



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
FACULDADE DE CIÊNCIAS APLICADAS



VINICIUS MALMONGE ARAÚJO GONÇALVES

PANORAMA DO SETOR DE TRANSPORTE AÉREO NO BRASIL

Oferta e Demanda No Mercado Aeronautico

Limeira

2016



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
FACULDADE DE CIÊNCIAS APLICADAS



VINICIUS MALMONGE ARAÚJO GONÇALVES

PANORAMA DO SETOR DE TRANSPORTE AÉREO NO BRASIL

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial para
a obtenção do título de Bacharel em
[nome do curso] à Faculdade de
Ciências Aplicadas da Universidade
Estadual de Campinas.

Orientador: Prof. Dr. Profº Drº Marcos José Barbieri Ferreira

Limeira

2016

Ficha catalográfica
Universidade Estadual de Campinas
Biblioteca da Faculdade de Ciências Aplicadas
Renata Eleuterio da Silva - CRB 8/9281

G586p Gonçalves, Vinícius Malmonge Araújo, 1993-
Panorama do setor de transporte aéreo no Brasil / Vinicius Malmonge Araújo
Gonçalves. – Limeira, SP : [s.n.], 2016.

Orientador: Marcos José Barbieri Ferreira.
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Estadual de
Campinas, Faculdade de Ciências Aplicadas.

1. Aeronáutica comercial. 2. Aviões de transporte. 3. Linhas aéreas. I.
Ferreira, Marcos José Barbieri, 1968-. II. Universidade Estadual de Campinas.
Faculdade de Ciências Aplicadas. III. Título.

Informações adicionais, complementares

Palavras-chave em inglês:

Commercial aeronautics

Transport planes

Airlines

Titulação: Bacharel em Gestão de Empresas

Banca examinadora:

Edgar Barassa

Data de entrega do trabalho definitivo: 12-07-2016



Universidade Estadual de Campinas
Faculdade de Ciências Aplicadas



Autor(a): *Vinicius Malmonge Araujo Gonçalves*

RA: 139826

Título do trabalho: *Panorama do Setor de Transporte Aéreo no Brasil*

Natureza: *Trabalho de Conclusão de Curso*

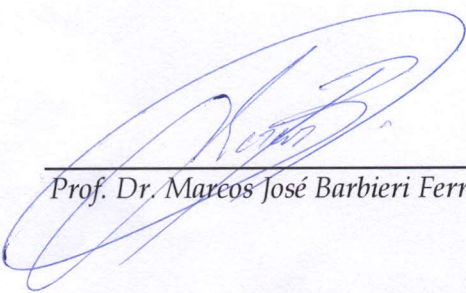
Curso: *105 - Gestão de Empresas*

Orientador: *Prof. Dr. Marcos José Barbieri Ferreira*

Aprovado em: *terça-feira, 12 de julho de 2016*

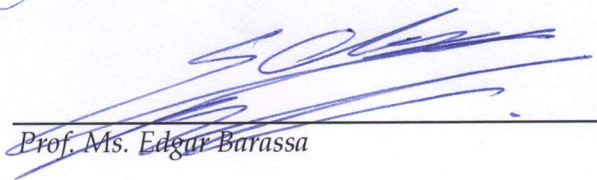
Banca Examinadora

Presidente:



Prof. Dr. Marcos José Barbieri Ferreira

Avaliador 1:



Prof. Ms. Edgar Barassa

Este exemplar corresponde à versão final da monografia aprovada.

Agradecimentos

A Deus, que é o maior mestre que podemos conhecer;
À minha família, base e porto seguro que permitiu o alcance deste importante feito na minha vida;
Meus amigos e aqueles que me ajudaram na criação deste trabalho.

GONÇALVES, Vinicius Malmonge Araújo. Panorama Do Setor de Transporte Aéreo no Brasil. 2016. nºf. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Gestão de Empresas. – Faculdade de Ciências Aplicadas. Universidade Estadual de Campinas. Limeira, 2016.

RESUMO

Este trabalho realiza um estudo sobre a competitividade do setor de transporte aéreo no Brasil, enfocando a oferta e demanda das companhias aéreas, baseado-se na teoria microeconômica. Para se realizar este estudo, é necessário entender o ambiente geral, ou seja, as principais estratégias utilizadas pelos provedores de oferta e quais os fatores que mais influenciam o caráter do consumidor que compõe a demanda. Questões consideradas relevantes, como o histórico da aviação no Brasil, e uma análise mais detalhada das companhias nos últimos dez anos - incluindo uma comparação com o modal rodoviário - são pontos chave que tornarão possível a compreensão da evolução do transporte aéreo nacional. Nota-se que neste mercado oligopolizado, com barreiras à entrada formada pelas restrições técnicas e pela estrutura de custos elevados, é necessário que as empresas sejam dinâmicas e flexíveis, ajustando-se rapidamente às variações da demanda, que é diretamente influenciada pela economia do país e do mundo. A vantagem competitiva das empresas líderes é um benefício, porém outros fatores como diferenciação do serviço e inovações tecnológicas podem determinar o sucesso ou fracasso no setor.

Palavras-chave: Aviação Civil. Mercado Aeronáutico. Transporte Aéreo. Oferta e demanda setor aéreo.

GONÇALVES, Vinicius Malmonge Araújo. Study of the Aerospace Market of in Brazil. 2016. nºf. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Gestão de Empresas. – Faculdade de Ciências Aplicadas. Universidade Estadual de Campinas. Limeira, 2016.

ABSTRACT

This paper makes a study of the competitiveness of the airline industry in Brazil focusing the offer and demand of the airlines, based on the microeconomics theory. To perform this study, it is necessary to understand the overall environment, in other words, the main strategies used by supply providers and which factors most influence the consumer's character that makes up the demand. Relevant issues, such as aviation history in Brazil, revenue evolution from airlines in the past decade - including a comparison with the road transport mode are key points that make it possible to understand the evolution of the national air transport. Note that in this oligopolistic market with barriers to entry formed by the high cost structure, it's necessary for the airlines to be dynamic and flexible, adjusting quickly to demand fluctuations, which is directly influenced by the economy of the country and of the world in general. The competitive advantage of leading companies is a benefit, but other factors such as differentiation of service and technological innovations can determine success or failure in the sector.

Keywords: Civil Aviation. Aviation Market. Air Transport. Supply and Demand in Airline Industry.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	Variação Anual da quantidade de passageiros-quilômetros pagos transportados – mercados doméstico e internacional, 2004 a 2013	19
Figura 2	Rotas Domésticas TAM e CODESHARE, 2016	25
Figura 3	Mapa de voos nacionais e internacionais – Gol Linhas Aéres Inteligentes, 2016	27
Figura 4	Mapa de voos nacionais e internacionais – Azul, 2016	29
Figura 5	Mapa de Rotas operadas pela AVIANCA Brasil e Internacional	33
Figura 6	Distribuição de empregados por categoria e empresa – empresas aéreas brasileiras, 2014	33
Figura 7	Quantidade de funcionários por aeronave – empresas aéreas brasileiras 2012 e 2013	33
Figura 8	Distribuição de aeronaves por operador e fabricante – empresas aéreas brasileiras, 2014.	34
Figura 9	Participação das cinco maiores empresas no número de passageiros pagos transportado – mercado doméstico.	34
Figura 10	Receita de voo (R\$1.000,00) da indústria 2009-2014	36
Figura 11	Evolução no PIB Brasileiro & Quantidade de voos – mercado doméstico, 2005 e 2014	37
Figura 12	Comparativo de passageiros interestaduais de longa distância transportados – 2004 a 2013	39

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
ANAC	Agência Nacional de Aviação Civil
ASK	<i>Available Seat Kilometer</i> (Assento Quilômetro Ofertado)
DAC	Departamento de Aviação Civil
FCA	Faculdade de Ciências Aplicadas
FMI	Fundo Monetário Internacional
HOTRAN	Agência Nacional de Aviação Civil
IAC	Instruções de Aviação Civil
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.
PIB	Produto Interno Bruto
PME	Pequenas e Médias Empresas
RASK	<i>Revenue per Available Seat Kilometer</i> (Receita por Assento/km)
SBU	Sistema de Bibliotecas da Unicamp

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
2. OBJETIVO DO TRABALHO.....	11
2.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
3. JUSTIFICATIVA.....	13
4. METODOLOGIA.....	14
5. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	15
5.1 BREVE HISTÓRICO DA AVIAÇÃO NO BRASIL.....	15
6. A DEMANDA DE TRANSPORTE AÉREO NO BRASIL	18
6.1. CARACTERÍSTICAS GERAIS DA DEMANDA.....	18
7. ESTUDO DA OFERTA DE TRANSPORTE AÉREO NO BRASIL	20
7.1 PADRÃO DE CONCORRÊNCIA	20
7.2 ESTRUTURA DE MERCADO: PRINCIPAIS COMPANHIAS AÉREAS.....	23
7.3 ESTRUTURA DAS EMPRESAS AÉREAS	32
7.3.1 MERCADO PESSOAL	32
7.3.2 FROTA	33
7.4. DISTRIBUIÇÃO DE MERCADO ENTRE AS GRANDES COMPANHIAS.....	34
7.5. EVOLUÇÃO RECENTE DO MERCADO AERONÁUTICO NACIONAL	36
7.3 BREVE COMPARATIVO COM O MODAL RODOVIÁRIO	38
8. INTRODUÇÃO ÀS REGRAS E DIRETRIZES DO SETOR AERONÁUTICO	40
9. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	42

1. INTRODUÇÃO

O setor de aviação civil evolui em um ambiente estimulado pela inovação, constantes melhorias e busca pela otimização de custos. No Brasil, o crescimento deste setor foi evidente, segundo a Agência Nacional de Aviação Civil, particularmente e na década passada.

O presente estudo busca analisar os principais determinantes desta expansão. Para isso inicia com um breve histórico da aviação no Brasil. Na sequência avança para a análise do mercado e da composição das principais empresas aéreas no Brasil através de dados que dizem respeito ao desempenho competitivo.

Esse estudo sobre a estrutura de oferta visa entender melhor as estratégias utilizadas pelos agentes provedores de oferta com o intuito de entender quais variáveis mais influenciam para a evolução deste setor. Por outro lado, a análise da demanda, busca identificar os principais determinantes da sua expansão.

O grande desafio das companhias aéreas está em acompanhar o elevado volume inovações tecnológicas, gerenciais e comerciais, inseridos num contexto de severas instabilidades política e econômica.

2. OBJETIVO DO TRABALHO.

O escopo dessa pesquisa está no estudo e entendimento da demanda e oferta do transporte aéreo de passageiros no Brasil na última década, ou seja, de um lado temos os diferentes tipos de passageiros e as forças que os impulsionam, enquanto que de outro temos as companhias aéreas e todas as empresas que dão suporte para essas empresas.

2.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- FAZER UM BREVE HISTÓRICO DA AVIAÇÃO.
- MAPEAR A ESTRUTURA DAS EMPRESAS AÉREAS

Descrição das principais empresas

Participação no Mercado

Receitas

Frota

Pessoal

- REALIZAR ESTUDO DA DEMANDA DE TRANSPORTE AÉREO NO BRASIL

Crescimento Econômico

Passageiros

Cargas

- REALIZAR ESTUDO DA OFERTA DE TRANSPORTE AÉREO NO BRASIL

Infraestrutura

Aeronaves

- REALIZAR UM BREVE COMPARATIVO COM O MODAL RODOVIÁRIO
- INTRODUÇÃO ÀS POLÍTICAS DE DIRETRIZES E REGRAS DO SETOR AERONÁUTICO.

3. JUSTIFICATIVA

A realização deste projeto tem como principal motivação a importância do setor aeronáutico para a economia de um país como o Brasil. O estudo deste importante setor econômico se faz necessário para aqueles que desejam melhor entender sua estrutura e a competitividade de suas empresas, seja para agregar conhecimento ou até mesmo ingressar nesse setor.

A escolha do tema é justificada por dois motivos: O primeiro deles e mais técnico é o motivo profissional, que provém do desejo de atuar como administrador em um mercado competitivo e dinâmico, onde o conhecimento é valorizado e desafios surgem todos os dias devido às constantes mudanças tecnológicas, econômicas e sociais. Tal justificativa é suplementada pelo motivo pessoal, que nasce quando lembro de minha infância, época em que desenvolvi uma afinidade e grande paixão por aeronaves e tudo que envolve seus “bastidores”. Sentimento esse que fora influenciado por meu pai, técnico em manutenção de aeronaves em diversas companhias aéreas dentro e fora do Brasil.

Este estudo concentra-se na elaboração de uma pesquisa que agregue benefícios para aqueles que desejam entender como funciona o sistema de aviação comercial no Brasil, além de destacar quais são os principais atores e elementos que influenciam no desenvolvimento do mercado aeronáutico, que por sua vez, na última década obteve um crescimento constante segundo ANAC 2014.

4. METODOLOGIA.

Utilizando-se do método descritivo, numa análise e correlação de fatos, esta pesquisa visa a realização de um estudo da demanda e oferta do setor aeronáutico brasileiro. Para isto será realizada ampla revisão bibliográfica abarcando a teoria microeconômica sobre competitividade, particularmente a teoria que trata da dinâmica da concorrência e estruturas de mercado. Na sequência serão utilizados dados e informações, principalmente os fornecidos pela Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC), visando descrever e analisar o setor aeronáutico brasileiro, ainda que de maneira breve.

Incorporação de gráficos relacionados ao desenvolvimento do setor aeronáutico serão ferramentas usadas para permitir uma maior compreensão das empresas que atuam neste setor.

Durante a coleta de dados e informações para o trabalho se buscará informações disponibilizadas pelas principais companhias aéreas que atuam em território nacional: Tam, Gol, Azul e Avianca . A análise será feita com base em dados, planilhas e gráficos disponibilizados pela ANAC, tendo como plano de fundo a conjuntura econômica do Brasil.

5. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Para que possamos analisar o presente e entender as projeções para o futuro da aviação é necessário que saibamos também do passado deste mercado. A origem das empresas e a evolução deste setor ao longo do tempo será apresentada nessa seção.

5.1 BREVE HISTÓRICO DA AVIAÇÃO NO BRASIL.

O artigo publicado na Revista Eletrônica Novo Enfoque, ano 2011, v. 13, n. 13, p. 72 – 93 por Pablo BIELSCHOWSKY e Marcos da Cunha Custódio, faz um estudo das transformações na economia do Brasil nos anos de 1920 ao início da década de 60 que tiveram como resultado uma expansão na demanda por transporte aéreo. A década de 20 foi marcada pelo crescimento do setor primário exportador devido a incentivos de valorização do café. A crise internacional que ocorreu em 1930 levou o modelo primário exportador à falência, porém deu origem às políticas de protecionismo e também acelerou a industrialização, processo esse que foi consolidado na década de 1950, marcada pela inserção de empresas estrangeiras de bens de consumo duráveis e criação de empresas estatais no setor de insumos básicos.

O setor aéreo brasileiro surge na segunda metade da década de 1920, dominado pela empresa Compagnie Générale Aéropostale.

“Era uma empresa Francesa que usava a experiência de pilotos veteranos da 1º Guerra para estabelecer voos de serviço de aeropostal e também a empresa Condor Syndikat, subsidiária da alemã Lufthansa que posteriormente foi nacionalizada com o nome de Serviços Aéreos Condor Ltda, devido à Segunda Guerra.” (Sonino, 1995).

A VARIG (Viação Aérea Rio Grandense) foi fundada em 1927 e ampliou seus serviços em 1930 no Rio Grande do Sul (Castro e Larny, 1993).

Em 1933 começa a voar a VASP (Viação Aérea São Paulo) por um grupo de empresários brasileiros, porém essa companhia foi absorvida pelo Estado de São Paulo um ano depois, ampliando seus serviços por todo o interior de SP. As fortes barreiras à entrada de novas companhias nesse setor foi uma forte característica que marcou a década de 30, pois era um momento

onde acesso às inovações tecnológicas se tornava maior, o que aumentava a competitividade e exigia um maior capital de investimento para acompanhar o mercado. Devido a isso, percebe-se na década de 20 e 30 uma predominância maior das subsidiárias de empresas estrangeiras.

A década de 40 marcou uma expansão das Empresas Nacionais devido a uma crescente disseminação da tecnologia no mercado aéreo, segmentando o mercado em empresas nacionais e internacionais. Durante a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), o mercado foi basicamente dominado por empresas Norte Americanas, enquanto as empresas Alemãs passaram a ser responsabilidade da Nação.

No pós-guerra o mercado aeronáutico passou por uma reconcentração do mercado e uma solidificação das empresas nacionais. A maior empresa brasileira nessa época foi a Real Aerovias, que segundo Sonino (1995), ocupava a sétima posição considerando a sua frota de aviões. Apesar do crescimento contínuo que estendeu-se até a década de 1960, políticas restritivas como o PAEG¹ levaram a economia do Brasil para um período de estagnação até 1967. Este foi o primeiro plano econômico do governo brasileiro após o Golpe Civil-Militar de 1964. Criado em meio a uma ditadura tinha o objetivo de combater a inflação, aumentar os investimentos estatais, reformar o sistema financeiro Nacional e atrair investimentos externos. -

A partir de 1968, o crescimento econômico batizado por Milagre Econômico voltou a render resultados positivos para o Mercado Aeronáutico Nacional. Segundo Tavares e Serra, 1971;

A década de 1980 foi marcada pela crise e um longo período de estagnação, tal que entre 1986 e 1993 o combate à inflação foi o foco principal em detrimento do crescimento econômico. Nos estudos de Bielschowsky e Custódio é possível notar as políticas adotadas num curto período da década de 80, segundo eles,

¹ FABER, Marcos. Programa de Ação Econômica do Governo (PAEG). Disponível em: <<http://www.historialivre.com/brasil/paeg.htm>>. Acesso em: 22 de julho de 2016.

“No ano de 1988 o governo adotou uma política econômica fortemente recessiva, mas a inflação continuou crescendo. No início de 1989 o governo de José Sarney lançou seu último plano, o Plano Verão, que também fracassou, levando a economia brasileira até a fronteira da hiperinflação no segundo semestre de 1989.” (Bielschowsky, Custódio, 2011)”

Profundas mudanças no mercado aéreo resultaram a partir da desregulamentação do mercado de transportes aéreos no Brasil, devido a crise financeira das empresas deste setor, tal que as três maiores empresas do setor aéreo brasileiro, Varig, Transbrasil e VASP, chegaram aos anos 1990 em situações insustentáveis (Ferreira & Laplane 2006).

Até 1999, o mercado aéreo no Brasil se encontrava concentrado em apenas uma grande companhia: a VARIG, que detinha uma parcela do *market share* significativamente maior do mercado em relação as companhias TAM, Vasp, Transbrasil e outras. Este cenário sofreria uma reviravolta no ano de 2004, que foi marcado pelo crescimento da TAM e da Gol, mudando assim a estrutura do mercado, que a partir daí disputavam em igualdade as parcelas do mercado.

Em 2006, a crise agravou a situação da VARIG, que deixou de operar em diversas rotas internacionais chegando a sofrer intervenção judicial e indo a leilão. Cabe destacar que segundo Ferreira e Laplane (2006), no segmento internacional do transporte aéreo brasileiro, a estrutura de mercado passou do monopólio da VARIG para um oligopólio com liderança da TAM, seguido pelas companhias GOL e BRA que também detinham uma parcela significativa do mercado

A OceanAir, era uma companhia que atendia as demandas de indústrias petrolíferas no Rio de Janeiro, e em 2002 passou a operar em rotas negadas pela VARIG. Ao longo dessa mesma década a OceanAir adquiriu a Avianca (2004) e após um agressivo plano de expansão em 2008, a companhia já se tornava uma das maiores do mercado juntamente com GOL e a TAM

O empresário brasilo-estadunidense David Neeleman, cria a Azul no ano de 2008, apostando numa estratégia diferente que baseava-se em concentrar suas operações num nicho que tinha se por um lado tinha fama de “ralo de dinheiro” da aviação regional do Brasil, por outro, evitava o embate

direto com as líderes do mercado TAM e GOL segundo a Revista Exame (2012).

6. A DEMANDA DE TRANSPORTE AÉREO NO BRASIL

6.1. CARACTERÍSTICAS GERAIS DA DEMANDA.

Segundo Ferreira e Laplane (2006), a demanda do mercado aeronáutico é determinada pelas variações do nível de renda dentro e fora do país. Para que fosse possível fazer um amplo estudo da demanda deste setor, os passageiros – principais clientes deste mercado – podem ser classificados em dois grupos: aqueles que voam a negócio e aqueles que voam a lazer.

O resultado dessa segmentação dá origem a uma ideia de divisão quase que geográfica da demanda de passageiros ao longo do território nacional, ou seja: Em determinados lugares do país, onde se encontram os grandes centros industriais, haverá uma maior quantia de passageiros que viajam a negócios enquanto em outros locais, na maioria das vezes turísticos, registra-se maior quantidade de passageiros voando a lazer. Nota-se assim uma preponderância de um grupo sobre o outro dependendo da região em que se é realizado o estudo.

A formação de diferentes grupos de passageiros juntamente com a segmentação da demanda permite que as empresas ofertantes dos serviços aeronáuticos sejam também classificadas de duas maneiras. Segundo Ferreira e Laplane (2006).

“observa-se que o mercado é relativamente diferenciável, o que possibilita a atuação de empresas ofertantes com perfis diferentes: as chamadas full service e low cost.” (FERREIRA; Marcos & LAPLANE, Gabriela, 2006)

Full service: São aquelas que como o próprio nome diz, oferecem todos os tipos de serviços e não priorizam apenas os passageiros que buscam economia, mas também aqueles que estão na procura de conforto. Geralmente tem como foco passageiros executivos e aqueles que viajam a lazer. Estas

empresas também focam na redução de custos mas priorizam a maximização da receita através da oferta de serviços diferenciados

Low Cost: Companhias que cobram baixas tarifas de voo pois cortam ao máximo as despesas e, conseqüentemente os custos de serviços que são oferecidos aos passageiros, além de ter sua estratégia voltada sempre à enxugar processos e serviços. Por exemplo: Voar com uma frota de aeronave de mesmo modelo para evitar despesas com treinamentos e manutenção de diferentes modelos de aeronaves. Uma empresa *low cost* opta por escolher aeroportos mais baratos, em geral, longe dos grandes centros.

O estudo feito por estes autores, destaca também a análise dos fatores que influenciam no volume da demanda. Ferreira & Lalane (2006), observam que existe uma forte correlação entre as variações da demanda e a situação econômica do país, ou seja, enquanto a economia deste estiver crescendo, haverá procura por transporte aéreo, porém se essa economia estiver em um momento de crise ou retração, notaremos uma queda nos volumes de passageiros.

Segundo pesquisas da ANAC publicadas nos anos anteriores, apesar das inconsistências e do desaceleramento de crescimento desde 2010, o mercado aéreo opera em alta e batendo recordes. Em 2012 foram mais de 100 milhões de passageiros pagos transportados, número que aumentou em 165% nos últimos 10 anos (para o Brasil e o mundo). Já na demanda de transporte de cargas, o crescimento para os últimos anos não foi tão exorbitante, entretanto ainda atingiu a incrível marca de 65% de aumento.

Variação anual da quantidade de passageiros-quilômetros pagos transportados – mercados doméstico e internacional 2004 a 2013

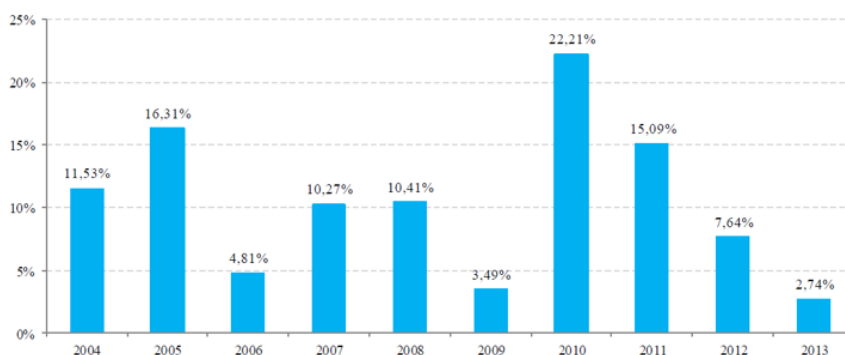


Figura 1 - Fonte: ANAC - Anuário do Transporte Aéreo (2014)

O estudo da demanda de transporte aéreo, nos permite também identificar dois diferentes mercados dentro deste setor. Um deles é o mercado doméstico, que consiste em voos que acontecem apenas dentro do território Nacional e o outro é denominado mercado internacional, que assim como o próprio nome diz, é composto por voos que acontecem de um país para o outro.

7. ESTUDO DA OFERTA DE TRANSPORTE AÉREO NO BRASIL

7.1 PADRÃO DE CONCORRÊNCIA

Para definir as características gerais da oferta no setor aeronáutico, é necessário que se entenda algumas definições sobre os modelos de concorrência em oligopólio e suas barreiras estruturais à entrada.

Bain (1958) descreve a "condição de entrada" de uma empresa como o "estado de concorrência potencial" de possíveis novos ofertantes, podendo ser caracterizada pelas vantagens que as firmas estabelecidas possuem sobre os competidores potenciais. Estas vantagens se refletem na capacidade de aumentar persistentemente os preços acima do nível competitivo sem atrair novas firmas para a indústria. Tais vantagens constituem exatamente o que se denomina "barreiras à entrada".

Por ser um mercado que se molda velozmente diante de seus dispêndios e fatores que impulsionam a diminuição de custo e maximização de receita, as companhias aéreas que compõem este mercado apresentam um dinamismo muito elevado em relação a outros setores econômicos.

“Na ênfase de concorrência potencial, se uma indústria apresenta lucros elevados, é de se esperar que novas empresas venham a se estabelecer nessa indústria, buscando compartilhar esses lucros extraordinários” (KUPFER, David; HASENCLEVER, Lia 2013)

Essa mobilidade interindustrial dos capitais enfrenta elevadas barreiras técnicas no setor aeronáutico; define bem a concorrência no setor aeronáutico, onde a receita das companhias aéreas são estimadas em bilhões de reais. Ainda assim, se por um lado as empresas estabelecidas oferecem pouca resistência a entrada de empresas entrantes, a estrutura de custos e o atendimento onde a demanda é alta por parte das grandes companhias trata de criar as barreiras à entrada neste setor. R. Gilbert neste mesmo livro, enfatiza este tipo de barreira, onde a Empresa estabelecida configura uma vantagem competitiva devido ao seu diferencial econômico.

Como todo mercado de alta rentabilidade, a aviação no Brasil possui fatores de competitividade que representam fortes barreiras à entrada para companhias que desejam atuar no mercado futuramente. A grande economia de escala por parte das companhias dominantes no mercado possui hegemonia nas rotas mais rentáveis, cobrindo a demanda quase que por completo com a preferência do consumidor, por fatores como o maior número de horários disponíveis e melhores preços. Os altos custos operacionais são também uma barreira que exige da companhia um poder de capital elevado para sanar os gastos de combustível e a manutenção das aeronaves que são atrelados ao dólar e representam mais da metade do custo total das companhias.

Cada aeroporto possui um tamanho e uma capacidade de operações diferentes. A infraestrutura aeroportuária de cada um define a quantidade de voos, o número de passageiros, quais tipos de aeronaves e o quais companhias podem atuar em suas rotas. O grau de atuação de uma companhia em determinado aeroporto é medido através dos seus acessos às *gates* e aos *slots*, que são respectivamente, os portões de embarque de passageiros e o tempo para a chegada e partida das aeronaves no aeroporto.

Por serem recursos limitados, o *slots* e *gates* do aeroporto tornam-se fortes barreiras estruturais às novas companhias, que ainda que tenha capital para sanar os custos operacionais, terão dificuldades em

atender rotas movimentadas, pois as empresas dominantes detêm os melhores horários e um maior número de portões de embarque, evitando novas concorrentes em determinadas rotas, segundo Laplane e Ferreira (2006)

O sistema de organização das linhas aéreas possui duas ideias de planejamento de rotas diferentes: O modelo *hub-and-spoke* e o modelo *point-to-point*. No primeiro, as rotas são centralizadas em aeroportos secundários que redistribuem os passageiros para aeroportos centrais, ocasionando uma queda nos custos totais de companhias que operam em escala. Já no segundo modelo, *point-to-point*, todos os aeroportos se conectam. No sistema *hub-and-spoke* nota-se uma redução de custo para as companhias, porém permite que as companhias dominantes de determinado aeroporto aumentem seus preços gerando uma vantagem competitiva maior e ocasionando em outra barreira estrutural à entrada para novas companhias.

“Em suma, a infraestrutura aeroportuária é um fator relevante na configuração da estrutura do mercado. Ou seja, uma vez que a infraestrutura aeroportuária é limitada, a presença da companhia aérea no aeroporto torna-se um determinante da sua competitividade e, além disso, representa outra barreira à entrada para novas empresas que pretendem atuar no mercado.” (Laplane & Ferreira, 2006)

Apesar das barreiras estruturais à entrada e custos elevados, existem alguns fatores que as empresas entrantes podem utilizar para se sair bem no mercado aeronáutico. Segundo novas empresas que entraram no mercado nos últimos anos, como a Gol e a Azul, notamos que o sucesso da companhia depende da diferenciação do seu serviço, ou seja, a qualidade do serviço oferecido pela companhia é um fator singular que determina a transformação do simples consumidor em cliente fiel da empresa. Outro fator que serve de carta na manga para os entrantes se baseia em investir em rotas diferenciadas. Essa foi a estratégia da Gol, que ao longo de seus anos de crescimento, buscou oferecer seus serviços nas lacunas que eram deixadas pela TAM e pela falência da Varig. Não menos importante, investir no domínio

de uma determinada região do país é fundamental para a consolidação da companhia antes que essa possa buscar investir em rotas mais competitivas, como ponte aéreas e operações internacionais.

7.2 ESTRUTURA DE MERCADO: PRINCIPAIS COMPANHIAS AÉREAS.

Os principais agentes que compõem a oferta deste mercado são as grandes Companhias Aéreas, empresas que prestam serviços de transporte aéreo de passageiros e de cargas. Abaixo segue uma breve descrição das cinco maiores companhias aéreas brasileiras com dados e informações que foram publicados no Anuário do Transporte Aéreo de 2014 divulgado pela ANAC.

7.2.1 TAM - LATAM

Inicialmente chamada de Transporte Aéreo Marília e fundada em 1961 pelo Comandante Rolim Amaro, a TAM foi muito favorecida em 1975, com o plano do governo denominado SITAR – Sistema integrado de Transporte Aéreo Regional, que dividiu o país em cinco regiões geopolíticas onde cada uma delas era administrada por apenas uma companhia. Com o novo nome de TAM Transportes Aéreos Regionais, em 1976, surge a companhia responsável pela região mais rica do país, o centro-sul.

Em 1986 a empresa adquiriu a Votec, a empresa que operava no centro-oeste e alterou sua denominação para Brasil-Central, que nove anos depois, em 1995 foi transformada em TAM Transportes Aéreos Meridionais S.A. Outras aquisições como a da LAPSA, que passou a ser chamada de TAM – Transporte Aéreos del Mercosul em 1996, Itapemirim e a Helisul Linhas Aéreas, ampliaram ainda mais sua área de atuação tanto dentro do país quanto fora dele.

Em um processo acelerado de crescimento, é lançado o primeiro Programa de Fidelidade do setor aéreo do Brasil pela TAM, criando logo em seguida (1996) a fundação TAM Cargo e a TAM Mercosul, após a compra da companhia aérea Lapsa do governo Paraguai. Nessa altura, a TAM já tinha se tornado a maior companhia aérea brasileira e em 1998, após o lançamento da TAM viagens, recebe seu primeiro A330 e realiza seu primeiro voo

internacional de São Paulo à Miami, e no ano seguinte já inaugurava as operações para Europa por meio de um acordo de código compartilhado com a Air France para Paris. O ano de 2005 foi marcante para a Companhia, que abriu seu capital na Bolsa de Valores – Bovespa, e dois anos depois na NYSE, Bolsa de Nova York.

Com uma expansão contínua há mais de 30 anos, com uma estratégia de oferecer um serviço de alta qualidade com uma busca contínua de redução de custo de suas operações. Tais características fez com que a TAM, no ano de 2004, torna-se a empresa líder do mercado doméstico. Em 2011 a empresa chilena LAN Airlines e a TAM assinam acordos vinculativos que estariam relacionados à combinação de negócios entre as companhias e, devido ao conjunto de operações entre ambas, nasce o LATAM AIRLINES GROUP.

A LATAM tem um frota composta por 389 aviões que em quase sua totalidade são da família Airbus, cujos seus atributos em potência e alcance conferem uma maior eficiência em rotas domésticas e regionais na América do Sul a outra parte dessa frota é composta por 166 Boeings.

A LATAM Airlines Group SA é uma sociedade anônima que possui seu capital aberto cotado em cinco Bolsas de Valores: Santiago, Val Paraíso, Eletrônica del Chile, New York e Bovespa. A sua gestão é de responsabilidade de um Conselho de Administração composto por nove membros que se reúnem uma vez por mês e são eleitos pela Assembléia Anual Geral dos Acionistas. Também possui um total de mais de 52 mil funcionários, destes 21,8 da LAN e 29,8 da TAM.

Segundo o site Valor (2016), por João José Oliveira, a TAM, no ano de 2015 a TAM registrou um prejuízo líquido de US\$ 183,812 milhões, o que resultou uma retração de 30,64% ante US\$ 6,628 bilhões apurados em 2014.

ROTAS DOMESTICAS TAM E CODESHARE

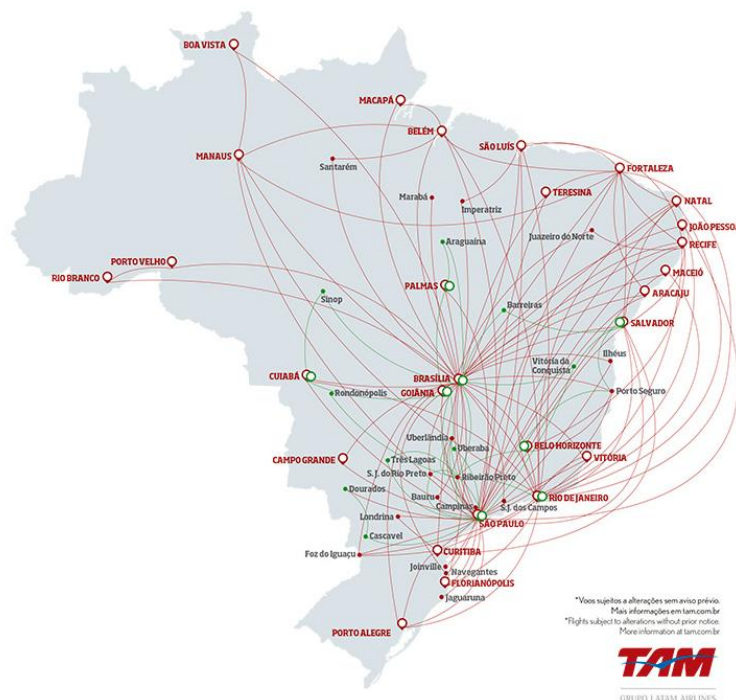


Figura 2 – Fonte: Revista de bordo – TAM Nas Nuvens. p.142. 2016

7.2.2 GOL

A Gol é uma empresa que deu início às suas operações em janeiro de 2001, com uma frota de seis aeronaves Boeing 737-700 e cinco anos depois ela se tornou a segunda maior companhia aérea nacional, com 36% do mercado doméstico e com uma participação em crescimento no mercado sul-americano. Com sede em São Paulo, a Gol é maior companhia de baixo custo da América Latina.

Essa posição que a colocou em destaque na aviação civil brasileira foi resultado de uma bem sucedida estratégia empresarial, que esteve centrada no conceito low-cost, low-fare (baixo custo, baixa tarifa). Para atingir baixos custos a Gol estabeleceu uma estrutura enxuta baseada em alta tecnologia, serviços simples além da padronização da frota de aeronaves.

Nascida na era da internet, a Gol buscou estruturar suas operações utilizando-se dessa tecnologia, ação que gerou vantagem diante de suas

concorrentes. Além disso, a Gol também investiu em softwares de comunicação ativa com seus passageiros (Virtual Private Network).

Em junho de 2004, a companhia negociou suas ações no mercado, fazendo com que os acionistas minoritários passassem a controlar 26% do capital total da empresa, sendo que 88% do *free float* foi negociado na forma de ADRs na Bolsa de Nova York e o restante na Bovespa. Tal manobra empresarial refletiu um grande êxito na captação de recursos e na valorização patrimonial da Gol. Também nesse mesmo ano, a GOL passou a operar em sua primeira rota internacional de São Paulo para Buenos Aires.

Em Março de 2007, a Gol comprou a antiga companhia aérea VARIG por um valor equivalente a US\$ 275 milhões. Essa empresa, opera com um total de 141 aeronaves (último registro em janeiro de 2016), todos eles da Boeing. O último registro do número de funcionários da Gol aconteceu em 2009 e neste ano ela tinha aproximadamente 15 mil colaboradores. A Gol opera em 60 aeroportos no território brasileiro e em 23 aeroportos internacionais com a terceira maior frota do país.

Pode-se dizer que desde sua fundação, 2015 foi o pior ano para a Gol, que obteve um prejuízo de 4,29 bilhões de reais, montante 284% maior do que do ano anterior. A empresa justificou os resultados negativos afirmando que a desvalorização do real foi o principal motivo que impulsionou o prejuízo, uma vez que a querosene de aviação, o leasing das aeronaves, e a manutenção da frota são cotadas em dólar. Tal resultado negativo levou a frota a um patrimônio líquido negativo de 4,32 bilhões de reais em dezembro de 2015. No dia 1º de Março de 2016, a Gol emitiu uma medida provisória que permitia a Delta Airlines capitalizar a empresa comprando quase 50% de suas ações, salvando-a da falência.

As expectativas da GOL para 2016 também não condizem com o esperado, tendo em vista que a empresa opera com uma queda de 15% a 18% no total de assentos e também apresenta um recuo de 4% a 6% no volume de decolagens nacionais para o primeiro semestre deste ano.



Figura 3 - Fonte: Revista de bordo - Gol Linhas Aéreas Inteligentes. p 73. 2016

7.2.3 AZUL

Em março de 2008, David G. Neeleman empresário brasileiro-estadunidense, anunciou a criação de uma nova Companhia Aérea Brasileira que teve seu nome definido após uma promoção denominada “Você escolhe”, ficando por fim: Azul Linhas Aéreas. Em agosto de 2009 a empresa já registrava uma marca inédita de 1 milhão de clientes transportados. A partir daí a Azul foi nomeada e recebeu diversos prêmios importantes de inovação até Setembro de 2011, onde ela alcança a posição de 3º maior companhia aérea brasileira e a marca de 12 milhões de clientes transportados até outubro e 15 milhões em fevereiro de 2012.

Sua associação com a TRIP acontece em maio de 2012, na holding Azul Trip S.A com 840 voos diários, 100 cidades atendidas e 15% do mercado doméstico. Em Julho deste mesmo ano, ambas as companhias, juntas, garantem o título de “Melhor Companhia Aérea Low-Cost” e “Melhor Companhia Aérea Regional da América do Sul”. A junção das duas Companhias se efetiva em Agosto de 2012, com uma nova marca e identidade visual. Ainda neste ano a empresa ganha dois prêmios muito importantes:

Melhor empresa aérea do Brasil pela Editora Abril e Melhor Companhia Aérea low-cost do mundo pelo Center for Asia Pacific Aviation (CAPA).

Em abril de 2014, além de anunciar uma parceria para acumular pontos e milhas com a United Airlines, a Azul também anunciou a compra de 12 aeronaves de fuselagem larga da Airbus (sete A330-200 e cinco A350-900.), lançando assim seu primeiro destino internacional escolhido: Flórida nos EUA, que começaram a ser vendidos em Setembro de 2014. Novamente a United cruza o caminho da Azul, celebrando uma parceria estratégica a longo prazo com um investimento de US\$ 100 milhões por 5% do valor econômico da Companhia brasileira.

O controle da empresa Azul se mantém nas mãos de seu fundador, David Neeleman, com 67% das ações da empresa, enquanto o Chinês HNA Group possui uma fatia de 23,7% do valor econômico da Companhia depois de um investimento de R\$ 1,7 bilhão. Em 2014 a Azul registrou um número aproximado de 11 mil funcionários.

Com uma frota composta por 139 aeronaves Embraer, ATRs e Airbus uma participação de mercado de 17% em território brasileiro a Azul opera em 102 destinos diferentes, transportando cerca de 22 milhões de pessoas

No ano de 2016 a Azul investiu cerca de 100 milhões de dólares em títulos conversíveis em ações da TAP Portugal, dando direito a 40% do capital da companhia portuguesa. Tal investimento decorre de um acordo do HNA Group com a Azul. A companhia afirma que essa operação abre espaço para aumentar ainda mais os acordos comerciais, negociações conjuntas e parcerias de otimização de frota.

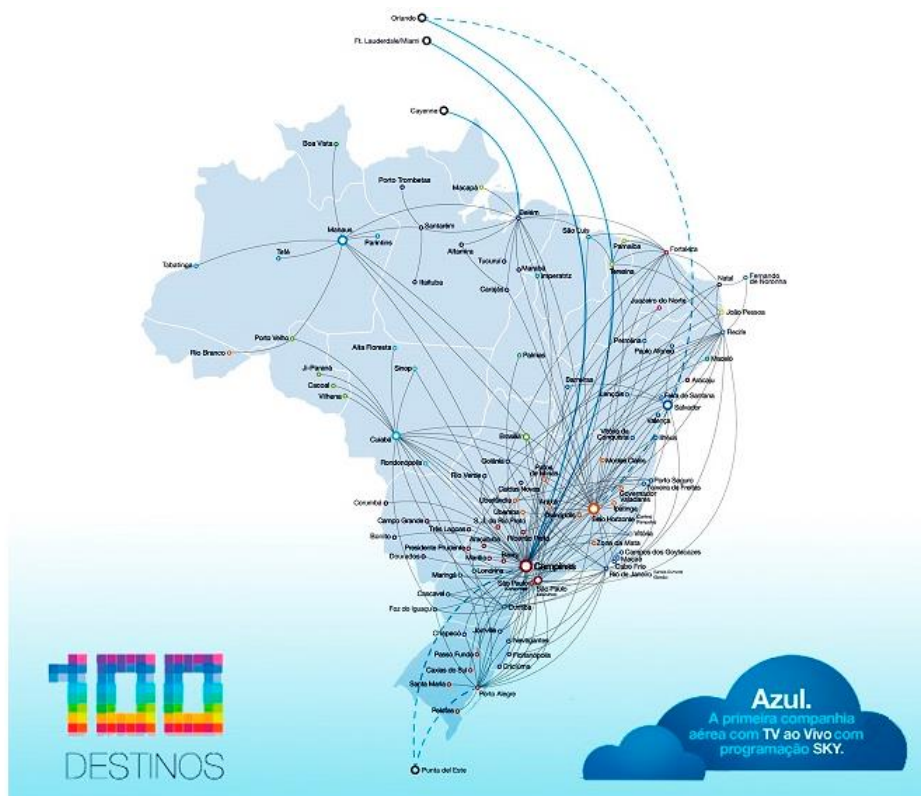


Figura 4 - Fonte: Revista de bordo – Azul Magazine. p.141 Jun. 2016

7.2.4 Avianca Brasil

Fundada na Colômbia, a Avianca é uma das companhias mais antigas do mundo e a mais antiga das américas segundo seu histórico em Aviancaholdings (2013). Ela foi fundada por empresários alemães em 1919 e no ano seguinte já iniciava voos pela América Latina e Estados Unidos. Em 1930 a Pan American Airways modernizou sua frota após adquirir 84,4% da Companhia. O seu nome “Avianca” surgiu após a fusão das empresas SCADTA e a SACO em junho de 1940.

Em 1951 a Avianca comprou a LANSA e em 1952 a SAETA, voltando assim a ser comandada por Colombianos. Seu primeiro voo para o Brasil aconteceu apenas em 1966, com seu novo Boeing 727-100 aterrissando em Manaus, e em 1990 e 1994 a Avianca operava no Brasil com os destinos de Rio de Janeiro e São Paulo respectivamente.

Em sérias dificuldades financeiras, em 2001 a empresa se fundiu com a SAM e a ACES, porém quase foi à falência até ser comprada pelo Grupo Sinergy que a salvou a Avianca adquirindo 75% da Companhia. Um investimento de US\$ 3 bilhões nos novos Airbus A319, A320, A330-200 e Boeings 787 marcou o início do “renascimento” da companhia no mercado. Após a aquisição da Taca pelo Grupo Sinergy, passou a se chamar Avianca-Taca.

A OceanAir passou a se chamar Avianca-Brasil em abril de 2010, porém não fazia parte oficialmente do grupo Avianca-Taca, que entrou no grupo Star Alliance em junho de 2012. Outras empresas adquiridas pela Avianca foram: A VIP e a Aerogal ambas equatorianas.

A Avianca realiza 184 voos por dia, dentre eles nacionais e internacionais, para 22 destinos e possui um quadro de funcionários com aproximadamente 3450 funcionários. Sua frota é composta por mais de 140 aeronaves, dentre elas Boeings, Airbus, Embraer, ATRs e CESSNAs

Diante da queda na demanda por viagens aéreas nos últimos anos, a Avianca tem buscado cancelar a chegada de novos aviões após encomendas para renovar sua frota. O presidente da Avianca Brasil, José Efromovich, afirmou que as companhias não conseguem ajustar a oferta de maneira imediata, devido ao fato de que o planejamento destas é feito em médio prazo. Segundo ele, a redução na capacidade não beneficia suas concorrentes oferecendo uma oportunidade de crescimento, mas pelo contrário: prejudica todas as companhias no setor (Revista EXAME, 2016)

Apesar da eminente crise no setor, ainda assim a Avianca desperta interesse nos rivais. Segundo o site estadão, as americanas Delta Airlines, Continental e o grupo chinês HNA (que já é sócia da Azul), estão interessadas em parcerias com a companhia. Tal interesse se deve ao fato de que a Avianca manteve uma postura mais agressiva diante da crise. Mesmo cancelando o pedido de novas aeronaves, ela ampliou sua capacidade em 15% de janeiro a abril deste ano.



Figura 5 - Fonte: Revista de bordo – Avianca em Revista. p.108. jun 2016

7.2.5 ABSA – TAM Cargo

A ABSA teve início em 1995 com o avião da marca Douglas DC-971F ligando o aeroporto de Viracopos à Bogotá, Caracas, México, Venezuela e Miami. Apesar de ser designada uma “Empresa Aérea Regular de Bandeira Brasileira”, o forte da companhia eram seus voos para o exterior, em média 35, contra apenas 10 voos às cidades do território nacional. Tal feito era possível pois a companhia possuía acordos com as empresas LAN CARGO, MAS Air e LANCO, fazendo com que ela pudesse transportar suas cargas para países da América Latina, Europa, Ásia e para os EUA.

Em 2001 a LAN comprou 20% das ações da ABSA e em agosto de 2012 a companhia ABSA passou a pertencer ao grupo LATAM Airlines, sendo renomeada para TAM CARGO. Hoje a essa companhia é composta por uma frota aérea de 70 aviões cargueiros e hoje está presente em 45 aeroportos e mais de 3900 cidades no exterior. A companhia conta atualmente com uma equipe de cerca de 380 funcionários.

7.3 ESTRUTURA DAS EMPRESAS AÉREAS

A oferta de transporte aéreo no Brasil está segmentada em dois tipos: De acordo com o REGULAMENTO BRASILEIRO DA AVIAÇÃO CIVIL, RBAC nº119, EMENDA nº 01, “Operação Doméstica” significa qualquer operação conduzida por uma pessoa operando aviões propelidos a jato, aviões propelido à hélice tendo uma configuração para passageiros com mais de 9 assentos (excluindo cada assento para tripulantes) ou aviões propelidos a hélice tendo uma capacidade de carga superior a 3400 kg entre quaisquer aeródromo dentro do Brasil enquanto Operação internacional significa qualquer operação conduzida por uma pessoa operando aviões propelidos a jato, aviões propelido à hélice tendo uma configuração para passageiros com mais de 9 assentos (excluindo cada assento para tripulantes) ou aviões propelidos a hélice tendo uma capacidade de carga superior a 3400 kg entre qualquer aeródromo regular dentro do território brasileiro e qualquer aeródromo regular fora do território brasileiro e vice versa.

7.3.1 MERCADO PESSOAL

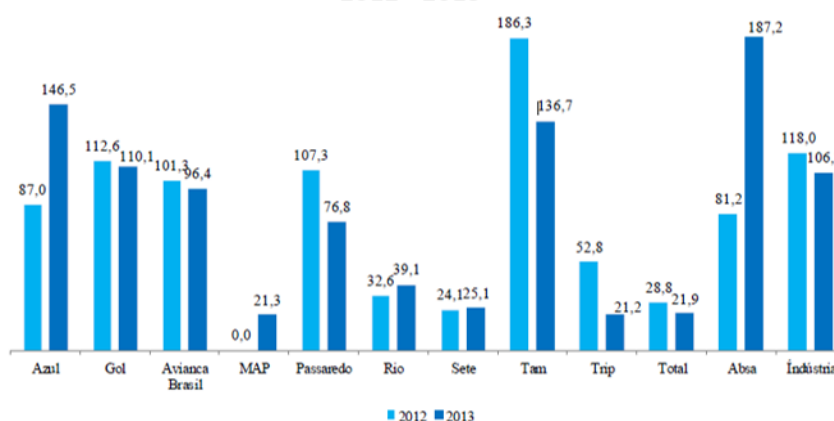
Apesar da evidente retração no transporte aéreo no Brasil em 2014, este ano registrou também um crescimento de 3,3% no quadro pessoal das companhias aéreas brasileiras em relação a 2013. Aproximadamente 28% dos funcionários integram os tripulantes, ou seja, Pilotos, co-pilotos e tripulação de cabine, fazendo com que a oscilação no número de operações necessariamente influencia o número de funcionários.

Distribuição de empregados por categoria e empresa – empresas aéreas brasileiras, 2014						
Empresa	Pilotos e Co-pilotos	Tripulação de cabine	Pessoal de Manutenção e Revisão Geral	Pessoal de Tarificação e Vendas	Outros	Total
Azul	1,475	2,067	1,734	3,500	2,067	10,843
Gol	1,599	3,195	2,606	4,884	3,902	16,186
Avianca	450	776	610	447	1,997	4,280
Tam	2,041	5,087	3,458	1,694	15,462	27,742
Absa	79	0	84	30	201	394
Indústria	5,644	11,125	8,492	10,555	23,629	59,445

Figura 6 - Fonte: ANAC - Anuário do Transporte Aéreo (2014)

A ANAC disponibiliza dados como: o número de empregados por aeronave, que analisado pode-se definir um indicativo de eficiência das companhias aéreas, que no Brasil pode-se notar uma eficiência, variando de uma média de 118 funcionários por aeronave em 2012, para 106 funcionários em 2013.

Quantidade de funcionários por aeronave – empresas aéreas brasileiras
2012 - 2013



*ao final de 2013, grande parte dos funcionários da Trip já integrava o quadro da Azul

Figura 7 - Fonte: ANAC - Anuário do Transporte Aéreo (2014)

7.3.2 FROTA

A primeira redução desde o início da série em 2010 foi registrada ao final de 2014, com uma diminuição de 14,2% no Total geral de aeronaves em relação ao ano de 2013. Liderada pela Boeing, fabricante líder em quantidades de aeronaves operadas por empresas brasileiras com 33,5% do total, a Indústria Aeronáutica fechou o ano com 549 aeronaves. Logo em seguida, temos a Airbus com 33,3% e a Embraer com 16,2% de participação.

Distribuição de aeronaves por operador e fabricante – empresas aéreas brasileiras, 2014							
Empresa	Airbus	ATR	Boeing	Cessna	Embraer	Fokker	Total geral
TAM	141		22				163
AZUL	5	60			86		151
GOL			141				141
Avianca	37					11	48
Passaredo		8					8
Total		3	5				8
Sete				5	2		7
RIO			7				7
ABSA			6				6
Pan American		5					5
Sideral			3				3
SUL				1			1
Abaeté					1		1
Indústria	183	76	184	6	89	11	549

Figura 8 - Fonte: ANAC - Anuário do Transporte Aéreo (2014).

7.4. DISTRIBUIÇÃO DE MERCADO ENTRE AS GRANDES COMPANHIAS AÉREAS NACIONAIS.

No ano de 2013, as duas empresas que mais transportaram passageiros em viagens aéreas domésticas foram a Gol com 36,1% e a TAM com 35,4% do total, superando cada uma delas, o total de 27,3% da soma de passageiros domésticos transportados pela Azul e Avianca juntas, segundo ANAC (2013)

Participação das cinco maiores empresas em passageiros pagos transportados – mercado doméstico.

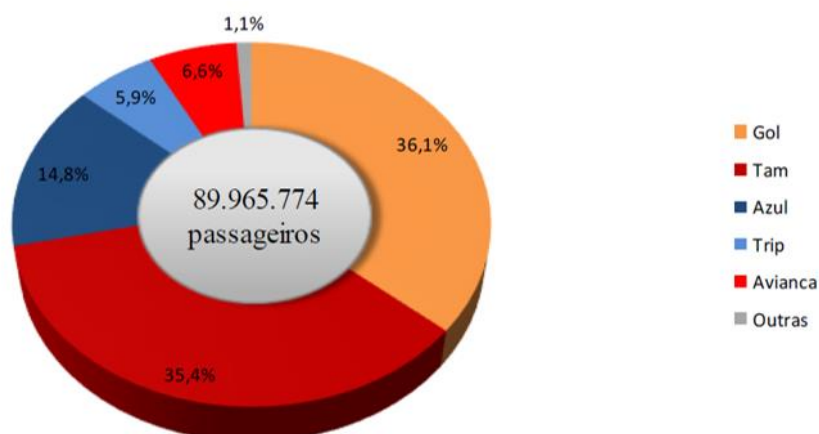


Figura 9 - Fonte: ANAC - Anuário do Transporte Aéreo (2014)

Apesar da forte desaceleração que sofreu no crescimento dos últimos três anos (2010, 2011 e 2012). O mercado aeronáutico internacional partindo do Brasil atingiu a marca de 140 mil voos realizados. O maior nível de oferta nos últimos 10 anos.

Novamente, assumindo a liderança dos dados, dentre as companhias brasileiras, a TAM e a Gol lideraram o mercado internacional com 97 % dos voos internacionais.

O continente com o maior número de voos com origem ou destino no Brasil foi a América do Sul, seguido de América do Norte e Europa. Considerando os países individualmente, o maior volume de voos se concentrou entre Brasil e Estados Unidos, sendo a Argentina o segundo destino com mais voos. (ANAC, p. 66 2014)

A indústria do transporte aéreo nos últimos anos foi marcada por uma grande disputa de *market share*, além de aquisições, parcerias e acordos unilaterais que acabaram por fortalecer algumas companhias e salvar outras da falência. A TAM avançou para uma associação com a companhia chilena LAN Airlines, enquanto a Gol e a Azul também buscaram investidores estrangeiros.

A concentração deste mercado é característica deste setor, que opera em poucas empresas gerando assim uma adequação da demanda à oferta, com o intuito de aumentar as taxas de ocupação e reduzir os custos. Porém, este oligopólio não prejudicará o mercado, uma vez que este é efetivamente contestável, ou seja, um mercado que se mantenha sujeito a competição potencial de novas empresas, segundo Laplane & Ferreira (2006).

Abaixo observa-se a evolução da receita de voo das principais Companhias aéreas brasileiras entre os anos de 2000 a 2014.

Receita de voo (R\$1.000,00) da indústria 2009-2014

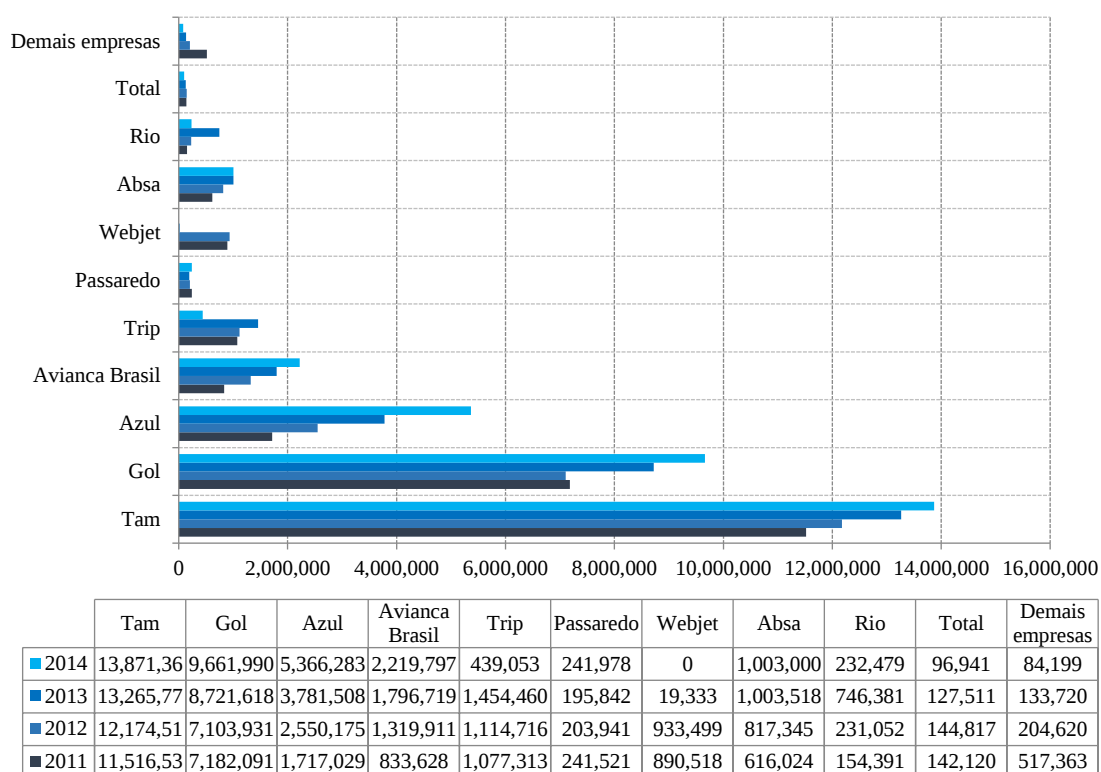


Figura 10 - Fonte: ANAC - Anuário do Transporte Aéreo (2014)

7.5. EVOLUÇÃO RECENTE DO MERCADO AERONÁUTICO NACIONAL

O gráfico 11, com dados da ANAC apresenta a evolução da quantidade de voos dentro do Brasil em comparação com a evolução do PIB brasileiro nos últimos dez anos. É possível notar uma certa interdependência nos anos de 2009-2011 onde o PIB brasileiro teve um crescimento de 36%. Esse crescimento é claramente refletido nos anos de 2009 a 2012 no aumento da quantidade de voos domésticos no Brasil. Duas retrações seguidas em relação aos anos anteriores do número de voos domésticos no período 2012-2014 também pode ser correlacionado à notada diminuição do PIB a partir de 2011.

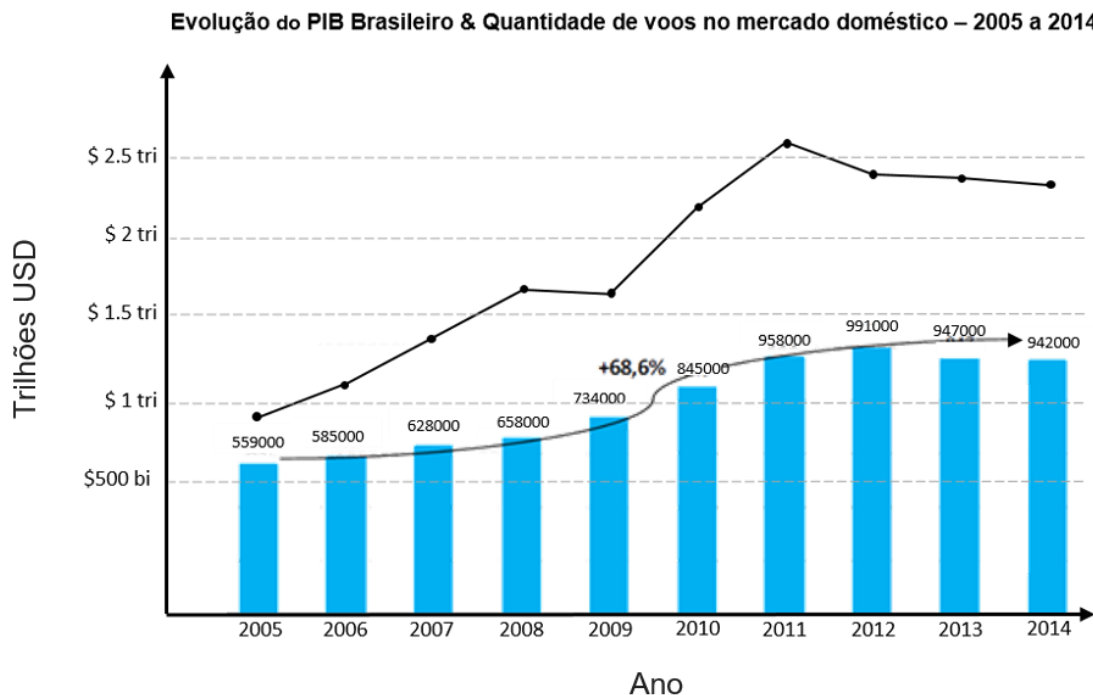


Figura 11 - Fonte: Banco Mundial (2016); ANAC (2014)

O ano de 2014 foi marcado por uma desaceleração econômica no Brasil, refletindo diretamente nos resultados da demanda por serviços aéreos. Além disso, pode-se citar também dois grandes eventos que impactaram diretamente este mercado: a Copa do Mundo no Brasil e as eleições presidenciais. Além disso, a média do preço do barril de petróleo permaneceu na casa dos US\$ 100,00 até o mês de agosto, onde a partir daí, observou-se uma acentuada queda, até finalizar em dezembro sendo cotado por US\$ 60,55 (desvalorização de 42,6% no ano). Cabe destacar que o querosene, insumo que representou aproximadamente 37% do total de custos do setor aeronáutico em 2014, adota como base de precificação o preço internacional do barril de petróleo. (ANAC p.08, 2014)

Por sua vez, a taxa de câmbio do real em relação ao dólar em 2014 apresentou queda entre fevereiro e agosto, porém a partir de setembro o dólar voltou a se elevar, finalizando a cotação anual em R\$ 2,66 (13,4% maior que o valor de dezembro do ano anterior). É importante destacar que segundo dados do Banco Central do Brasil (2014) as oscilações cambiais afetam 56% dos

custos das companhias aéreas, dentre eles: combustíveis, seguro, manutenção de aeronaves e arredamento estão diretamente atrelados ao dólar.

Em 2014 o valor médio do quilômetro voado por passageiro, sofreu uma queda de 5,1% em 2014 na comparação com o ano anterior e a Tarifa Aérea Média Doméstica foi apurada em R\$332,08, um valor bastante reduzido

Como resultado do acompanhamento feito pela ANAC, concluiu-se que nos cenários comparativos avaliados, as tarifas aéreas comercializadas para a Copa Do Mundo de 2014 foram compatíveis ou até mesmo inferiores com as tarifas de transporte aéreo em outros grandes eventos no país.

Isto demonstra em parte a elevada competitividade competência da estrutura de oferta do transporte aéreo nacional, que pode atender a uma demanda excepcionalmente elevada, sem que houvesse problemas de ordem técnica ou abusos econômicos. Esta ampliação da oferta com redução dos custos é corroborada na análise seguinte em que se apresenta uma breve comparação com o modal rodoviário.

7.3 BREVE COMPARATIVO COM O MODAL RODOVIÁRIO

Além de apresentar o contexto interno da aviação civil, composto pela concorrência das companhias aéreas, é crucial mostrar que existem outros fatores que também influenciam na oferta e demanda deste mercado. A tecnologia e praticidade faz com que o setor aéreo evolua ainda que outros modais, como o rodoviário percam espaço no mercado.

O gráfico 12 apresenta um comparativo do mercado Aéreo interestadual e o modal Rodoviário de longa distância ao longo dos últimos dez anos. Foram considerados dados da quantidade de passageiros que utilizaram o transporte rodoviário interestadual publicados pela Agência Nacional de Transportes Terrestres – ANTT. Para ambas as comparações foram definidas rotas acima de 75 quilômetros.

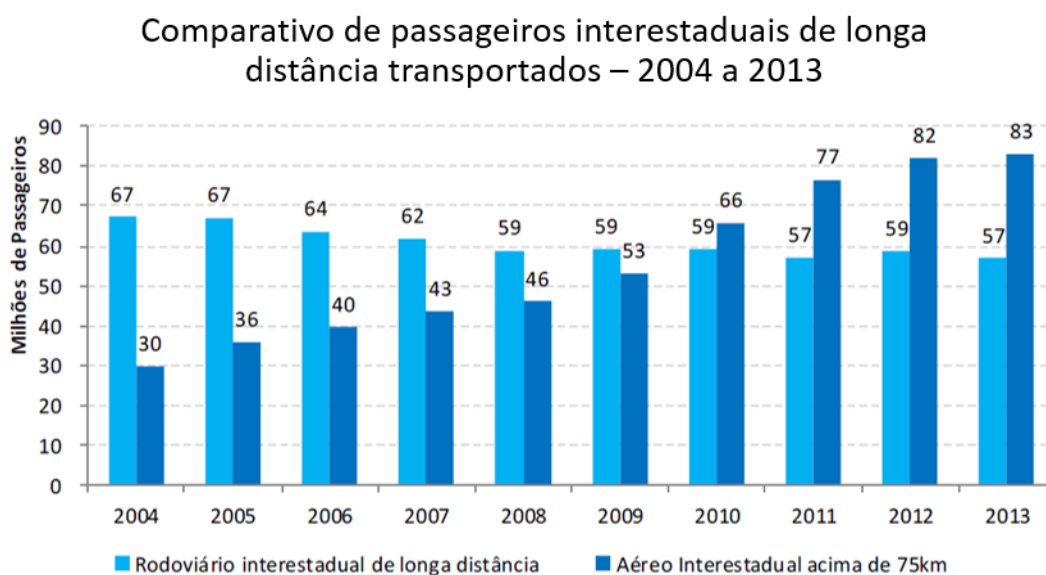


Figura 12 - Fonte: ANAC - Anuário do Transporte Aéreo (2014)

Nota-se uma grande evolução da utilização de transporte aéreo e uma pequena perda de espaço no modal rodoviário. Segundo os dados da ANAC, este crescimento do setor aéreo equivale a um incremento 177% do ano de 2004 ao ano de 2013, ao contrário do modal rodoviário que perdeu 19% do número de passageiros, neste mesmo período.

8. INTRODUÇÃO ÀS POLÍTICAS DE DIRETRIZES E REGRAS DO SETOR AERONÁUTICO.

A seguir a indicação das principais leis e normas que formam a Legislação Básica do setor aeronáutico:

- Lei nº 7.565, de 19 de dezembro de 1986 – Código Brasileiro de Aeronáutica.
- Lei nº 11.182, de 27 de setembro de 2005 – Cria a Agência Nacional de Aviação Civil – ANAC, e dá outras providências
- IAC 1223, de 30 de abril de 2000 – Confecção e aprovação de Horário de Transporte – HOTRAN.
- IAC 1224, de 30 de abril de 2000 – Alterações em voos regulares e realização de voos não-regulares.
- IAC 1502, de 30 de junho de 1999 – Cálculo dos índices de regularidade, de pontualidade e de eficiência operacional.
- IAC 1504, de 30 de abril de 2000 – Procedimentos para o registro de alterações em voos de empresas de transporte aéreo regular.
- Portaria nº 1.334/SSA, de 30 de dezembro de 2004 – Instruções relativas ao plano de contas das empresas de transporte aéreo regular.
- Resolução ANAC nº 16, 27 de fevereiro de 2008 – Altera os valores máximos de desconto para as tarifas aéreas internacionais, com origem no Brasil e destino nos países da América do Sul.
- Resolução ANAC nº 83, 22 de abril de 2009 – Altera a política tarifária para voos internacionais regulares com origem no Brasil.
- Resolução ANAC nº 140, 9 de março de 2010 – Registro de tarifas referentes aos serviços de transporte aéreo regular.

Hoje o limite permitido de capital estrangeiro nas companhias aéreas é de até no máximo 20%, porém existe uma Medida Provisória 714 que trata da reestruturação da Infraro, editada pela presidente Dilma Roussef que prevê a ampliação para 49% do teto de capital externo para o setor. Articulada pelo presidente interino Michel Temer, o teto foi aumentado ainda mais, com uma nova proposta de permitir uma participação de 100% de participação,

permitindo assim com que estrangeiros pudessem se tornar donos por completo de companhias aéreas brasileiras, segundo o site valor.com.br (2016)

Porém, no dia 29 de junho a proposta foi vetada com a justificativa de que o tema seria encaminhado para um debate mais profundo segundo o ministro da Casa Civil, Eliseu Padilha (2006).

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS.

O mercado aeronáutico num país como o Brasil depende fundamentalmente do crescimento da economia para se desenvolver. Segundo as análises fornecidas pela ANAC e IBGE, o setor se expandiu nos momentos em que a economia apresentou crescimento e sofre uma retração proporcional em momentos de crise. Secundariamente, verifica-se a influência do câmbio na expansão do setor, dado que cerca de 60% dos custos da aviação civil, particularmente querosene e manutenção, são calculados diretamente em dólar. Neste sentido, a competitividade do setor possui dois determinantes fundamentais, crescimento do PIB e variação cambial.

Com relação à estrutura de oferta, observa-se que a aviação comercial no Brasil está atualmente concentrada em quatro grandes companhias aéreas: Gol, TAM, Azul e Avianca, que representam cerca 95% de participação no número de voos do mercado doméstico. Um dos fatores que explica este mercado oligopolizado no ramo de transporte aéreo é a composição da estrutura de custos, que exige uma capacidade financeira muito elevada, justificada pelo fato de que o setor aeronáutico exige constante implementação inovações e novas tecnologias. Entretanto, por ser também um mercado muito rentável, nos períodos de expansão há uma atração de novas empresas, como foi o caso da Avianca e Azul no último ciclo econômico ascendente.

Por ser um mercado muito dinâmico nota-se que a competitividade das empresas está relacionada com a capacidade de empreender e implementar inovações tecnológicas, gerenciais e comerciais. Contudo, os elementos microeconômicos não são suficientes para que as companhias aéreas nacionais retomem sua trajetória de expansão, também necessário que a economia como um todo volte a crescer.

REFERÊNCIAS.

Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC) , **Anuário do Transporte Aéreo**. 2014. Disponível em: www2.anac.gov.br/estatistica/anuarios.asp

Azul – Linhas Aéreas Brasileiras. **História e Origem**. 2015. Disponível em: <http://www.voeazul.com.br/sobre-azul> Acesso em: 10 mai. 2016

BAIN, J. (1956). **Barriers to New Competition** . Cambridge (Mass): Harvard University Press

BASTOS, Expedito Carlos Stephani. **EVOLUÇÃO DOS PLANADORES PARA FINS MILITARES**. Juiz de Fora: UFGF, 2009. 18p. Pesquisa científica, Pesquisador de assuntos Militares na Universidade de Juiz de Fora, UFGF, 2009.

CAMBESES, Manuel. **Bartolomeu Lourenço de Gusmão: O Pai da Aerostação**. Disponível em: <http://www.reservaer.com.br/galeriahonra/Bartolomeu-Gusmao.html>

DASTIN, Jeffrey; HAYNES Brad. Avianca se torna alvo cobiçado apesar de desaceleração econômica na América latina. **Reuters Brasil**. 6 Jun. 2016

FABER, Marcos. Programa de Ação Econômica do Governo (PAEG). Disponível em: <http://www.historialivre.com/brasil/paeg.htm>. Acesso em: 22 de julho de 2016.

FERREIRA, Marcos José Barbieri; LAPLANE, Gabriela. **O TRANSPORTE AÉREO NO BRASIL: PANORAMA GERAL, AVALIAÇÃO DA COMPETITIVIDADE E PROPOSTAS DE POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O SETOR**. Campinas, Unicamp, 2006. 83p. Projeto de Pesquisa CGEE/NEIT-IE-UNICAMP, Gestão, Unicamp, Campinas, 2006.

GOL – Linhas Aéreas Inteligentes. **Perfil e Memória GOL**. 2016. Disponível em <<http://www.voegol.com.br/pt-br/a-gol/quem-somos/perfil/paginas/default.aspx>>. Acesso em: 17 mai. 2016

GRAMANI, Maria Cristina . **O impacto da eficiência das companhias aéreas regionais nos demais segmentos**. São Paulo: 2011. Disponível em: <<http://www.insper.edu.br/conhecimento/operacoes-e-tecnologia/o-impacto-da-eficiencia-das-companhias-aereas-regionais-nos-demaais-segmentos/>>

HIRATA, Lucas. Companhias Aéreas ajustam capacidade frente à demanda. **EXAME**. São Paulo 20 mar. 2016.

IBGE. <http://www.ibge.gov.br>.

KUPFER, David; HASENCLEVER, Lia. **ECONOMIA INDUSTRIAL: Fundamentos teóricos e práticas no Brasil**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

LATAM Airlines Group. **Relatório Anual 2012: Frota**. Chile: 2012. Disponível em: <<http://memoria2012.marketinglan.com/portugues/flota.html>> Acesso em: 06/2016

OLIVEIRA, João José. TAM reverte lucro e tem prejuízo de US\$183,8 milhões em 2015. **Valor Econômico**. São Paulo. 22 mar. 2016.

Patricio e Sergio Barros (14 jan 2012). **Historia de los Inventos** - La Aeronáutica.

Revista Brasileira de Ensino de Física, v. 31, n. 3, 3604 (2009). "Bartolomeu Lourençoo de Gusmão: o primeiro cientista brasileiro".

