência. Já nas viagens de trem, o passageiro pode chegar com até 1 hora de antecedência e conseguirá embarcar, sem problemas.

Ao chegar a Londres de avião, o passageiro enfrentará as mesmas dificuldades que encontrou em Paris. O Aeroporto Internacional de Heathrow está localizado em uma região muito distante da cidade e para chegar até a região central levará um bom tempo. Portanto, vemos que nem sempre a opção mais barata é a melhor delas. Muitas vezes, o serviço oferece outras qualidades que chamam a atenção do cliente e acaba sendo a sua preferência.

Vale ressaltar ainda que esta concorrência entre os modos de transporte é essencial para o desenvolvimento turístico dos destinos. O destino turístico atendido por vários modos de transporte oferece ao turista maiores oportunidades de escolha que poderá levar em conta a tarifa, o tempo de viagem, o conforto, enfim, uma série de requisitos. Em relação à tarifa, há de se considerar ainda o desenvolvimento do **turismo de massa** em determinados destinos privilegiados pelas empresas de transportes.

Percebemos, então, nesta aula, que o mercado de transportes está em constante mudança. As empresas, de uma forma geral, têm sempre que se ajustar às revoluções e alterações que o mercado impõe, seja pelo desenvolvimento de novas tecnologias, pelo surgimento de novas formas de comunicação ou outros aspectos. Podemos perceber que as tendências do mercado de transportes estão valorizando cada vez mais a experiência de transportes como uma verdadeira experiência turística. As empresas estão entendendo que cada cliente é único, que este possui suas próprias necessidades e expectativas em relação ao serviço e que, por isso, ele precisa ser conhecido.

### **Turismo de massa**

O turismo de massa acontece quando um número excessivo de pessoas visita o mesmo local.



## **Atividade Final**

### **Atende aos Objetivos 1, 2 e 3**

Você deve saber que em sala de aula os professores são questionados pelos alunos sobre os assuntos mais diversos e devemos estar sempre preparados para respondê-los. Durante uma aula de Transporte para o curso de turismo, um aluno faz a seguinte pergunta: “Quais são as principais tendências do mercado das



transportes, uma vez que atualmente grande parte dos clientes faz reservas diretamente pelo site das empresas ou através de agências de viagens virtuais que pesquisam as tarifas de praticamente todas as companhias aéreas antes de apresentar o resultado ao cliente. As empresas estão se relacionando cada vez mais com os seus clientes e as redes sociais estão impulsionando este processo. Por meio delas, as empresas podem fazer publicidade e entrar em contato direto com os seus clientes. Por fim, tratamos da revolução nos preços das tarifas de todos os modos de transportes, enfatizando a concorrência entre eles e a importância deste fato no desenvolvimento do turismo.

## **Informação sobre a próxima aula**

Na próxima aula, trataremos do mercado de trabalho de transportes em interface com o turismo. Você conhecerá quais são as oportunidades de trabalho neste setor.



# 24

## Transporte em interface com o turismo: oportunidades e desafios do mercado de trabalho

*Carla Conceição Lana Fraga  
Rafael Teixeira de Castro*

### Meta da aula

Apresentar o mercado de trabalho relacionado aos transportes para o profissional de turismo.

### Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1 reconhecer o sentido de empregabilidade no contexto dos transportes turísticos;
- 2 analisar aspectos pedagógicos relativos à carreira docente na atuação com a disciplina de transportes nos cursos de turismo;
- 3 identificar oportunidades e desafios do mercado de trabalho em transportes voltado para o turismo.

## Introdução

Ao pensar sobre transportes em interface com o turismo, na perspectiva do mercado de trabalho, algumas perguntas devem surgir: o que é o mercado de trabalho? O que é empregabilidade? O que é empreendedorismo nesta área de atuação? Atualmente, há uma grande transformação nas estruturas tradicionais de trabalho em todas as áreas, inclusive nos transportes turísticos. O avanço das tecnologias e o encurtamento das distâncias promovidas pelo fenômeno denominado globalização são os responsáveis diretos por essa transformação. O modelo de emprego tradicional com carteira assinada, garantia à aposentadoria, a especificidade do trabalho, o confinamento ao ambiente laboral estão se modificando. Por isso, os gestores de carreiras valorizam o perfil empreendedor independente da função que se realiza. Surge assim a figura do *intraempreendedor*, que, aliado ao empreendedor, são responsáveis pela alavancagem de um determinado negócio.

### **Intraempreendedor**

É aquele empreendedor que está dentro de uma organização.



BSK

Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/931543>



Empreendedorismo é um termo que também tem se modificado ao longo do tempo. Já significou algo como detentores dos meios de produção, já foi associado a brigas e atualmente em nossa sociedade está ligado a um conjunto de comportamentos e não somente à ocupação de cargos (MONTEIRO; SANÁBIO, 2004).

Todo mercado caracteriza-se pela oferta e demanda por bens, serviços, capitais etc. O mercado de trabalho é o espaço no qual profissionais oferecem sua força de trabalho e empregadores (públicos, privados, organizações não governamentais) contratam esses empregados. A empregabilidade é um termo criado por Minarelli e está diretamente relacionado às mudanças e aos novos mercados de trabalho que se formaram com a globalização.

Você já parou para refletir sobre quais são as habilidades e competências que você desenvolveu neste curso? Quais poderão ser úteis para sua atuação em licenciatura? A percepção sobre a sua empregabilidade relaciona-se com a consciência de sua própria bagagem. Os conhecimentos formais e informais acumulados até agora, somados aos diferenciais oferecidos por você, aumentarão suas oportunidades no mercado de trabalho.

Nesta aula, vamos debater sobre o sentido de empregabilidade no contexto dos transportes turísticos. Destacaremos não só as oportunidades e desafios relacionados às empresas, organizações e órgãos públicos do setor de transportes que atendem ao turismo, mas também iniciando uma conversa sobre empreendedorismo nos variados ramos desse setor. Buscaremos analisar a importância do estágio, da realização de pesquisas de iniciação científica e trabalhos de conclusão de curso para a sua formação profissional como diferenciais adquiridos durante o curso para a sua inserção no mercado de trabalho relacionado ao ensino dos transportes no turismo.

## Empregabilidade no mercado dos transportes turísticos

As oportunidades de trabalho no mercado de transportes voltados para o turismo são variadas e podem ser estudadas de acordo com os modos de transporte. Por exemplo:

**Quadro 24.1:** Os modos de trabalho e seus respectivos mercados de trabalho

Modos	Mercado de trabalho
Modo rodoviário	Rodoviárias, empresas rodoviárias, órgãos públicos (ex.: ANTT, DNIT etc.) ONGs
Modo ferroviário	Estações, empresas ferroviárias, órgãos públicos (ex.: ANTT) ONG (ex.: ABOTTC)
Modo hidroviário	Porto, empresas de cruzeiro, de ferries, órgãos públicos (ex.: Antaq) ONGs
Modo aéreo	Aeroporto, companhias aéreas, órgãos públicos (Infraero, Anac) ONGs

No entanto, vale ressaltar que existem outras oportunidades, como, por exemplo, o consultor na área de transportes. Este não é contratado das empresas, órgãos públicos ou organizações não governamentais. Ele é autônomo ou está relacionado a uma empresa de consultoria na área dos transportes.

Atualmente, esses consultores precisam acumular conhecimento em turismo, uma vez que muitas organizações que atuam com os transportes servem ao turismo. O papel do consultor é atuar pontualmente nas organizações, tratando de questões específicas de gerenciamento e/ou operação em departamentos como o de marketing, o financeiro etc.

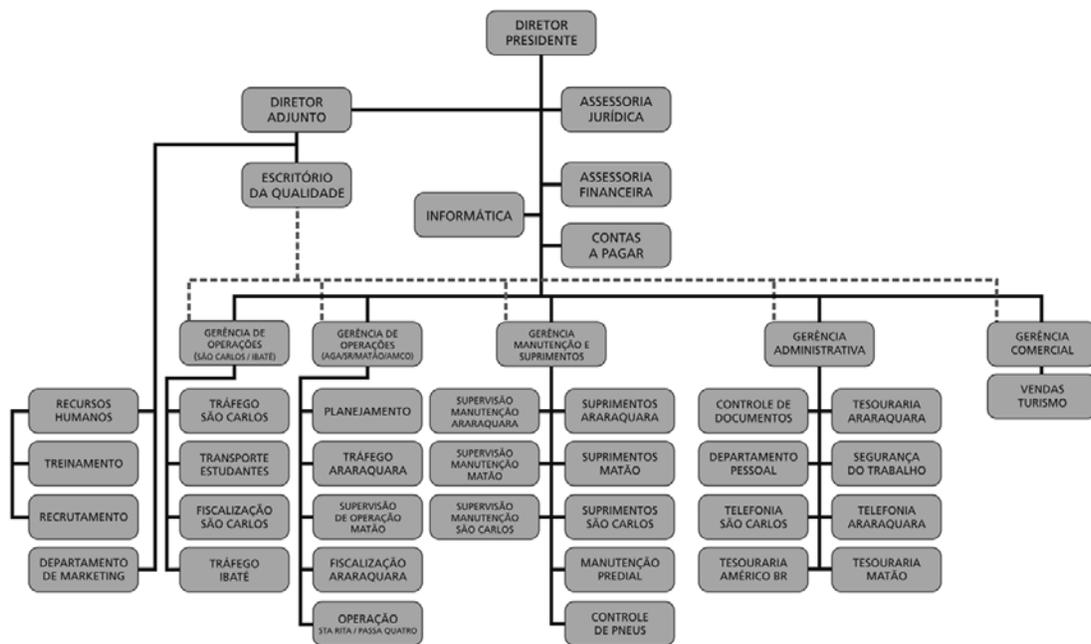
Os cargos e funções de uma organização (pública, privada, ONG) de transportes dependerá de sua constituição legal. No entanto, os níveis hierárquicos podem estar relacionados aos aspectos operacionais, gerenciais ou estratégicos, por exemplo:

**Quadro 24.2:** Estrutura de empresa: níveis, cargos e funções

Níveis	Cargos e funções
Estratégico	Diretor e presidente
Gerencial	Gerente
Operacional	Operador

Fonte: Elaborado pelos autores com base no material sobre Estrutura Organizacional disponível em [http://www.cgu.unicamp.br/carreira/pcvs/estrutura\\_organizacional.pdf](http://www.cgu.unicamp.br/carreira/pcvs/estrutura_organizacional.pdf)

A partir dos dados da figura sobre níveis hierárquicos, cargos e funções é possível analisar um organograma de uma empresa de transportes do ramo rodoviário (ver **Figura 24.1**, a seguir).



**Figura 24.1:** Exemplo de organograma de uma empresa de transportes rodoviários.

Fonte: [http:// www.vparaty.com.br/empresa.php](http://www.vparaty.com.br/empresa.php)

Em muitos casos, os profissionais que apresentam conhecimento sobre turismo são inseridos na parte operacional. No entanto, nos últimos anos, esse quadro vem se alterando e os profissionais de turismo estão alcançando níveis hierárquicos mais elevados nos organogramas das empresas. Por exemplo: um estagiário que inicia sua trajetória profissional em uma companhia aérea como atendente de *check-in* (embarque dos passageiros), ao ser efetivado na empresa pode participar de processos internos para alcançar postos hierárquicos gerenciais e/ou estratégicos. Existe uma série de relatos de profissionais de turismo para ilustrar tal situação. Esses profissionais apresentam em geral uma grande consciência sobre o conhecimento adquirido em sua formação acadêmico profissional.

Outra forma de inserção no mercado de transportes voltados para atender ao turismo é a criação de um negócio. A implantação e gestão de negócios são realizadas por indivíduos empreendedores. O comportamento empreendedor pode ser explicado de duas formas: através das teorias situacionais ou das teorias psicológicas. Em linhas gerais, as teorias situacionais são aquelas que acreditam que é o ambiente externo que produz o empreendedor e as teorias endógenas ou psicológicas indicam que o empreendedor apresenta características natas, ou seja, traços de personalidade.

O fato é que o indivíduo empreendedor apresenta uma série de características predominantes, são elas: liderança, ousadia, tomada de decisão em situações de risco, necessidade de autorrealização, criatividade e inovação etc. Vale destacar que a maioria dessas características são passíveis de serem desenvolvidas por todos que querem ser empreendedores de sucesso.



Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/1032306>



O Sebrae tem um projeto que se chama “Desafio Sebrae”, muito interessante para universitários que buscam aprender um pouco mais sobre empreendedorismo. Para saber mais clique em: <http://www.desafio.sebrae.com.br/>

Os empreendedores geralmente elaboram um **plano de negócios**, no qual são identificadas as características do negócio, do mercado – fornecedores, concorrentes, clientes.

### **Plano de negócios**

O Plano de negócios envolve estudos relacionados ao desenvolvimento dos produtos e serviços, posicionamento desses no mercado e estruturação financeira de custos, despesas, preço e lucro etc.



Um livro interessante é *O segredo de Luísa*, de Fernando Dolabela. Apesar de o exemplo de negócio não se relacionar com transportes no turismo, é fácil perceber o passo a passo para a montagem de um plano de negócio. O livro, em estilo de romance realístico, faz muito sucesso entre os leitores que são envolvidos nos dilemas da protagonista, a jovem Luísa.

A elaboração de um plano de negócios sobre uma empresa que atuará no ramo dos transportes turísticos deve obedecer todas as regras habituais dos planos de negócios. Identificar uma oportunidade no mercado pela necessidade ou desejo por um produto ou serviço é um dos quesitos fundamentais para a implantação de uma empresa voltada para os transportes no turismo. Portanto, questões que devem ser observadas são as tendências mercadológicas (ver Aula 23) para que o novo negócio apresente em sua concepção e implantação um diferencial competitivo.



## Atividade

### Atende ao Objetivo 1

1. Você é professor de curso técnico em Turismo em uma cidade do litoral do estado do Rio de Janeiro que não apresenta aeroporto, mas uma rodoviária e que recebeu, nos últimos anos, navios de cruzeiros durante o verão. Você elaborou uma prova para verificar o conhecimento dos seus alunos sobre empregabilidade relacionada ao mercado de trabalho voltado para os transportes no turismo. Na prova você determinou a seguinte questão:

Em quais empresas/organizações o profissional de turismo poderá atuar com transportes?

Ao elaborar a correção, você identificou que a grande maioria dos seus alunos citou navios de cruzeiros, portos e rodoviárias. Mas não consideraram outras oportunidades no mercado de trabalho voltado para os transportes turísticos. Você deverá elabo-

rar uma estratégia para apontar na correção outras oportunidades. Descreva quais são as outras oportunidades desse mercado de trabalho e não se restrinja apenas a cidade sede da escola.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### **Resposta Comentada**

*Para responder essa questão, você poderá considerar a **Figura 24.1**, que ilustra bem a amplitude do mercado de trabalho nos transportes voltado para o turismo por modo. Também poderá destacar a figura do consultor, do empreendedor e do intraempreendedor, sendo:*

*a) Consultor: relacionado com a atuação pontual dentro da organização;*

*b) Empreendedor: elaborador do Plano de Negócios e responsável pela implantação e gestão dos negócios;*

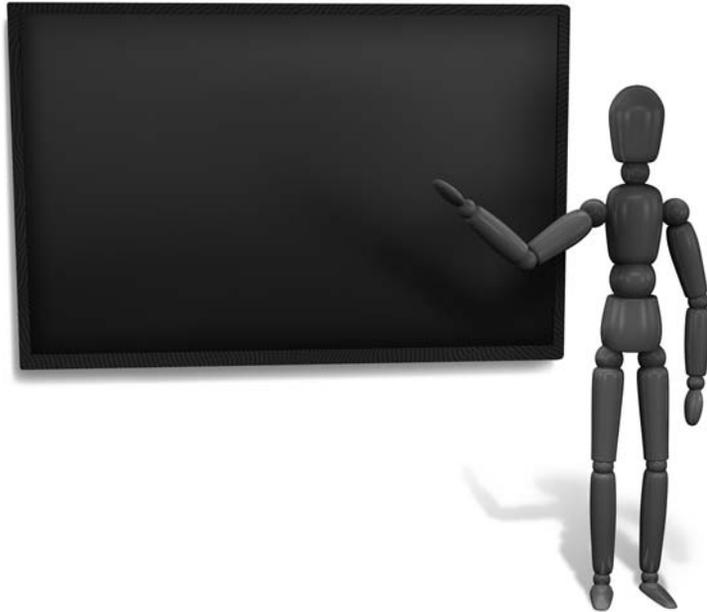
*c) Intraempreendedor: empreendedor que atua dentro das organizações independente de ter criado a organização.*

*Além disto, você poderá destacar as oportunidades no mercado de trabalho em função de acontecimentos pontuais, como é o caso da realização de megaeventos em cidades próximas, como o Rio de Janeiro. Em função destes eventos profissionais, poderão atuar como prestadores de serviços e no planejamento e gestão de infraestrutura de transportes.*

## **Carreira docente**

O ensino do turismo ocorre desde o ensino médio com a oferta de cursos técnicos, até cursos de pós-graduação *strictu sensu* (mestrados, doutorados) e pós-doutorados. Nesta parte da aula, nos ocuparemos do sentido da empregabilidade e do mercado de trabalho relacionado diretamente com a formação de uma carreira

docente. Portanto, inicialmente é fundamental considerarmos os vários tipos de curso e depois iniciarmos um debate aprofundado sobre habilidades e competências dos candidatos a professores de Transportes nos variados cursos de Turismo.



Benito LeGrande

Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/1171500>

O transporte é uma condição do turismo, pois de acordo com Palhares (2002) o turismo exige deslocamento. Portanto, o ensino dos transportes no turismo é uma grande necessidade independente do nível do curso em questão. Em geral, cursos técnicos em Turismo orientados para guiamento servem-se de um conjunto de disciplina sobre logística e planejamento de transportes. Cursos de bacharelado e/ou licenciatura em Turismo também apresentam aporte teórico sobre o tema. No nível da pós-graduação, existem especializações e MBAs (*lato sensu*) orientadas para o ensino dos transportes que podem ser complementares à formação em tu-

rismo. Nos programas de mestrado e doutorado (*strictu sensu*) tanto em Turismo quanto em Engenharia de Transportes existem algumas linhas de pesquisa associadas à interface transportes e turismo. Portanto, a carreira docente no ensino dos transportes para o turismo está relacionada com o nível educacional que o professor candidato pretende trabalhar.

Em geral, para atuar como professor de programas de pós-graduação *strictu sensu* (mestrado e doutorado), o professor candidato deverá ter concluído o curso de doutorado. Rotineiramente, para atuar como professor em uma Instituição pública ou privada são realizados concursos. Concursos para professores que pretendem atuar em cursos técnicos, bacharelado, licenciatura, especialização, mestrado e/ou doutorado com transportes no turismo geralmente consideram vários aspectos da formação dos candidatos. Não só experiência de ensino, mas também em atividades relacionadas à extensão e à pesquisa.



A atuação com os transportes no turismo, na perspectiva da extensão, pode materializar-se através de cursos de extensão sobre os mais variados temas, como por exemplo: educação no trânsito em áreas de interesse turístico. Já a atuação com os transportes no turismo, na perspectiva da pesquisa, apresenta-se através de projetos de pesquisa com a publicação de resultados em periódicos científicos e eventos da área. Como por exemplo: “Projeto de Pesquisa sobre Turismo Cultural Ferroviário” que tem como principal objetivo identificar padrões de comportamento da oferta e demanda no Brasil. O projeto é registrado em um grupo de pesquisa e os resultados são apresentados em eventos e publicados em periódicos nacionais e internacionais (será visto na Aula 25).

A disciplina Transportes, nos mais variados cursos de Turismo (em diversos níveis), é alocada de acordo com os Projetos Pedagógicos dos Cursos (PPC), e isto deve deverá ser observado pelo professor candidato à cadeira de Transportes nesses cursos.

Compreender o diálogo dos transportes no turismo com outros conteúdos dos cursos é fundamental para o aprofundamento de temas de pesquisa, extensão e para o próprio ensino. Por exemplo: um tema amplamente tratado nos transportes é a dimensão ambiental da sustentabilidade, logo, se espera que o professor de transportes, ao iniciar sua carreira, tenha adquirido uma bagagem para propor uma discussão multidisciplinar com outros saberes para tratar esse tema.

Nessa parte da aula, compreendemos que a carreira docente no turismo exigirá do candidato a professor uma série de conhecimentos e experiências. Portanto, a realização de estágios, monitorias e trabalhos de conclusão de cursos sobre temas de interesse são fundamentais para a formação sólida das competências e habilidades do professor. Nos transportes para o turismo, o professor precisa ter uma visão multidisciplinar com a função de compreender os mais variados problemas de pesquisa que poderão ser apresentado nos variados desafios profissionais: orientações de trabalho finais, orientação de iniciação científica, participação em grupos de pesquisa etc.



## Atividade

---

### Atende ao Objetivo 2

2. Uma determinada empresa de transporte coletivo urbano que atende uma cidade turística empreende anualmente cursos de aperfeiçoamento para seus funcionários. A seguir, destacamos uma parte da notícia sobre o curso:

O curso é obrigatório e anual, mas traz mudanças e diferenças a cada edição. “Neste ano, por exemplo, estamos focando bastante no atendimento à população”, afirma o instrutor de treinamento [...]. “Explicamos para nossos colaboradores que não basta transportar os usuários, mas

que esse transporte deve acontecer com segurança, conforto, confiabilidade e respeito.

Fonte: <http://www.vbtransportes.com.br/vbtransportes/portugues/noticias/noticia32.aspx>

Nesta parte da aula, você compreendeu que o professor/instrutor deverá dialogar com diversos temas para o ensino dos transportes em interface com o turismo de forma eficiente. A partir da notícia, destaque os temas que deverão ser abordados pelo professor/instrutor do curso de aperfeiçoamento e como eles se relacionam com o transporte coletivo urbano em um destino turístico.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### ***Resposta Comentada***

*O desafio do professor/instrutor está centrado em auxiliar os alunos no desenvolvimento de uma visão ampla sobre a prestação de serviços de transportes coletivos urbanos para que os usuários – população local e visitantes – tenham uma experiência com maior segurança, conforto, confiabilidade e respeito. Sendo assim, o professor – instrutor além de atentar para as especificidades do transporte coletivo urbano em áreas de interesse turístico deve aplicar os conhecimentos sobre qualidade na prestação de serviço, envolvendo segurança, conforto, confiabilidade e respeito no contexto dos transportes urbanos coletivos.*

## **Oportunidade e desafios profissionais**

As oportunidades e os desafios para o profissional de turismo que atuará com os transportes são inúmeras. Nesta parte da aula, nos ocuparemos da reflexão sobre algumas questões referentes às oportunidades e outras, relativas aos desafios.

A oferta de transportes para o turismo era compreendida apenas como uma distribuição geográfica da demanda turística (PAGE, 2008). Era uma experiência “passiva” sem qualquer preocupação com o conteúdo turístico desse deslocamento. No entanto, com o avanço do conhecimento sobre os transportes no turismo, esses também foram percebidos, em alguns casos, como as próprias experiências turísticas (PAGE, 2008; PALHARES, 2002).

Diante dessas percepções, o mercado de trabalho também se alterou. Novas funções foram criadas. Novas especializações foram sendo requeridas para atender ao turista que usa os transportes não só de forma funcional, mas também como parte integrante do produto turístico. E, em alguns casos, considerando-os como produtos com alto valor atrativo independente do restante da viagem.



Charles Codopi

Fonte: <http://www.sxc.hu/photo/811164>

Um exemplo da necessidade de profissionais especializados na interface transportes e turismo na atualidade é o conhecimento sobre o comportamento do consumidor na aquisição e

uso dos transportes para fins turísticos. Atualmente, é possível comprar passagens aéreas, rodoviárias, ferroviárias, hidroviárias com um clique. As novas tecnologias e a internet favorecem o contato direto entre consumidor (turista) e o fornecedor (empresa de transportes). Para isso, essas empresas iniciam o investimento em profissionais e ferramentas que auxiliem na satisfação do cliente. Surge, assim, as reservas *online*, a compra com o cartão de crédito, o consultor *online* 24 horas, as tarifas com desconto, de acordo com o perfil da compra e comprador entre outros serviços.

O profissional de turismo que amplia o conhecimento sobre transportes também poderá contribuir de forma diferenciada para o planejamento e gestão do turismo em esfera municipal, estadual federal e até mesmo internacional. Portanto, um dos grandes desafios desse profissional é o acúmulo de conhecimentos de forma multidisciplinar e interdisciplinar para a construção de soluções atrativas, as organizações nas quais estará inserido. Aos profissionais dedicados ao ensino dos transportes no turismo, é de suma importância contextualizar, para os alunos, os avanços científicos sobre temas afins e contribuir para esses com a realização de pesquisas. Como retorno a sociedade, os professores devem contribuir para o desenvolvimento das atividades de extensão. Essas são oportunidades de integrar a comunidade acadêmica e não acadêmica, promovendo melhorias na qualidade de vida da comunidade nas quais os cursos e universidades estão inseridos.

Nos próximos anos, a configuração das relações tempo x espaços serão alteradas cada vez mais. As distâncias serão cada vez mais encurtadas com o avanço tecnológico, as barreiras econômicas e políticas também estarão em mutação, sendo os transportes o principal elemento de interligação entre territórios. Nesse contexto, a empregabilidade também sofrerá alterações e a busca por especialização, com o acúmulo de conhecimento somados a experiências acadêmicas profissionais sólidas, poderão gerar diferenciais para a inserção neste fascinante mercado de trabalho.



*caso da viagem à Lua. O turismo só poderá alcançar esse estágio de desenvolvimento relativo à ampliação das distâncias devido ao avanço das tecnologias que implicam o deslocamento do homem.*

## **Resumo**

Discutimos o sentido de empregabilidade no contexto dos transportes turísticos. A atuação profissional pode ocorrer em função de diversos modos (aéreo, ferroviário, rodoviário e hidroviário) e as oportunidades de emprego podem ser localizadas em empresas públicas, privadas, no terceiro setor. Os níveis para cargos e funções podem ser estratégicos, táticos/gerenciais e operacionais. Analisamos também aspectos relativos à carreira docente na atuação com a disciplina de transportes nos cursos de turismo em diversos níveis (técnico, graduação, pós-graduação). Por fim foram identificadas oportunidades e desafios do mercado de trabalho em transportes voltado para o turismo, com destaque para a compreensão sobre o avanço tecnológico como fator relativo ao encurtamento das distâncias.

## **Informação sobre a próxima aula**

Na próxima aula, será abordada a pesquisa nos transportes em interface com o turismo.



# 25

## Transportes em interface com o turismo: campo vasto de pesquisa

*Carla Conceição Lana Fraga  
Rafael Teixeira de Castro*

### Meta da aula

Apresentar noções gerais sobre pesquisa nos transportes em interface com o turismo

### Objetivos

Esperamos que, ao final desta aula, você seja capaz de:

- 1 identificar a importância da pesquisa para o avanço do conhecimento sobre transportes em interface com o turismo;
- 2 reconhecer a importância da ética e responsabilidade do pesquisador no desenvolvimento de pesquisas;
- 3 avaliar instrumentos de busca para revisão bibliográfica;
- 4 distinguir algumas ferramentas auxiliares para pesquisas nos transportes em interface com o turismo.

## Introdução

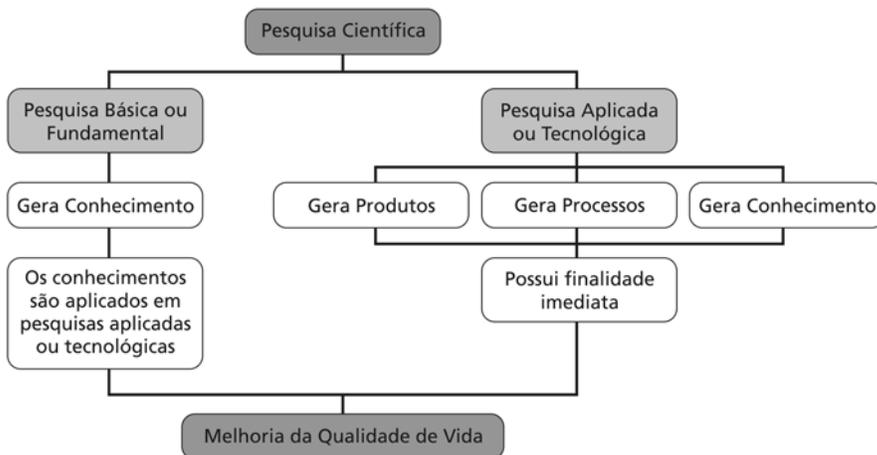
Nesta aula, abordaremos um tema muito importante para o avanço do conhecimento sobre a interface transportes e turismo: a pesquisa. As pesquisas podem ter vários enfoques, mas independente do enfoque o objetivo sempre será a busca por um novo conhecimento sobre um determinado assunto. A pesquisa científica tem como objetivo o avanço do conhecimento científico independente de uma relação com os fins mercadológicos ou outros. A realização da pesquisa científica depende da aplicação do **método científico**.

A pesquisa científica gera um novo conhecimento e pode contribuir para a qualidade de vida. Na **Figura 25.1**, é possível analisar os tipos de pesquisa científica, sendo:

- a) Pesquisa básica ou fundamental.
- b) Pesquisa aplicada ou tecnológica.

### Método científico

“O Método Científico é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo – conhecimentos válidos e verdadeiros, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista” (MARCONI; LAKATOS, 2006).



**Figura 25.1:** A pesquisa científica e suas divisões.

Fonte: <http://www.unifal.edu.br/Bibliotecas/MTPA.pdf>

Esses dois tipos de pesquisa, bem como seus resultados, estão diretamente relacionados com a área do conhecimento no qual o novo conhecimento está sendo produzido. Compreende-se que

os resultados das pesquisas básicas ou fundamentais são utilizados em pesquisas aplicadas ou tecnológicas. Essas, por sua vez, geram novos processos, produtos e também conhecimento que possuem uma finalidade imediata.



De acordo com Bonono, baseado em Tognetti, os tipos de pesquisa científica serão determinados por um conjunto de critérios:

- a) Finalidade: básicas ou aplicada.
- b) Objetivo: exploratória, descritiva, explicativa.
- c) Procedimentos adotados: bibliográfica, experimental, documental.
- d) Natureza: quantitativa, qualitativa.
- e) Local de realização: campo, laboratório.

Fonte: Bonono, R. Baseado em Tognetti, M.A.R. (IFSC-SBI) Disponível em <http://www.unifal.edu.br/Bibliotecas/MTPA.pdf>

A pesquisa mercadológica visa identificar oportunidades de mercado, para isso utiliza métodos científicos. Portanto, é importante ressaltar que existem pesquisas científicas que contribuem para o avanço do conhecimento sobre mercados e pesquisas mercadológicas que contribuem para o avanço do conhecimento científico sobre determinados mercados. Não são enfoques excluídos. Mas às vezes a análise dos transportes turísticos pode ser tomada apenas como uma análise mercadológica.

Nesta interface, os transportes e o turismo podem ser tratados com abordagens diferentes de acordo com o tipo e a estratégia de pesquisa adotadas. Algumas delas são: **multidisciplinar, interdisciplinar e transdisciplinar.**

Essas abordagens são formas de organização das disciplinas para tratar uma determinada questão ou conjunto de questões. Por exemplo, em uma pesquisa na qual, o problema é: “Como é percebida a experiência de uso dos cruzeiros marítimos pelos clientes?” Serão necessários conhecimento sobre transportes e turismo na perspectiva de várias disciplinas, como Psicologia,

### ***Pesquisas multidisciplinares***

Significam análises através de um conjunto de disciplinas com metodologias próprias e sem fim comum.

### ***Pesquisas interdisciplinares***

Significam análises através de um conjunto de disciplinas com uma única metodologia com resultado comum.

### ***Pesquisas transdisciplinares***

Ultrapassam a interdisciplinaridade, buscam um sentido amplo gerando um novo conhecimento.

A quebra de barreira entre as disciplinas gera o questionamento sobre a disciplinaridade.

Marketing, Antropologia, Estatística etc. Portanto, a abordagem interdisciplinar é fortemente recomendada. E os resultados poderão contribuir para o avanço do conhecimento científico nessas diversas áreas envolvidas, e ainda auxiliar no avanço sobre o conhecimento mercadológico.

Em uma pesquisa, um tema chave para debate é a ética, tanto para o processo de elaboração da pesquisa (desde a identificação do problema a ser tratado até a análise final), quanto à postura do pesquisador e sua equipe. A responsabilidade do pesquisador em observar as “boas práticas” no desenvolvimento das pesquisas é fundamental para o resultado final.

Ao término desta aula, serão identificados alguns instrumentos úteis para revisão bibliográfica e ferramentas auxiliares para o tratamento de problemas de pesquisa específicos. Para tanto, serão trabalhados alguns casos com a finalidade meramente ilustrativa. Diferenciais da aula são as atividades. Através destas, você será convidado a se colocar em situações que envolvam a tomada de decisão por parte de pesquisadores em ocorrências elaboradas com base em fatos reais.

## **A importância da pesquisa para os transportes em interface com o turismo**

A ocorrência do fenômeno turístico depende invariavelmente do uso dos transportes, pois sem os transportes não existe deslocamento. E o deslocamento é um dos elementos chave do turismo (PALHARES, 2002; PAGE, 2008). Entretanto, a atividade de transportes pode ocorrer independente do turismo. A finalidade do uso dos transportes está diretamente associada ao ato de se deslocar entre pontos e isto faz parte do cotidiano.

Como os transportes são relacionados diretamente ao nosso dia a dia, facilmente existe um acúmulo de conhecimento popular, advindo do senso comum sobre temas correlatos. Vale destacar que o conhecimento popular é aquele sem tratamento

científico e não deve ser menosprezado, no entanto, não apresenta caráter científico, isto é, não é organizado, sistemático, metodológico etc. Quer um exemplo?

Engarrafamento rodoviário nas grandes cidades. Em geral, é um tema debatido a partir da observação e/ou participação por um grande número de pessoas atualmente nos deslocamentos ocorridos nas cidades. Portanto, nas situações cotidianas de engarrafamento, você já deve ter escutado ou até mesmo opinado sobre quais melhorias seriam necessárias para que o trânsito fluísse de forma mais adequada na *hora do rush*.

As opiniões são variadas desde a implantação de outros modos de transportes como o ferroviário que minimizaria o engarrafamento – na hora do rush – por conta da via segregada, até a retirada de determinados sinais das vias, evitando-se, assim, a retenção. No entanto, essas opiniões, quando emitidas sem estudos, são oriundas do senso comum e não do emprego de métodos que possam garantir um conhecimento científico sobre o tema em questão.

Nos transportes em interface com o turismo, também são comuns as opiniões baseadas no senso comum e não em estudos científicos. Um exemplo clássico é sobre a intermodalidade nos aeroportos brasileiros e o fluxo turístico internacional. Os aeroportos brasileiros apresentam baixa capacidade de interligação com o restante da cidade em que estão inseridos e, muitas vezes, as únicas opções são relativas ao modo rodoviário com a oferta de táxis, ônibus, vans etc. O que faz o turista internacional buscar outros destinos que ofereçam maior infraestrutura. Frente a esse problema, escutamos opiniões diversas sobre a implantação de trens de alta velocidade ou veículos leves sobre trilhos para interligar os terminais aos centros urbanos, pois estas são soluções já implantadas em outras cidades do mundo como Londres, Paris ou Nova York.

A produção científica sobre transportes em interface com o turismo tem avançado de forma significativa nos últimos anos, tanto no Brasil, quanto no exterior. As pesquisas são origina-

### ***Hora do rush***

Significa o horário com maior possibilidade de engarrafamento em determinada via.

das de diversos trabalhos realizados por estudiosos e centros de pesquisa, ora focados nos transportes que aceitam o turismo como objeto de pesquisa, ora focados no turismo, que aceitam o transporte como objeto de pesquisa. A construção de grupos de pesquisa compostos por linhas que tratem especificamente os transportes turísticos como objeto ainda são em menor número. No entanto, quando essas opiniões são emitidas sem estudos científicos, fazem parte do senso comum, constituindo-se em hipóteses sem validade científica.



GRUPO DE PESQUISA TRANSPORTES E O TURISMO

O Grupo de Pesquisa Transportes e Turismo (GPTT) foi fundado em 2009, chancelado pelo Departamento de Pesquisa da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (Unirio) e cadastrado junto ao Diretório de Grupos de Pesquisa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Atualmente conta com quatro linhas de pesquisa, relacionando cada modo de transporte ao turismo. Os estudos realizados são publicados em periódicos científicos nacionais e internacionais, bem como comunicados em eventos nacionais e internacionais da área. Para saber mais, acesse: <http://dgp.cnpq.br/buscaoperacional/detalhegrupo.jsp?grupo=1697613AKW5CMF> ou em <https://sites.google.com/site/gptturismo/>

No enfoque mercadológico, as pesquisas sobre os transportes em interface com o turismo podem ocorrer com várias finalidades. As mais óbvias são aquelas referentes às empresas de transportes que, ao servirem ao turismo de forma exclusiva (voos *charters* e ônibus para fretamento de excursões e programas turísticos etc.) estudam o conjunto de aspectos intervenientes na atividade de transportes, advindos das especificidades do

fenômeno turístico. Como, por exemplo, a sazonalidade em função da baixa e/ou alta temporada em um determinado destino turístico servido pela rede de transportes da empresa.

Outro exemplo está relacionado à área de marketing: as pesquisas de satisfação. A empresa Giordani Turismo, que opera o Trem do Vinho no Rio Grande do Sul, disponibiliza em seu site (<http://giordaniturismo.tempsite.ws/mfumaca/default.html>) uma pesquisa de satisfação para seus clientes, com o objetivo de identificar pontos de melhoria na prestação de serviço.



Clique no site da Giordani Turismo e conheça a pesquisa de satisfação utilizada para identificar pontos de aperfeiçoamento do serviço. Para saber mais, clique em: <http://giordaniturismo.tempsite.ws/mfumaca/default.html>

No enfoque mercadológico, outra finalidade da pesquisa está relacionada ao desenvolvimento turístico de uma determinada região com a implantação de infraestrutura de transportes adequada. Essas pesquisas originam projetos de transportes. Um exemplo relaciona-se à fisionomia da cidade do Rio de Janeiro, que já está se modificando em função dos projetos de transportes (ver **Quadro 25.1** e **Figura 25.2**) previstos para os Jogos Olímpicos de 2016.



De acordo com dados do Portal Transparência, serão mais de 5 bilhões de reais investidos nos transportes até 2016. Para saber mais, acesse <http://www.portaltransparencia.gov.br/rio2016/transporte/>

**Quadro 25.1:** Projetos de transportes por modo para os Jogos Olímpicos de 2016

Aéreo	Rodoviário	Ferroviário	Hidroviário
Aeroporto Internacional GIG	Arco rodoviário do Rio de Janeiro	Modernização Linha Belford Roxo	
	BRT - Zona Sul; BRT Corredor T5; BRT Linha C	Modernização Linha Deodoro	
	Modernização Avenida Abelardo Bueno	Modernização da Linha Santa Cruz	
	Modernização da Avenida Ayrton Senna	Modernização da Linha Saracuruna	
	Modernização da Avenida Salvador Allende	Ampliação da Linha 1 do metrô	
	Modernização do entorno do Estádio Olímpico	Modernização da Linha 1 do metrô	
	Rodovia Via 5	Modernização da Linha 2 do metrô	

Fonte: Quadro elaborado pelos autores com base nos dados disponíveis em <http://www.portaltransparencia.gov.br/rio2016/transporte>

Uma observação importante referente ao **Quadro 25.1** é que existem projetos relacionados ao modo hidroviário, como é o caso do Porto Maravilha. No entanto, este não estava listado no Portal Transparência.

Segue uma lista de sites, além do Portal Transparência Rio 2016, que apontam para outros projetos de transportes que estão sendo realizados na cidade do Rio de Janeiro, em função dos megaeventos previstos para ocorrer nos próximos anos.

▶ Cidade Olímpica

<http://www.cidadeolimpica.com>

▶ Copa 2014

[www.copa2014.org.br/](http://www.copa2014.org.br/)

▶ Portal 2014

<http://www.portal2014.org.br>

► Portal Transparência Rio 2016

[Http://www.portaltransparencia.gov.br/rio2016/](http://www.portaltransparencia.gov.br/rio2016/)

► Projeto Porto Maravilha

[http://www2.rio.rj.gov.br/smu/compur/pdf/projeto\\_porto\\_maravilha.pdf](http://www2.rio.rj.gov.br/smu/compur/pdf/projeto_porto_maravilha.pdf)

Esses projetos de transportes derivam de pesquisas elaboradas sobre vários aspectos relativos à implantação, modernização e/ou gestão desses equipamentos e de determinados serviços, como é o caso do Aeroporto Internacional do Rio de Janeiro / Galeão-Antônio Carlos Jobim. Parte das pesquisas pode ser sobre a elaboração de matrizes origem e destino (O/D), nas quais são identificadas as zonas de produção e atração de transportes, estimados o volume do fluxo entre os pontos da rede etc. Outra possibilidade é relativa à identificação de Origem/Destino, considerando os principais Polos Geradores de Viagem (PGV) de natureza turística (apresentadas nas Aulas 5 e 6) ou, ainda, a identificação dos principais modos utilizados e possível mudança de hábito, para o conseqüente gerenciamento da mobilidade que também são partes relevantes de uma pesquisa.



**Figura 25.2:** Vias expressas que estão sendo construídas com final das obras previsto até 2016 na cidade do Rio de Janeiro.

Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:NovasViasExpressasRJ.JPG>

Nesta parte da aula, podemos identificar a importância da pesquisa para o avanço do conhecimento sobre transportes em interface com o turismo. Compreendemos que a pesquisa científica pode auxiliar no avanço sobre o conhecimento mercadológico dos transportes turísticos. Na próxima parte da aula, vamos compreender a importância da ética e da responsabilidade do pesquisador no desenvolvimento de pesquisas.



## Atividade

---

### Atende ao Objetivo 1

1. Vamos imaginar uma situação hipotética: Você faz parte do Grupo de Pesquisa Transportes e Turismo (GPTT). Em um debate sobre planejamento dos transportes para megaeventos, o líder do grupo pondera sobre a seguinte questão: Considerando a importância das obras de infraestrutura de transportes para o desenvolvimento do turismo na cidade do Rio de Janeiro, qual a importância da pesquisa sobre transportes no turismo para a realização destas obras? Alguém poderia exemplificar?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Resposta Comentada

*Para responder a essa questão, ponderada pelo líder, é muito importante que você conheça as obras de infraestrutura de transportes previstas e em andamento. Para tanto, você poderá citar conteúdos referentes aos sites para introduzir sua argumentação:*

► *Cidade Olímpica*

*<http://www.cidadeolimpica.com>*

▶ *Copa 2014*

[www.copa2014.org.br/](http://www.copa2014.org.br/)

▶ *Portal 2014*

<http://www.portal2014.org.br>

▶ *Portal Transparência Rio 2016*

<Http://www.portaltransparencia.gov.br/rio2016/>

▶ *Projeto Porto Maravilha*

[http://www2.rio.rj.gov.br/smu/compur/pdf/projeto\\_porto\\_maravilha.pdf](http://www2.rio.rj.gov.br/smu/compur/pdf/projeto_porto_maravilha.pdf)

*Após, você poderá escolher uma para exemplificar a relação da pesquisa com a prática de mercado. Um exemplo poderia ser uma pesquisa sobre origem/destino relacionada à implantação da Transcarioca, Transoeste ou Transolímpica (ver **Quadro 25.2**) em função do parque hoteleiro e atrativos turísticos da zona sul e oeste da cidade do Rio de Janeiro. A realização desta pesquisa poderia gerar um produto que seria um mapa da nova infraestrutura de transportes em função do turismo nessas zonas estudadas. Em qualquer um dos exemplos, você deve considerar que a pesquisa aplicada e tecnológica nos transportes turísticos deverá gerar novos conhecimentos, processos e produtos.*

## **Desenvolvimento de pesquisa e ética**

Nesta parte da aula, vamos compreender a importância da ética e responsabilidade do pesquisador no desenvolvimento de pesquisas. Todo projeto de pesquisa é formado por elementos básicos em comum, a saber:

- O problema de pesquisa é exatamente o que será tratado durante a pesquisa.
- As hipóteses são respostas provisórias ao problema que poderão ser confirmadas ou refutadas.
- Os objetivos específicos darão apoio ao cumprimento do objetivo geral, que deve estar totalmente de acordo com o problema.
- A justificativa é a importância, a motivação para a pesquisa. Por que é importante estudar o problema proposto?
- Os procedimentos metodológicos dependerão da própria visão sobre ciência, do reconhecimento sobre os métodos ade-

quados (quantitativos e/ou qualitativos) para o tratamento do problema em questão.

- Cronograma será a distribuição das tarefas no tempo determinado para a realização de todas as fases da pesquisa.
- Orçamento será o levantamento de todos os custos e despesas, fixas e variáveis, para o desenvolvimento do projeto de pesquisa.
- Resultados esperados: no projeto de pesquisa é possível delinear alguns resultados esperados. Esses dialogam com as próprias hipóteses para a resolução do problema. Nesse ítem, alguns projetos também estipulam os “produtos” esperados, como por exemplo a publicação de um livro referente a pesquisa desenvolvida, o desenvolvimento de um software etc.

Para tratar ética em pesquisa, é importante contextualizar inicialmente que o próprio conceito de ética está relacionado a *ethos*, e portanto, ao comportamento humano. *Ethos* é um termo da língua grega que significa “conjunto de hábitos e costumes”.

Nas instituições de ensino superior, são formados Comitês de Ética em Pesquisa (CEP) que deliberam sobre os procedimentos éticos e validade dos estudos realizados.



Na Universidade Federal, do Estado do Rio de Janeiro (Unirio), há maiores informações sobre o Departamento de Pesquisa e Comitê de Ética que podem ser acessadas no link: <http://www.unirio.br/pro-pg/pesq/construcao.htm>

Diante desse contexto, é possível concluir que existem condutas éticas que devem ser explicitadas no desenvolvimento das pesquisas. Portanto, é essencial que o pesquisador procure orientar-se pelas regras estabelecidas pelo Comitê de Ética de sua instituição ou pelas regras adotadas nos atos de elaboração do projeto, execução e divulgação dos resultados.

A divulgação da produção científica é comunicada através de uma série de veículos, entre eles eventos e periódicos. Seguindo uma conduta ética, os periódicos científicos, em geral, apresentam algumas características importantes que merecem destaque:

- a) registro no ISSN (Número Internacional Normalizado para Publicações Seriadas – International Standard Serial Number);
- b) avaliação por pares na forma de *blind review* (revisão sem identificação dos autores);
- c) composição de um corpo editorial e de uma política para publicação com regras explícitas.

Uma questão ética importante em debate é o plágio. Entende-se por plágio, segundo o dicionário Aurélio “assinar ou apresentar como sua, obra artística ou científica de outrem”. Nesse sentido, é fundamental observar regras sobre direitos autorais e registros legais de obras para evitar qualquer problema futuro.

Nesta parte da aula, compreendemos aspectos que orientam o desenvolvimento de uma pesquisa, bem como alguns valores éticos referentes ao comportamento do pesquisador e os canais de divulgação da produção científica. Na próxima seção vamos indicar alguns recursos para revisão da literatura e ferramentas úteis para o tratamento de problemas de pesquisa relacionados aos transportes turísticos.



## Atividade

---

### Atende ao Objetivo 2

2. Vamos considerar outra situação hipotética que poderá ser um desafio profissional para você. Você foi indicado para ser revisor de um periódico científico internacional sobre transportes. Como sua formação é em turismo, você ficará responsável pelo material referente à interface transportes e turismo. Ao analisar a proposta de trabalho, você deverá identificar se o periódico em questão apresenta características básicas relacionadas às boas práticas e à ética nas comunicações científicas. Quais seriam esses aspectos?

---

---

---

---

---

---

### Resposta Comentada

*Seguindo uma conduta ética, as boas práticas em geral incidirão sobre alguns aspectos: o periódico deverá apresentar: registro no ISSN, que é um número internacional padronizado para publicações seriadas; avaliação por pares na forma de blind review (revisão sem identificação dos autores); composição de um corpo editorial e de uma política para publicação com regras explícitas.*

## Revisão bibliográfica nos transportes em interface com o turismo

A literatura científica sobre transportes e turismo pode ser identificada nos principais periódicos científicos nacionais e internacionais. A revisão bibliográfica ou revisão da literatura sobre um determinado assunto é fundamental para identificar o avanço do conhecimento sobre o tema em questão.

Existem várias formas de se realizar uma revisão bibliográfica. A mais utilizada é a pesquisa em bancos de dados específicos. Nesta parte da aula, vamos compreender a importância

do Portal de Periódicos Capes, como fazer uma busca e o que podemos encontrar sobre transportes e turismo nas bases desses periódicos.

#### 1º Passo

- Para acessar o Portal de Periódicos Capes, é preciso clicar no link <http://www.periodicos.capes.gov.br>
- As universidades públicas federais e outros centros de pesquisa oferecem a possibilidade de consulta ao banco de dados de forma gratuita.
- Portanto, é fundamental a consulta através de computadores com a autorização para acesso aos periódicos.
- Ao acessar o Portal de Periódicos Capes, uma dica é navegar pelos links Institucional, Acervo, Busca, Notícias e Suporte antes de proceder à busca.

#### 2º Passo

- Clique em “Página Inicial” para começar a pesquisa.
- Neste primeiro momento, vamos optar por trabalhar com as Bases.
- Pesquisar por Base é optar por uma pesquisa mais ampla.
- No link sobre Busca, você encontrará explicações detalhadas sobre cada tipo de busca.
- No slide sobre resultado das buscas, você encontrará uma seta apontando para as Bases.
- Neste momento, é muito importante que você compreenda o que são as Bases, pois é através delas que encontrará os Periódicos (*Journal*), e a partir deles os artigos que refletem os resultados das pesquisas científicas divulgadas para a comunidade acadêmica (e não acadêmica) através de publicação científica.

#### 3º Passo

Para iniciarmos as buscas, é necessário ter as palavras-chave em mente. A busca permite a inserção de duas palavras-

chave que podem se relacionar de forma complementar através do “e” e “ou”. Você também poderá escolher nas buscas avançadas se é melhor procurar por assunto, autor etc.

Vamos supor que você queira fazer uma pesquisa sobre turismo ferroviário. Você poderá inserir as palavras “Turismo” e “Ferroviário” e indicar uma busca avançada por título.

Você já compreendeu como realizar uma busca sobre temas relacionados a transportes e turismo no site Portal de Periódicos Capes. Agora, vamos destacar alguns dos principais periódicos que publicam pesquisas científicas referentes à interface transportes e turismo no mundo:

- a. *International Journal of Tourism Research*;
- b. *Tourism Analysis*;
- c. *Tourism Economics*;
- d. *Tourism Geographies*;
- e. *Tourism Management*.

As buscas no Portal de Periódicos Capes podem ser efetivadas em vários idiomas, no entanto, o inglês é o mais recomendado. O Portal de Periódicos Capes constitui um dos bancos de dados mais relevantes para pesquisa em bases científicas. Algumas bases que o compõem podem ser acessadas diretamente pela internet, como Scielo. Clique no site <http://www.scielo.org/php/index.php> para conferir.



O Ciret na França é um importante centro de investigação que congrega variadas publicações científicas sobre turismo. Para saber mais clique em <http://www.ciret-tourism.com>.

Existe também uma série de bancos de dados que são *open access* (acesso livre) e permitem a busca e o uso dos materiais encontrados, independente do pagamento de taxas pelo serviço etc.



*IV. A busca deverá considerar os termos em inglês airport para “aeroporto” e sustainable para “sustentável”. Assim, possivelmente vocês encontrarão um número maior de artigos para análise.*

*Um dos artigos que vocês provavelmente encontrarão na busca com os termos em inglês é: “Towards sustainable airport development”, elaborado pelos pesquisadores James Longhurst; David C. Gibbs; David W. Raper; D. E. Conlan e publicado no The Environmentalist, Volume 16, Number 3, em 2005. “Rumo ao desenvolvimento sustentável do aeroporto” (tradução livre). (Fonte: <http://www.springerlink.com.ez83.periodicos.capes.gov.br/content/tur6243p62083228/>)*

*Este será um bom exemplo para levar para sala de aula. E também é um excelente exemplo para identificarmos como os assuntos relacionados aos transportes em interface com o turismo podem e estão sendo abordados de forma interdisciplinar, multidisciplinar e transdisciplinar. Pois esse estudo foi publicado em Earth and Environmental Science (Terra e Ciência Ambiental) e identificado em uma busca por área do conhecimento denominada multidisciplinar.*

## Algumas ferramentas para pesquisa em transportes no turismo

Em alguns casos, dependendo do método empregado para o tratamento do problema de pesquisa, é necessário o uso de ferramentas (softwares – programas de computadores etc.).

As ferramentas auxiliares para o desenvolvimento de pesquisas dependerá dos seguintes fatores expressos por Tognetti, citado por Bonono:

- a) Finalidade: básica ou aplicada.
- b) Objetivo: exploratória, descritiva, explicativa.
- c) Procedimentos adotados: bibliográfica, experimental, documental etc.
- d) Natureza: quantitativa, qualitativa.
- e) Local de realização: campo, laboratório.

Na seção anterior, tratamos sobre o procedimento denominado revisão bibliográfica. Essa etapa é essencial na grande maioria das pesquisas, em especial aquelas que tratam do **estado da arte**.

### Estado da arte

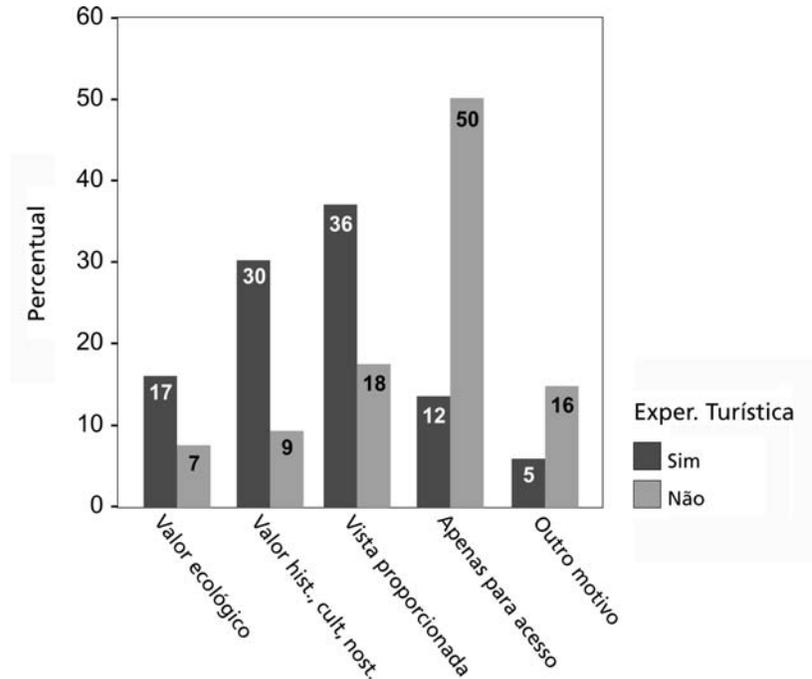
De acordo com Ferreira (2002, p. 257) pesquisa sobre Estado da arte ou estado do conhecimento são de caráter bibliográfico e apresentam como desafio mapear e analisar aspectos privilegiados nas produções acadêmicas em diferentes épocas e locais (FERREIRA, 2002, p. 257).



Guilherme Lohmann Palhares e Marcus Vinicius Oscar Oliveira desenvolveram um estudo intitulado "Transporte ferroviário de passageiros turísticos: o estado da arte". *Turismo em Análise*, v.19, n.1, maio 2008. Disponível em <<http://www.turismoemanalise.org.br/index.php/turismoemanalise/article/view/9/9>>

Ao analisar a natureza da pesquisa – quantitativa e/ou qualitativa –, compreendemos que muitas pesquisas que servem para tomada de decisão utilizam metodologias específicas e, portanto, ferramentas como programas de computador e aplicativos próprios. Nesta aula, vamos analisar algumas possibilidades, exemplificando sua aplicação para pesquisas sobre a interface transportes e turismo.

No trabalho de conclusão de curso de bacharelado em Turismo sobre a experiência de uso do trem do Corcovado, realizado na Universidade Federal de Juiz de Fora, Fraga (2004) utilizou uma técnica denominada cálculo amostral para determinar o tamanho da amostra. Para executar a tarefa, utilizou como ferramenta o SPSS para tabular e analisar os dados. Foram aplicados 400 questionários. Com o uso do programa, foi possível criar uma modelagem, inserção dos dados e transformação desses em informações para análise. O cruzamento de variáveis permitiu a análise exploratória sobre o tema.



**Figura 25.3:** Representação gráfica a partir do uso do SPSS.

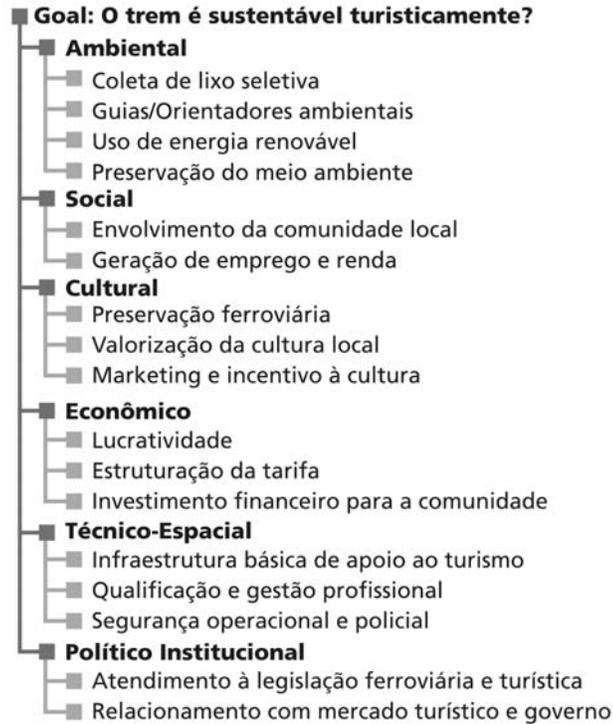
Fonte: Fraga (2004, p. 54).

O software SPSS é muito utilizado para pesquisas científicas em ciências sociais e em pesquisas mercadológicas. Existem outros, como o MiniTab. Para saber mais sobre esse programa estatístico clique em <http://www.spss.com.br/> e escolha "Brazil".

Ao analisar a **Figura 25.3** (gerada pelo SPSS), é possível notar que a motivação pelo uso do trem do Corcovado é diretamente associada a experiência turística que ele pode proporcionar. Dos 100% que afirmaram ser sim o uso do trem do Corcovado uma experiência turística, 36% reconheceram a vista proporcionada; 30% os valores históricos, culturais e nostálgicos do passeio e 17% os valores ecológicos, já que o trajeto é feito dentro da floresta da Tijuca – maior floresta urbana do mundo e o trem é eletrificado, não poluindo diretamente o meio ambiente.

Outro método interessante para o tratamento de dados na busca por informação em pesquisa científica está baseado no Método de Análise Hierárquica com Multicritérios desenvolvido por Saaty (1977). O método possibilita estabelecer pesos e critérios para a resolução de um determinado problema, facilitando a tomada de decisão. Através dele, é possível traçar uma árvore de decisão e assim fazer uma análise comparativa para determinar o comportamento de elementos em um cenário.

Fraga (2008) utilizou o método de análise hierárquica proposta, por Saaty (1977), através do software Expert Choice para análise da seguinte questão: o trem é sustentável turisticamente? O objetivo da pesquisa de mestrado era identificar o comportamento de trens turísticos frente às questões relativas às dimensões da sustentabilidade. Após levantamento bibliográfico e consulta a especialistas e tomadores de decisão do mercado, foram estabelecidas as dimensões e critérios. Os resultados do estudo servem de apoio para a criação de uma certificação sobre sustentabilidade para trens turísticos no Brasil.



**Figura 25.4:** Árvore de decisão montada a partir do Expert Choice para análise da sustentabilidade de trens turísticos no Brasil.

Fonte: Fraga (2008, p. 53).



O Expert Choice é um software (programa) feito para Windows e serve para hierarquizar o processo de tomada de decisão sobre uma determinada questão que envolva escolha. Para saber mais, acesse: <http://www.expertchoice.com/>

Existe uma série de outros métodos traduzidos em ferramentas para o tratamento de problemas de pesquisa. Alguns softwares são *open access* (acesso livre), isto é, não precisam ser comprados. Outros como o SPSS e o Expert Choice utilizados por Fraga (2004 e 2008) precisam de licença para o uso. Nesta parte da aula, podemos identificar que existem métodos e ferramentas importantes, que poderão nos auxiliar no desenvolvimento das pesquisas em transportes e turismo.



Para conhecer mais trabalhos sobre a interface transportes e turismo consulte a produção de teses e dissertações do Programa de Engenharia de Transportes da Coppe/Universidade Federal do Rio de Janeiro. Clique no link Produção do site <http://www.pet.coppe.ufrj.br/>

Esta aula final do curso é muito importante, pois aborda temas fundamentais para o desenvolvimento de pesquisas nos transportes que servem ao turismo em duas perspectivas centrais, a científica e a mercadológica. Com certeza, você deve ter ampliado a sua visão sobre a importância dos transportes no turismo. Esperamos que você promova diálogos relevantes entre o conhecimento aprendido nesta disciplina e outras disciplinas de seu curso para a geração de novos conhecimentos, produtos e processos que auxiliem na evolução do conhecimento sobre turismo.



## Atividade Final

---

### Atende ao Objetivo 4

Vamos a uma outra simulação: você terá de desenvolver uma pesquisa sobre gerenciamento da mobilidade na ilha de Paqueta, no Rio de Janeiro. Nesta ilha, que dista 15km do Centro do Rio de Janeiro, as únicas formas de acesso são hidroviária ou aérea. A circulação dentro da ilha só pode ser realizada através de veículos não motorizados como bicicletas, charretes, ecotáxis (triciclos) etc. Tendo em vista o conceito de Gerenciamento da Mobilidade, proposto por Balassiano e Feitosa (2003):

O conceito de Gerenciamento da Mobilidade engloba aspectos como a mudança de hábitos de viagem, transferência modal, redução de impactos produzidos por veículos no ambiente urbano, diminuição dos níveis de poluição



## **Resumo**

Apresentamos as noções gerais sobre pesquisa nos transportes em interface com o turismo, abordando aspectos relativos às variadas formas de trabalho com as disciplinas. Buscamos identificar a importância da pesquisa para o avanço do conhecimento sobre transportes em interface com o turismo no campo científico e mercadológico. Depois, discutimos a importância da ética e responsabilidade do pesquisador no desenvolvimento de pesquisas, nesse momento destacamos a importância dos Comitês de Ética. Por fim, identificamos alguns instrumentos de busca para revisão bibliográfica, como é o caso do Portal de Periódicos da Capes. E analisamos algumas ferramentas auxiliares a pesquisas nos transportes em interface com o turismo, como o SPSS, que é um programa de estatística, e o Expert Choice, que é um programa para hierarquização que auxilia na tomada de decisão.



**Transporte**

Referências

## Aula 19

---

MALAGUTTI, Antônio Osler. *Evolução da aviação civil, no Brasil*. Brasília: Câmara dos Deputados, 2001.

MOURA, Geraldo Bezerra. *Transporte aéreo e responsabilidade civil*. São Paulo: Aduaneiras, 1992.

PAGE, Stephen. *Transporte e turismo: perspectivas globais*. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

PALHARES, Guilherme Lohmann. *Transportes turísticos*. São Paulo: Aleph, 2002.

## Aula 20

---

BENI, Mario Carlos. *Análise estrutural do turismo*. 2. ed. São Paulo: Senac, 1998.

FONSECA, A. B. M.; MELLO, J. C. C. B. S.; S. JUNIOR R; R. A. E. Um estudo sobre tarifas aeroportuárias. Relatório de Pesquisa em engenharia de produção. Rio de Janeiro: UFF, 2004. v. 4.

PAGE, Stephen. *Transporte e turismo: perspectivas globais*. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

PALHARES, Guilherme Lohmann. *Transporte aéreo e turismo: gerando desenvolvimento econômico*. São Paulo: Aleph, 2001.

\_\_\_\_\_. *Transportes turísticos*. São Paulo: Aleph, 2002.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. *Código Brasileiro de Aeronáutica*. Brasília: Casa Civil, 1986.

SILVA, Adyr da. *Aeroportos e desenvolvimento*. Rio de Janeiro: Instituto Histórico Cultural da Aeronáutica, 1991.

AEROPORTO INTERNACIONAL DE AUCKLAND. Disponível em: <[www.aucklandairport.co.nz](http://www.aucklandairport.co.nz)>. Acesso em: 10 fev. 2011.

AEROPORTO INTERNACIONAL DE DUBAI. Disponível em: <[www.dubaiairport.com](http://www.dubaiairport.com)>. Acesso em: 10 fev. 2011.

AEROPORTO INTERNACIONAL DE HONG KONG (HKIA). Disponível em: <[www.hongkongairport.com](http://www.hongkongairport.com)>. Acesso em: 10 fev. 2011.

AEROPORTO INTERNACIONAL DE LIMA. Disponível em: <[www.lap.com.pe](http://www.lap.com.pe)>. Acesso em: 10 fev. 2011.

AEROPORTO INTERNACIONAL DE MUNIQUE. Disponível em: <[www.munich-airport.de](http://www.munich-airport.de)>. Acesso em: 10 fev. 2011.

AEROPORTO INTERNACIONAL DE VANCOUVER (YVR). Disponível em: <[www.yvr.ca](http://www.yvr.ca)>. Acesso em: 10 fev. 2011.

AIR ASIA. Disponível em: <[www.airasia.com](http://www.airasia.com)>. Acesso em: 10 fev. 2011.

AIR CANADA. Disponível em: <[www.aircanada.com](http://www.aircanada.com)>. Acesso em: 10 fev. 2011.

AIR NEW ZEALAND. Disponível em: <[www.airnewzealand.com](http://www.airnewzealand.com)>. Acesso em: 10 fev. 2011.

ASIANA AIRLINES. Disponível em: <[www.flyasiana.com](http://www.flyasiana.com)>. Acesso em: 10 fev. 2011.

LAN AIRLINES. Disponível em: <[www.lanairlines.com](http://www.lanairlines.com)>. Acesso em: 10 fev. 2011.

LUFTHANSA. Disponível em: <[www.lufthansa.com](http://www.lufthansa.com)>. Acesso em: 10 fev. 2011.

PAGE, Stephen. *Transporte e turismo: perspectivas globais*. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

PALHARES, Guilherme Lohmann. *Transporte aéreo e turismo: gerando desenvolvimento econômico*. São Paulo: Aleph, 2001.

PALHARES, Guilherme Lohmann. *Transportes turísticos*. São Paulo: Aleph, 2002.

QATAR AIRWAYS. Disponível em: <[www.qatarairways.com](http://www.qatarairways.com)>. Acesso em: 10 fev. 2011.

SKYTRAX. Disponível em: <[www.skytrax.com](http://www.skytrax.com)>. Acesso em: 10 fev. 2011.

STAR ALLIANCE. Disponível em: <[www.staralliance.com.br](http://www.staralliance.com.br)>. Acesso em: 10 fev. 2011.

## Aula 22

---

AGÊNCIA Nacional de Aviação Civil (ANAC). Disponível em: <<http://www.anac.gov.br>>. Acesso em: 15 maio 2011.

AZUL Linhas Aéreas Brasileiras. Disponível em: <<http://www.voearul.com.br>>. Acesso em: 15 maio 2011.

GOL Linhas Aéreas. Disponível em: <<http://www.voegol.com.br>>. Acesso em: 15 maio 2011.

INFRAERO. *Anuário estatístico operacional 2010*. Brasília, 2011.

PAGE, Stephen. *Transporte e turismo: perspectivas globais*. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

PALHARES, Guilherme Lohmann. *Transporte aéreo e turismo: gerando desenvolvimento econômico*. São Paulo: Aleph, 2001.

\_\_\_\_\_. *Transportes turísticos*. São Paulo: Aleph, 2002.

TAM Linhas Aéreas. Disponível em: <<http://www.tam.com.br>>. Acesso em: 15 maio 2011.

## Aula 23

---

BANCO CENTRAL DO BRASIL (BCB). Disponível em: <http://www.bcb.gov.br>. Acesso em 20/05/2011.

CAMARGOS, Marcos Antonio de; MINADEO, Roberto. *Fusões e aquisições na aviação civil: uma análise da aquisição da Varig pela Gol*. XVIII ENANGRAD: Cuiabá, 2007.

EUROSTAR. Disponível em: <http://www.eurostar.com>. Acesso em 20/05/2011.

EXPEDIA. Disponível em: <http://www.expedia.com>. Acesso em 20/05/2011.

KAYAK. Disponível em: <http://www.kayak.com>. Acesso em 20/05/2011.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Administração de Marketing*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

REVISTA VEJA. *Fusões e aquisições*. Disponível em <http://veja.abril.com.br/perguntas-respostas/fusoes-aquisicoes.shtml>. Acesso em: 20/05/2011.

RYANAIR. Disponível em: <http://www.ryanair.com>. Acesso em: 20/05/2011.

ÚTIL. Disponível em: <http://www.util.com.br>. Acesso em: 20/05/2011.

## Aula 24

---

Curso de aperfeiçoamento na VB. Disponível em <<http://www.vbtransportes.com.br/vbtransportes/portugues/noticias/noticia32.aspx>> Acesso em: 2 de janeiro de 2011.

DOLABELA, F. *O segredo de Luísa*. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

FOLHA.COM. “Empresa de turismo oferece viagem à Lua por 100 milhões”. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u99077.shtml>> em 10 de agosto de 2005.

MINARELLI, J.A. *Empregabilidade: como ter trabalho e remuneração sempre*. 13ª. Ed. Gente, 1995.

MONTEIRO, A.; SANABIO, S. *Empreendedorismo*. Juiz de Fora, 2004. (Apostila da Disciplina de Empreendedorismo, MBA em gestão de negócios, Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Economia e Administração).

PAGE, Stephen. *Transporte e turismo: perspectivas globais*. 2. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

PALHARES, Guilherme Lohmann. *Transportes turísticos*. 2. Ed. São Paulo: Aleph, 2002.

PAOLILO, André Milton; REJOWSKI, Mirian. *Transportes*. 2. Ed. São Paulo: Aleph, 2002.

## Aula 25

---

BALASSIANO, R.; FEITOSA, T.C.G. *Gerenciamento da mobilidade em polos geradores de tráfego: Análise de padrão de viagens de hotéis residências no município do Rio de Janeiro*. ANPET, 2003.

BONONO, R.; baseado em TOGNETTI, M.A.R. (IFSC-SBI) Disponível em: <http://www.unifal.edu.br/Bibliotecas/MTPA.pdf>>

BRASIL. Departamento de Pesquisa da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://www.unirio.br/propg/pesq/construcao.htm>>

BRASIL. Programa de Engenharia de Transportes da Coppe/Universidade Federal do Rio de Janeiro. Disponível em: < PET. Disponível em: <<http://www.pet.coppe.ufjf.br/>>

CAPES. Periódicos CAPES. Disponível em: <<http://www.periodicos.capes.gov.br>>

Cidade Olímpica. Disponível em: <<http://www.cidadeolimpica.com>>

CIRET. Disponível em: <<http://www.ciret-tourism.com>>

CNPQ. DPG. Grupo de Pesquisa Transportes e o Turismo. Disponível em: <<http://dgp.cnpq.br/buscaoperacional/detalhegrupo.jsp?grupo=1697613AKW5CMF>>

Copa 2014. Disponível em <<http://www.copa2014.org.br/>>

DAVID, C. GIBBS; DAVID, W. RAPER; D. E. CONLAN. *Towards sustainable airport development*. The Environmentalist. Volume 16, Number 3, em 2005. Disponível em: <<http://www.springerlink.com.ez83.periodicos.capes.gov.br/content/tur6243p62083228/>>

EXPERT CHOICE. Disponível em: <<http://www.expertchoice.com/>>

EXPERT CHOICE. *User manual*. RWS, Pittsburgh. 1995.

FERREIRA, N.S.A. *As pesquisas denominadas “Estado da Arte”*. Educação e Sociedade. Ano XXIII, no 79, agosto de 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/es/v23n79/10857.pdf>> Acesso em 2 de janeiro de 2011.

FRAGA, C.C.L. *Trem do Corcovado: Experiência funcional ou turística?* Monografia apresentada ao Curso de Turismo da Universidade Federal de Juiz de Fora, janeiro de 2004.

FRAGA, C.C.L. *Análise da sustentabilidade de trens turísticos no Brasil*. Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Transportes COPPE/UFRJ. Setembro de 2008.

GPTT – Grupo de Pesquisa Transportes e o Turismo. Disponível em: <<https://sites.google.com/site/gptturismo/>>

MARCONI, M.A.; LAKATOS, E.A. *Fundamentos de metodologia científica*. São Paulo: Atlas, 2006. 315 p.

PALHARES, G.L. OLIVEIRA, M.V.O. *Transporte ferroviário de passageiros: o estado da arte*. Turismo em Análise, v.19, n.1, maio de 2008. Disponível em: <<http://www.turismoemanalise.org.br/index.php/turismoemanalise/article/view/9/9>>

Portal 2014. Disponível em: <<http://www.portal2014.org.br>>

Portal Transparência Rio 2016. Disponível em: <<http://www.portaltransparencia.gov.br/rio2016/transporte/>>

Projeto Porto Maravilha. Disponível em: <[http://www2.rio.rj.gov.br/smu/compur/pdf/projeto\\_porto\\_maravilha.pdf](http://www2.rio.rj.gov.br/smu/compur/pdf/projeto_porto_maravilha.pdf)>

SAATY, T.L. *A scaling method for priorities in hierarchical structures*. J. Math Psch. Vol.15. 1977.

SCIELO. Disponível em: <<http://www.scielo.org/php/index.php>>

SPSS. Disponível em: <<http://www.spss.com.br/>>



ISBN 978-85-7648-908-5



9 788576 489085



**UENF**  
Universidade Estadual  
do Norte Fluminense



Universidade Federal Fluminense

**UFF**



**FUNDAÇÃO  
SANTA CABRINI**  
Provedora de acesso à Cidadania



**FAPERJ**  
Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo  
à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro



**GOVERNO DO  
Rio de Janeiro**

**SECRETARIA DE  
CIÊNCIA E TECNOLOGIA**

**UNIVERSIDADE  
ABERTA DO BRASIL**

Ministério da  
Educação

GOVERNO FEDERAL  
**BRASIL**  
PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA