

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril  
Mestrado em Turismo – Gestão Estratégica de Destinos Turísticos

**A IMPORTÂNCIA DO TRANSPORTE AÉREO NO TURISMO  
O CASO DOS VOOS *CHARTERS* PARA O BRASIL**

Dissertação apresentada à Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril para a obtenção do grau de mestre em Turismo, especialização em Gestão Estratégica de Destinos Turísticos

Orientador: Professor Doutor Sancho Silva

Jorge Manuel de Oliveira Flor Abrantes

Outubro de 2010

Ao meu pai,  
Ao meu avô Flor,  
com profunda admiração e muita saudade ...

## **Agradecimentos**

Gostaria, antes de mais, de agradecer a todos aqueles que, de forma directa ou indirecta, contribuíram para a concretização deste desafio académico.

Um agradecimento particular ao Prof. Doutor Sancho Silva, pelo apoio incondicional à realização desta dissertação, assim como, à sua orientação, cujas recomendações se mostraram essenciais à condução lógica e estruturada deste trabalho.

Um agradecimento também ao Dr. Luis Ovídio da White Airways, pelo apoio e motivação dada para a concretização deste importante passo.

Não poderia, igualmente, deixar de agradecer ao Eng. Luiz Mór da TAP Portugal e ao Eng. Heitor da Fonseca da ANA – Aeroportos de Portugal, pela cedência de informação estatística, sem as quais, este trabalho estaria muito mais pobre e, cujas conclusões, seriam mais difíceis de elaborar.

Uma palavra de apreço aos participantes da amostra, e em particular, à autorização dada para poder anexar os vossos depoimentos à dissertação. A informação coligida constitui uma mais valia inestimável à investigação, com um valor histórico que urge enfatizar e com perspectivas futuras que abrem novas portas a futuros trabalhos.

Ao Publituris, em especial ao Ruben Obadia, o meu agradecimento pela total abertura dada para a consulta desse precioso espólio jornalístico. A possibilidade de consulta aos Publituris, a partir de finais de 1999, permitiu compreender, documentar e situar muitos dos aspectos críticos ao tema em análise que, de outro modo, não poderiam ser nem enumerados nem validados.

Finalmente, e acima de tudo, um agradecimento muito especial à minha família. À Teresa, pelo apoio incondicional.

## Resumo

O transporte aéreo tem um papel fundamental para o progresso do turismo internacional.

As companhias *charters* tiveram igualmente um contributo importante para a abertura de novos mercados, sendo essenciais ao desenvolvimento do turismo organizado (*ITC*) para esses destinos.

O mercado *charter* de Portugal para o Brasil iniciou-se em 2000, apesar dos muitos e sucessivos pedidos de anterior liberalização do mercado turístico português para aquele país anteriormente a esta data, nomeadamente dos operadores turísticos. Esta abertura do mercado aos *charters* levou a um crescimento exponencial dos voos *charters* para variados destinos no Nordeste do Brasil, muitos dos quais, até aí, completamente desconhecidos dos turistas portugueses.

A consolidação do *hub* da TAP Portugal, como a companhia aérea preferencial entre a Europa e o Brasil, foi a base de sustentação para o aumento do número de voos para os destinos já existentes e para novos destinos no Brasil.

O excesso de oferta, a saturação do destino, a valorização do real mas, mais importante, a alteração da frota de longo curso da TAP Portugal, para aviões de maior capacidade, permitiu-lhe oferecer esta capacidade adicional a preços competitivos aos operadores turísticos nacionais. Esta situação colocou um ponto final nos *charters* regulares para o Brasil, pois os operadores continuaram a programar o destino como anteriormente, com flexibilidade, qualidade no produto oferecido e sem assumir riscos.

A presente dissertação pretende analisar a evolução do mercado *charter* para o Brasil desde a sua abertura, visando ao mesmo tempo compreender as principais alterações ocorridas na última década.

As conclusões do trabalho demonstram que a alteração da política comercial da TAP contribuiu decisivamente para a queda do mercado *charter* para o Brasil, ao mesmo tempo que, a investigação também revelou que o decréscimo dos voos *charters* teve um impacto directo no declínio do número de turistas portugueses para o Brasil.

Palavras-chave: turismo, transporte aéreo, *charters*, TAP Portugal, Brasil

## Abstract

Air transportation has a fundamental role for the progress of the international tourism.

Charter airlines had also an important contribution for the opening of new markets, being essential to the development of the organized tourism (ITC) for those destinations.

Charter market from Portugal to Brazil was opened only in 2000, despite the several and successive requests for liberalisation of Portuguese tourist market to that country before that date, namely by tour operators. The opening of the market to the charters led to an exponential growth of charter flights to several destinations in the Northeast of Brazil, many of them completely unknown by the Portuguese tourists.

The consolidation of TAP Portugal *hub* in Lisbon as the preferential airline between Europe and Brazil, was the basis for the sustained increase of the number of flights for the existing and new Brazilian destinations.

The excess supply, the saturation of the destination, the valorization of the real but, more important, the change of long-haul fleet of TAP Portugal to aircrafts with more seats, allowed TAP to offer that additional capacity with competitive rates to national tour operators. This situation put an end in the regular charter market to Brazil, as tour operators were able to continue to programme same destinations as before, with flexibility, higher product quality but without assuming risks.

The present dissertation intends to analyse the evolution of the Portuguese charter market to Brazil since its opening, aiming at the same time to understand the main changes occurred during the last decade.

The conclusions of the research show that the change of the commercial policy of TAP Portugal has contributed definitely to the fall of the charter flights to Brazil. At the same time, the research also revealed that the decreasing of the charter flights had a direct impact in the decline of the number of Portuguese tourists to Brazil.

Key words: tourism, air transportation, charters, TAP Portugal, Brazil

## Glossário de termos, símbolos e abreviaturas

A.C.M.I.	Aircraft, Crew, Maintenance and Insurance
AEA	Association of European Airlines (em português, Associação das Transportadoras Aéreas Europeias)
Air Traffic Rights	Direitos de Tráfego Aéreo
Airline Deregulation Act	Lei federal americana que marca o início do processo de liberalização do transporte aéreo nos E.U.A.
APAVT	Associação Portuguesa de Agências de Viagens e Turismo
art.	artigo
ANA	Aeroportos de Portugal
ANAC	Agência Nacional de Aviação Civil (Brasil)
ANSP	Air Navigation Service Providers (em português, prestadores de serviços de Navegação Aérea). Em Portugal, a NAV Portugal
ASA	Acordos de Serviço Aéreo (vulgo Acordos Bilaterais)
ASK	Available Seat Kilometre (também conhecido como PKO)
ATA	Air Transport Association (Associação das Companhias Aéreas Americanas)
ATAG	Air Transport Action Group
ATM	Air Traffic Management (em português, Gestão de Tráfego Aéreo)
ATW	Air Transport World (revista técnica de aviação)
AV	Agência de Viagens
Bermuda Type Agreement	Acordo bilateral, assinado em 1946, entre os E.U.A. e o RU, que veio servir de modelo para futuros acordos bilaterais
Billions	Mil milhões
Catering	Serviço de fornecimento de refeições a bordo dos aviões
CE	Comunidade Europeia
C.E.O.	Chief Executive Officer

Code share	Acordo entre duas transportadoras onde a aeronave da transportadora que opera a rota ( <i>operating carrier</i> ) tem o seu próprio número de voo em conjunto com o número de voo da outra transportadora ( <i>marketing carrier</i> )
COM.	Documento da Comissão das Comunidades Europeias
Constant prices	Preços constantes, isto é, sem impacto da inflação
CTP	Confederação do Turismo Português
D.R.	Diário da República
Doc	Documento
Dynamic packaging	Capacidade de o passageiro poder escolher e construir o seu pacote turístico, à medida das suas necessidades e preferências
EASA	European Aviation Safety Agency (em português, Agência Europeia para a Segurança da Aviação)
EC	European Community (em português, Comunidade Europeia – CE)
ECAA	European Common Aviation Area (em português, Espaço de Aviação Comum Europeu - EACE)
Embratur	Instituto Brasileiro de Turismo
et al.	Et alii (e outros)
EU	European Union (em português, União Europeia – UE)
E.U.A.	Estados Unidos da América (em inglês, USA)
ex.	Exemplo
F/C	Flight Coupon (bilhete de avião)
Flight Coupon	Corresponde a cada um dos segmentos voados. A título de exemplo, um bilhete Lisboa/Madrid/Lisboa tem 2 Flight Coupons
Fly América Act	Acto que regula que qualquer cidadão utilizando fundos públicos americanos seja obrigado a viajar em companhias aéreas dos Estados Unidos da América (Cannon M., 2002)
Full Economy	Classe única de serviço (económica ou turística)
GDS	Global Distribution Systems (sistemas globais de distribuição, sendo os mais conhecidos o Galileo, o Amadeus e o Sabre)
Hajj	Peregrinação anual efectuada pelos muçulmanos a Meca

Handling	Serviço de aeroporto que inclui, entre outras funções, <i>check-in</i> , despacho de bagagem e despacho do avião
Hub	Placa de distribuição de tráfego, muitas vezes traduzido na capacidade de <i>feeding/defeeding</i> de uma companhia aérea, ou seja, de trazer passageiros de vários destinos para o aeroporto onde tem a sua base de operação ( <i>feeding</i> ) e distribuí-los depois para os destinos onde opera ( <i>defeeding</i> )
IACA	International Air Carrier Association (Associação internacional das transportadoras vocacionada para voos <i>charters</i> )
IATA	International Air Transport Association (em português, Associação Internacional das Transportadoras Aéreas)
ICAO	International Civil Aviation Organization (em português, Organização da Aviação Civil Internacional)
INAC	Instituto Nacional de Aviação Civil
Inflight Service	Serviços disponibilizados dentro do avião aos passageiros, que podem incluir serviço de refeições, entretenimento a bordo, vendas a bordo, entre outros
Infraero	Empresa Brasileira de Infra-estrutura Aeroportuária
Interlining	Capacidade de um passageiro poder realizar uma viagem de avião com utilização de várias companhias aéreas e apenas um único bilhete
Inverno Iata	Período compreendido entre Outubro e Março
ITC	<i>Inclusive Tour Charter</i> (pacote turístico)
Jet Fuel	Combustível de avião
Km	Quilómetro
LCC	<i>Low Cost Carrier</i> (em português, Companhias de Baixo Custo)
Load Factor	Coefficiente de ocupação dos voos
Long-haul flight	Voo de longo curso
M	Milhões
mM	Mil milhões
Movimento	Cada aterragem ou descolagem de uma aeronave (ANA)
n.d.	Não disponível
nº	Número

Não esp.	Não especificado
OEF	Oxford Economic Forecasting
OMT	Organização Mundial de Turismo
Open Skies	Acordo de Céus Abertos que permitem às companhias aéreas, entre esses Estados, poderem operar sem quaisquer restrições de capacidade, frequência ou tarifas
OT	Operador Turístico
Passageiro	Qualquer pessoa transportada por avião, à excepção dos membros da tripulação (ANA)
Pitch	Distância entre cada fila de cadeiras. Quanto maior o pitch maior o conforto, pois maior será a distância para a cadeira da frente
p.	Página
pp.	Entre páginas
Pág.	Página
PIB	Produto Interno Bruto
p. ex.	Por exemplo
PKO	Passenger Kilometre Offered (soma do número de lugares oferecidos multiplicados pela distância)
PKP	Passenger Kilometre Performed (corresponde ao número de lugares vendidos num avião, a passageiros pagantes - revenue passenger - multiplicado pela distância)
PKU	Passenger Kilometre Used (soma do número de passageiros transportados multiplicados pela distância)
Q	Questão
r	Coefficiente de Correlação
RPK	Revenue Passenger Kilometre (idêntico a PKP)
RU (ou R.U.)	Reino Unido
SARP's	Standard and Recommended Practices (ICAO)
SESAR	Single European Sky ATM Research (plataforma tecnológica de gestão do tráfego aéreo)
SES (Single European Sky)	Iniciativa comunitária visando a reforma do actual sistema de gestão do tráfego aéreo passando pelo aumento da capacidade instalada nos

aerportos e da segurança aérea (através da EASA) e pela criação de uma plataforma tecnológica de gestão do tráfego aéreo (SESAR – Single European Sky ATM Research)

Short break	Estada de curta duração
Slot	Autorização de uma companhia aérea para poder aterrar e descolar dentro de uma determinada faixa horária
Star Alliance	Uma das 3 alianças internacionais de companhias aéreas. As outras duas alianças são a OneWorld e a SkyTeam
TACV	Transportes Aéreos de Cabo Verde
TAM	TAM Linhas Aéreas (Brasil)
TAP	Transportes Aéreos Portugueses ou TAP Portugal
UE	União Europeia
UK	United Kingdom (em português, Reino Unido)
Umrah	Peregrinação efectuada pelos muçulmanos a Meca
UN	United Nations (em português, Nações Unidas)
UNWTO	United Nations World Tourism Organization
Up-selling	Técnica de vendas levando o comprador a adquirir bens de valor superior ou agredadas a outras já efectuadas
USD	United States Dolar (em português, dólares americanos)
Verão Iata	Período compreendido entre Março e Outubro
VFR	Visit Friends and Relatives (em português, visita a familiares e amigos)
Wide-body aircrafts	Aviões de larga capacidade
WTC	World Trade Center (torres gémeas em Nova Iorque)
WTTC	World Travel and Tourism Council
Yield	Receita/PKU (receita por lugar utilizado, corrigida pela distância)
10 <sup>6</sup>	Milhões
€	Euro

# Índice Geral

	<b>Pág.</b>
Dedicatória	1
Agradecimentos	2
Resumo	3
Abstract	4
Glossário de termos, símbolos e abreviaturas	5
Índice geral	10
Índice de figuras	13
Índice de tabelas	14
Índice de anexos	15
Índice de entrevistas e questionários	17
I – Introdução	18
I.1. – Tema e âmbito da investigação	18
I.2. – Objectivos	19
I.3. – Fontes de investigação	20
I.4. – Estrutura do trabalho	21
II – Turismo e Transportes	22
II.1. – Conceitos, definições e interdependência	22
II.2. – Acordos de Serviço Aéreo	28
II.3. – Complementaridade entre Transporte Aéreo e Turismo	31
III – Metodologia	33
III.1. – Enquadramento da investigação	33
III.2. – Vertentes, reflexões e objectivos da investigação	36
III.3. – Hipóteses de investigação	37
III.4. – Métodos e técnicas de investigação	39

	<b>Pág.</b>
III.5. – Observação indirecta: sua análise, discussão e principais conclusões metodológicas	40
III.6. – Enquadramento crítico da metodologia proposta	41
IV – Turismo e Transportes: factores quantitativos e qualitativos de análise	43
IV.1. – Importância do Turismo Internacional	43
IV.1.1. – Chegada de turistas internacionais	44
IV.1.2. – Receitas do turismo internacional	48
IV.2. – Importância do negócio do Transporte Aéreo	50
IV.2.1 – Principais indicadores da indústria do Transporte Aéreo	53
IV.2.2. – Caracterização histórica e respectiva evolução	56
IV.2.3. – Rentabilidade do Transporte Aéreo	59
IV.3. – O futuro do turismo e do Transporte Aéreo	62
IV.3.1. – O futuro do Turismo	62
IV.3.2. – O futuro do Transporte Aéreo	64
V – O mercado <i>charter</i>	70
V.1. – Enquadramento do Transporte Aéreo não Regular	70
V.2. – Evolução do mercado <i>charter</i>	73
V.3. – Factores que levaram ao crescimento dos <i>charters</i>	75
V.4. – <i>Charters</i> versus <i>LCC's</i>	77
V.5. – Futuro dos <i>charters</i>	80
VI – Turismo e Transporte Aéreo no Brasil	84
VI.1. – Breve caracterização conceptual	84
VI.2. – Chegadas de turistas	84
VI.3 – Receitas de turismo	87
VI.4. – Perfil da procura turística internacional	88
VI.5. – Movimento nos aeroportos	89
VI.6. – Plano Aquarela 2020	91

	<b>Pág.</b>
VII – Turismo e Transporte Aéreo entre Portugal e Brasil	93
VII.1. – Acordos de Serviço Aéreo	93
VII.2. – Tráfego Aéreo Portugal-Brasil	95
VII.2.1. – Enquadramento temporal	95
VII.2.2. – Enquadramento estatístico	102
VII.3. – A operação da TAP Portugal para o Brasil	103
VII.4. – Perfil dos turistas portugueses que visita o Brasil	106
VIII – Análise e discussão dos dados	108
VIII.1. – Enquadramento de abordagem	108
VIII.2. – Análise de entrevistas/questionários	114
VIII.3. – Análise e relação de dados	120
IX – Conclusões e Recomendações	132
Bibliografia	137
Anexos	157

## Índice de figuras

	Pág.
Figura 1. – A indústria do Transporte Aéreo	25
Figura 2. – Os cinco sectores principais de viagens e turismo	25
Figura 3. – O papel dos transportes nas dinâmicas entre oferta e procura turística	26
Figura 4. – Sistema Turístico de Leiper	26
Figura 5. – Evolução dos RPK's e das Chegadas de Turistas Internacionais (1996-2009)	32
Figura 6. – Evolução mensal dos RPK's e das Chegadas de Turistas Internacionais (2008-2010)	32
Figura 7. – Indicadores de turismo (2010-2020)	43
Figura 8. – Chegadas de Turistas Internacionais (1995-2009)	44
Figura 9. – Chegadas de Turistas Internacionais por região (2009)	45
Figura 10. – Receitas do Turismo Internacional (1995-2009)	49
Figura 11. – Chegadas e Receitas do Turismo Internacional (1990-2009)	49
Figura 12. – A indústria do transporte aéreo e os seus impactos	52
Figura 13. – RPK's (Procura) e ASK's (Oferta) entre 1980 a 2009	57
Figura 14. – Tráfego mundial de passageiros (1945 a 2010)	58
Figura 15. – Evolução da rentabilidade do Transporte Aéreo (1985-2011)	60
Figura 16. – Crescimento do tráfego Mundial entre regiões geográficas (2009-2029)	68
Figura 17. – Principais fluxos de tráfego em 2028	69
Figura 18. – Cadeia de Distribuição	72
Figura 19. – Principais características das <i>LCC's</i>	78
Figura 20. – Chegadas de turistas ao Brasil (1970-2009)	85
Figura 21. – Gasto médio do turista estrangeiro (1994-2008)	88
Figura 22. – Movimentos e passageiros em voos regulares e <i>charters</i>	122
Figura 23. – Relação entre turistas portugueses e nº de voos da TAP para o Brasil	125
Figura 24. – Relação entre turistas portugueses e nº de passageiros da TAP para o Brasil	126
Figura 25. – Relação entre o nº de passageiros <i>charters</i> e os turistas portugueses para o Brasil	129

## Índice de tabelas

	<b>Pág.</b>
Tabela 1. – <i>Ranking</i> das chegadas de turistas internacionais (1990-2009)	47
Tabela 2. – Chegadas de turistas internacionais por meio de transporte (1990-2009)	47
Tabela 3. – Chegadas de turistas internacionais por meio de transporte e região (2006)	48
Tabela 4. – <i>Ranking</i> das receitas de turismo internacional (2000-2009)	50
Tabela 5. – Visão do Turismo em 2020 (chegadas)	63
Tabela 6. – Visão do Turismo em 2020 (Principais mercados internacionais)	63
Tabela 7. – Previsão de Passageiros (Tráfego Regular) – 2009-2013	65
Tabela 8. – Previsões de Tráfego Aéreo em 2025	66
Tabela 9. – Crescimento (%) dos PKP's por regiões (2009 a 2012)	66
Tabela 10. – Evolução dos RPK's (2008-2028)	67
Tabela 11. – Tráfego de Passageiros (via aérea) entre RU e Europa Ocidental (% cresc. anual)	73
Tabela 12. – Tráfego regular e não regular (PKP's) – 1998-2009	74
Tabela 13. – Peso das LCC's no tráfego mundial de passageiros por região	79
Tabela 14. – Chegadas de Turistas Portugueses, em 2009, aos Estados Federais (por via de acesso)	87
Tabela 15. – Conta de Turismo do Brasil (1998-2009)	87
Tabela 16. – Movimento <i>charter</i> internacional (2008-2009)	91
Tabela 17. – Passageiros Transportados (F/C)	104
Tabela 18. – Passageiros Transportados em 6 <sup>as</sup> liberdades (F/C) – Top 10	105
Tabela 19. – Contributo dos mercados para as linhas do Brasil (Receita e F/C) (2000-2009)	106
Tabela 20. – Análise da Amostra	113
Tabela 21. – Factores que contribuíram para o desenvolvimento do turismo para o Brasil	117
Tabela 22. – Razões que levaram à queda dos voos <i>charters</i> para o Brasil	118

## Índice de anexos

	<b>Pág.</b>
Anexo 1. – Chegadas de turistas internacionais por região (1990-2009)	157
Anexo 2. – Peso relativo (%) das chegadas de turistas internacionais por região (1990-2009)	158
Anexo 3. – Chegadas de turistas internacionais por motivo da visita (1990-2009)	159
Anexo 4. – Peso das receitas do turismo internacional por região (1990-2009)	160
Anexo 5. – Peso do Tráfego Mundial de Passageiros (PKP) por regiões (%)	161
Anexo 6. – Transporte Aéreo – Indicadores da Indústria (2000-2011)	162
Anexo 7. – Fluxos do tráfego aéreo mundial por região (RPK's) – 1998 a 2028	163
Anexo 8. – Comparativo de vantagens de custos entre companhias <i>charters</i> e <i>LCC's</i>	164
Anexo 9. – Comparação entre <i>LCC's</i> , Companhias <i>Charters</i> e Companhias Tradicionais	165
Anexo 10. – Mapa do Brasil	166
Anexo 11. – Chegadas de Turistas ao Brasil por país emissor (2004-2009)	167
Anexo 12. – Chegadas de Turistas ao Brasil por país emissor e via de acesso (2009)	168
Anexo 13. – Chegadas de Turistas ao Brasil por país emissor, via de acesso e Estado Federal (2009)	169
Anexo 14. – Receitas turísticas no Brasil por meses (2007-2009)	170
Anexo 15a. – Perfil da procura turística internacional - Motivo da visita (2000-2008)	171
Anexo 15b. – Perfil da procura turística internacional - Tipo de alojamento utilizado (2000-2008)	171
Anexo 15c. – Perfil da procura turística internacional – Destinos mais visitados (2000-2008)	172
Anexo 15d. – Perfil da procura turística internacional – Tomada de decisão (2000-2008)	172
Anexo 15e. – Perfil da procura turística internacional – Permanência média (1994-2008)	173
Anexo 15f. – Perfil da procura turística internacional – Avaliação da viagem (2005-2008)	173
Anexo 16. – Desembarque de passageiros nos aeroportos brasileiros (1995-2009)	174
Anexo 17a. – Movimento de aeronaves entre Portugal/Brasil – Companhias aéreas (2000-2009)	175
Anexo 17b. – Tráfego comercial de passageiros entre Portugal/Brasil - Companhias aéreas (2000-2009)	176

	<b>Pág.</b>
Anexo 18a. – Movimento de aeronaves entre Portugal/Brasil	177
– Destinos (2000-2009) em Companhias aéreas não regulares	
Anexo 18b. – Tráfego comercial de passageiros entre Portugal/Brasil	177
– Destinos (2000-2009) em Companhias aéreas não regulares	
Anexo 19a. – Movimento de aeronaves entre Portugal/Brasil	178
– Destinos (2000-2009) em Companhias aéreas regulares	
Anexo 19b. – Tráfego comercial de passageiros entre Portugal/Brasil	178
– Destinos (2000-2009) em Companhias aéreas regulares	
Anexo 20. – Voos TAP para o Brasil (2000-2010) – Verão IATA	179
Anexo 21. – Voos TAP para o Brasil (2000-2010) – Inverno IATA	180
Anexo 22. – Peso do mercado do Brasil para a rede TAP (2000-2010)	181
Anexo 23a. – Perfil da procura do turista português no Brasil - Motivo da visita (2000-2008)	182
Anexo 23b. – Perfil da procura do turista português no Brasil	182
– Tipo de alojamento utilizado (2000-2008)	
Anexo 23c. – Gasto médio do turista português no Brasil (1998-2008)	183
Anexo 23d. – Perfil da procura do turista português no Brasil	183
– Permanência média (1998-2008)	
Anexo 23e. – Perfil da procura do turista português no Brasil	184
– Destinos mais visitados em lazer (2000-2008)	
Anexo 23f. – Perfil da procura do turista português no Brasil	184
– Organização da viagem (2000-2008)	
Anexo 23g. – Perfil da procura do turista português no Brasil	185
– Avaliação da viagem (2005-2008)	

## Índice de entrevistas e questionários

	<b>Pág.</b>
<b>Aviação</b>	
Luiz Gama Mór (TAP Portugal) – Entrevista	186
Luis Ovídio (White Airways) – Entrevista	193
<b>Operadores turísticos (com risco <i>charter</i>)</b>	
Diamantino Pereira (Viagens Abreu) – Questionário	198
Eduardo Pinto Lopes (terraBrasil) – Questionário	200
Fernando Bandres (Travelplan) – Questionário	203
João Santos (ex-Air Luxor Tours) – Entrevista	205
José Manuel Antunes (ex-Mundovip) – Entrevista	209
Luis Tonicha (Viagens Abreu) – Questionário	213
<b>Operadores Turísticos/Agentes de viagens (com representatividade no Brasil)</b>	
Daniel Marchante (Lusanova Tours) – Questionário	219
Miguel Ferreira (Exotico <i>online</i> ) – Entrevista	222
<b>Órgãos Oficiais de Turismo</b>	
Neila Araújo (Embratur) – Entrevista	225

# Capítulo I - Introdução

## I.1. – Tema e âmbito da investigação

Turismo e transportes há muito estão associados e as estatísticas anualmente publicadas pela OMT (turismo) e ICAO e IATA (transporte aéreo) são disso prova cabal. Crises no turismo têm impacto directo nos transportes, do mesmo modo que crises nos transportes, em particular no transporte aéreo, comprometem de forma directa os resultados no turismo.

Mas, como refere Page S. (2009, p. 347), referenciando Lumsdon, investigadores em transportes focam-se em assuntos de transportes, enquanto investigadores em turismo focam-se em turismo e nunca, na maioria dos casos, se dá uma combinação de ambos.

Sendo a temática assente no transporte aéreo, em particular no transporte aéreo não regular (vulgo *charter*), ir-se-á dar especial atenção aos aspectos ligados ao turismo e ao transporte aéreo e, em particular, à relevância que os transportes aéreos têm tido para o desenvolvimento do turismo.

O principal objectivo será caracterizar o sector do turismo e o sector da aviação comercial, pela importância que representam para o desenvolvimento das economias mundiais, geração de emprego e mobilidade das populações.

No que respeita ao transporte aéreo, a sua análise versará, exclusivamente, sobre transporte de passageiros. O negócio da carga não será analisado e comentado, a não ser se considerado relevante para enfatizar alguns dos aspectos em análise.

Relativamente ao transporte aéreo *charter*, far-se-á um enquadramento legal ao nível da caracterização do negócio e suas diferenças face ao Transporte Aéreo Regular, assim como, uma breve caracterização da evolução do transporte *charter* e quais as principais diferenças, em termos de custos, para com as suas congéneres regulares.

Dada a importância e o reflexo nas companhias *charters*, far-se-á igualmente uma comparação com as Companhias Aéreas de baixo custo (vulgo *Low Cost Carriers – LCC's*) e, pela relevância para a investigação, qual o futuro das companhias *charters*, em particular em voos de longo curso.

O futuro do turismo e da aviação, pela informação disponível, será igualmente objecto de tratamento e reflexão, em função quer de relatórios das autoridades oficiais reguladoras do

sector, como sejam a OMT, WTTC, ICAO ou IATA, entre outras, ou das construtoras de aviões mais reputadas e conhecidas do mercado da aviação – Boeing e Airbus.

Do mesmo modo e pela importância para a dissertação, far-se-á uma análise ao turismo e transportes no Brasil, identificando-se os principais mercados geradores de turistas, assim como, os principais motivos que levam os turistas ao Brasil. Efectuar-se-á igualmente um levantamento do tráfego pelos principais aeroportos, em especial, quanto à importância do tráfego *charter* para o Brasil.

A caracterização futura do turismo para o Brasil, em particular quanto ao Plano estabelecido para esse fim – Plano Aquarela 2020 –, permitirá avaliar o potencial esperado das actuais políticas de desenvolvimento e apoio à captação de turistas internacionais.

Centrando-se sobre o mercado *charter* Portugal e Brasil, dar-se-á especial relevância a esta temática, de modo a se poder dar uma maior cobertura e fundamentação às hipóteses em estudo, não deixando, desde já, de enfatizar a queda que o mercado português vem sofrendo ao longo dos anos para o Brasil, com a perda de mais de 150 mil turistas portugueses nos últimos anos.

A análise ao enquadramento legal do serviço aéreo Portugal/Brasil, ao abrigo dos acordos bilaterais em vigor, assim como, aos fluxos de tráfego registados quer pela TAP (enquanto principal – e actualmente único – *player* nestes mercados) quer pela ANA, numa caracterização mais alargada do mercado (neste caso, quer regular quer *charter*), vão-nos permitir ter uma visão mais fundamentada do comportamento do mercado ao longo dos últimos 10 anos.

## **I.2. – Objectivos**

O principal objectivo desta investigação é o de contribuir para um melhor conhecimento da interdependência entre o transporte aéreo e turismo e, em particular, nos fluxos turísticos entre Portugal e o Brasil e na identificação e caracterização do mercado de transporte aéreo entre os dois países nos últimos 10 anos.

Assim sendo, alguns dos objectivos gerais inerentes ao tema visam:

- Efectuar uma revisão bibliográfica dos principais aspectos ligados à relação entre turismo e transportes;
- Caracterizar os principais indicadores internacionais relativos a turismo e transporte aéreo;

- Identificar o comportamento da evolução do tráfego de passageiros e a respectiva rentabilidade da indústria do transporte aéreo;
- Avaliar o comportamento futuro dos principais indicadores de turismo e do transporte aéreo;
- Caracterizar o modelo de negócio *charter*, sua evolução e comparação às *LCC's* quanto ao seu modelo de negócio;
- Analisar o mercado do Brasil ao nível do turismo e transporte aéreo, tal como, a sua vertente *charter*;
- Enquadrar e avaliar os fluxos turísticos e das companhias aéreas entre Portugal e o Brasil, seja ao nível do tráfego regular seja *charter*.

### **I.3. – Fontes de investigação**

Em termos gerais, a realização do trabalho, assentou nas seguintes fontes de informação que serviram de base à investigação:

- ✓ Análise documental com base em publicações científicas (livros técnicos, artigos e dissertações), quer em formato papel quer em consultas a meios electrónicos e digitais (Internet);
- ✓ Análise documental com base em relatórios e informação técnica, seja em formato papel ou digital (e que permitiram consubstanciar muitos dos aspectos ligados ao sector);
- ✓ Análise documental de publicações não científicas, mas de reconhecido valor e rigor informativo e histórico (como são os casos dos jornais de turismo portugueses, que permitiram inventariar os principais acontecimentos, desde 2000, dos voos *charters* de Portugal para o Brasil);
- ✓ Análise de dados estatísticos referentes ao turismo e aviação comercial, através da consulta dos principais indicadores disponíveis para o efeito;
- ✓ Elaboração de questionário e realização de entrevistas (com base em questionário), junto de profissionais do sector do turismo e transportes (companhias de aviação, operadores turísticos, agentes de viagens e órgãos de turismo).

Deve-se salientar, contudo, que o tema, pela sua originalidade, está pouco desenvolvido quer nos meios académicos quer na informação técnica disponível existente, especialmente em Portugal.

#### **I.4. – Estrutura do Trabalho**

O presente trabalho está organizado em nove capítulos.

O primeiro capítulo visa uma introdução sumária do tema e âmbito da investigação, assim como, dos principais objectivos e fontes utilizadas para levar a cabo a presente dissertação.

O segundo capítulo visa, acima de tudo, uma revisão bibliográfica dos principais aspectos mais estratégicos e de abrangência mais alargada relativos ao tema Transportes e Turismo, sem se deixar de correlacionar a complementaridade existente entre estas duas variáveis.

O terceiro capítulo teve como principal preocupação descrever as principais etapas de metodologia levadas a cabo, seus objectivos e hipóteses de investigação, assim como, métodos e técnicas de investigação, sem esquecer uma análise crítica à metodologia proposta.

O quarto capítulo analisa os principais aspectos quantitativos e, onde possível, qualitativos relativos ao comportamento histórico e estatístico dos principais indicadores de turismo e transporte aéreo. Será igualmente efectuada uma análise ao futuro do turismo e transporte aéreo.

O quinto capítulo caracteriza o mercado *charter*, salientando os principais aspectos relativos a este negócio, seja ao nível do seu enquadramento e evolução, seja da sua comparação com as *LCC's* quanto ao futuro esperado das empresas de transporte aéreo *charter*.

O sexto capítulo analisa o mercado de turismo e transporte aéreo do Brasil, dando particular relevância ao conteúdo estatístico e perfil da procura, mas também sobre o futuro esperado do comportamento do turismo para este mercado.

O sétimo capítulo focaliza a sua análise sobre a realidade do turismo português para o Brasil, quer ao nível legal, temporal (desde 2000, aquando da aprovação dos primeiros voos *charters* para o Brasil) e estatístico, não descurando a importância da TAP e do alargamento da sua rede de exploração para aquele país.

O oitavo capítulo visa fazer a análise dos dados recolhidos através dos inquéritos/entrevistas e sua adequação aos objectivos e às hipóteses de investigação formuladas.

O nono (e último) capítulo apresenta as respectivas conclusões da investigação levada a efeito e abre novas portas de análise futura do tema, cuja riqueza não se esgota no presente trabalho.

## Capítulo II - Turismo e Transportes

### II.1. – Conceitos, definições e interdependência

Sendo os temas em análise, por natureza, de uma riqueza e vastidão informativa considerável, o principal objectivo, neste capítulo, será enumerar alguns dos aspectos mais abrangentes na relação entre Turismo e Transportes. Factores de natureza mais quantitativa, pela existência de abundante informação actualizada relevante ao tema, tal como, de natureza qualitativa, serão analisados ao longo dos Capítulos IV a VII.

Mesmo sabendo-se que outros aspectos de natureza mais teórica poderiam ser incluídos no presente capítulo, optou-se, na organização do trabalho, por incluir esses conceitos nos capítulos a que respeitam.

São muitas e variadas as definições de turismo. Como refere Theobald W. F. (2005) é extremamente difícil definir com precisão os termos “turista” e “turismo” porque esses termos têm significados diferentes para diferentes pessoas. Mesmo assim, a OMT, em 1991, em Ottawa, Canadá (Theobald W. F., 2005), posteriormente ratificada na *UN Statistical Commission* em 1994, definiu que “**turismo** compreende as actividades que as pessoas realizam durante as viagens e estadas fora da residência habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, com fins de lazer, negócios ou outros”.

Em 2008, as Nações Unidas (United Nations, 2010) reviu as *Recommendations on Tourism Statistics* de 1994, adoptando as *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*, visando uma melhor compreensão e sistematização da recolha e compilação das estatísticas de turismo entre os vários países (o Anexo I do novo documento da OMT faz uma rápida comparação das principais diferenças introduzidas por esta nova metodologia face à anterior proposta de 1994).

Page S. (2009, p. 7) considera que o turismo combina um leque alargado de actividades económicas e serviços desenhados para ir ao encontro das necessidades dos turistas. E destaca o papel que os transportes devem ter num sector do turismo mais abrangente e o seu contributo para o desenvolvimento do turismo, já que os transportes garantem as ligações essenciais entre a origem e o destino e facilita a movimentação dos turistas, homens de negócios, visita a amigos e familiares (*VFR*) e aqueles que se deslocam por motivos de educação ou saúde.

No que respeita ao enquadramento do transporte aéreo, a definição de aviação civil decorre da Convenção de Chicago (ICAO, 1944), assinada a 7 de Dezembro de 1944, em Chicago, E.U.A..

Conhecida como Convenção sobre Aviação Civil Internacional<sup>1</sup>, conforme definido no art. 3º da Convenção e, posteriormente traduzida nos regulamentos da União Europeia, define como “«Aviação civil», as operações aéreas efectuadas por aeronaves civis, excluindo as operações realizadas por aeronaves estatais referidas no artigo 3º da Convenção de Chicago sobre a Aviação Civil Internacional” (conforme Regulamento (CE) nº 300/2008 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 11 de Março de 2008) ao nível das várias definições (Jornal Oficial da União Europeia, 2008).

O art. 96º da Convenção de Chicago, enumera outras definições de base, essenciais à melhor percepção do tema em análise. De entre essas, destaca-se:

- a) «Serviço aéreo» significa qualquer serviço aéreo regular efectuado por aeronaves utilizadas no transporte público de passageiros, correio ou carga;
- b) «Serviço aéreo internacional» significa um serviço aéreo que sobrevoa o território de mais de um Estado;
- c) «Empresa de transportes aéreos» significa qualquer empresa de transportes aéreos que explore ou se proponha explorar um serviço aéreo internacional.

Na sua transposição para o direito nacional e, como preconizado por Almeida C. (2010), nos termos do art. 2º do Decreto-Lei nº 234/89 de 25 de Julho, define-se transporte aéreo regular como o transporte constituído por uma “série de voos comerciais abertos ao público e operados para transporte de passageiros, carga ou correio entre dois ou mais pontos, com uma frequência regular conforme um horário aprovado e devidamente publicitado”, noção esta complementada pelo exposto no art. 2º do Decreto-Lei nº 138/99 de 23 de Abril ao definir igualmente serviço aéreo regular como uma “série de voos que reúna todas as características seguintes: ser realizada por meio de aeronaves destinadas ao transporte de passageiros, carga e correio mediante pagamento, de forma que em cada voo existam lugares disponíveis para aquisição individual pelo público (directamente na transportadora aérea ou através de agentes autorizados); ser explorada de modo a assegurar o tráfego entre (...) dois ou mais aeroportos: quer de acordo com um horário publicado; quer mediante voos que, pela sua regularidade ou frequência, constituam de forma patente, uma série sistemática”.

Apesar da Convenção de Chicago (ICAO, 1944) ser o principal documento normativo das operações de transporte aéreo, só em 1962, esta definiu serviço aéreo internacional regular

---

<sup>1</sup> A Convenção de Chicago entrou em vigor apenas em 4 de Abril de 1947. Actualmente encontra-se em vigor a 9ª edição (ICAO, 2006a), publicada em 2006 (Doc 7300/9). Em Portugal, a Convenção de Chicago foi publicada e aprovada para ratificação pelo Decreto-Lei n.º 36158, de 17 de Fevereiro de 1947, 1ª Série e posteriormente ratificada por Carta de Ratificação publicada no Diário do Governo n.º 98, de 28 de Abril de 1948, 1ª Série

(*scheduled international air service*) como sendo aquele que é operado para servir o tráfego entre dois ou mais pontos, de acordo com um horário publicado ou com voos tão regulares ou frequentes que constituam uma série reconhecida e sistemática (Doganis R., 2002).

Como menciona Almeida C. (2010), verificam-se, independentemente das fontes e definições relativas ao transporte aéreo regular, as seguintes características: pluralidade de frequências; continuidade e periodicidade; oferta pública; natureza onerosa da oferta e sujeição a tabela pública de horários pré-estabelecidos.

O transporte aéreo não regular vem consignado em legislação própria e, nos termos do art. 1º do Decreto-Lei nº 19/82 de 28 de Janeiro, “considera-se transporte aéreo não regular quaisquer voos ou séries de voos, operados sem sujeição a normas de regularidade, continuidade ou frequência, destinados a satisfazer necessidades específicas de transporte de passageiros e respectiva bagagem, de carga ou correio, mediante remuneração ou em execução de um contrato de fretamento, por conta de uma ou mais pessoas, um ou outro respeitantes a toda a capacidade da aeronave”.

Almeida C. (2010) define que “o transporte aéreo não regular caracteriza-se por: (a) ser pontual, ocasional ou sazonal, sendo, normalmente efectuado com base num contrato de fretamento (*charter*); (b) não oferecer ou garantir continuidade; (c) não ser directamente acessível ao público em geral; e (d) ser de realização contingente, podendo ficar dependente do volume de tráfego a transportar.”

ATAG (2000) evidencia a importância da indústria do transporte aéreo não só para os consumidores, mas também do ponto de vista da produção já que incorpora desde os principais produtores de aviões, os financiadores, as infra-estruturas e os respectivos operadores (companhias aéreas independentemente do seu negócio regular internacional, regional, *charter* ou de carga, entre outras), não esquecendo o importante papel dos Governos (na regulamentação do sector) e dos prestadores de serviços no apoio à operação (combustíveis, *handling*, *catering*, etc.)

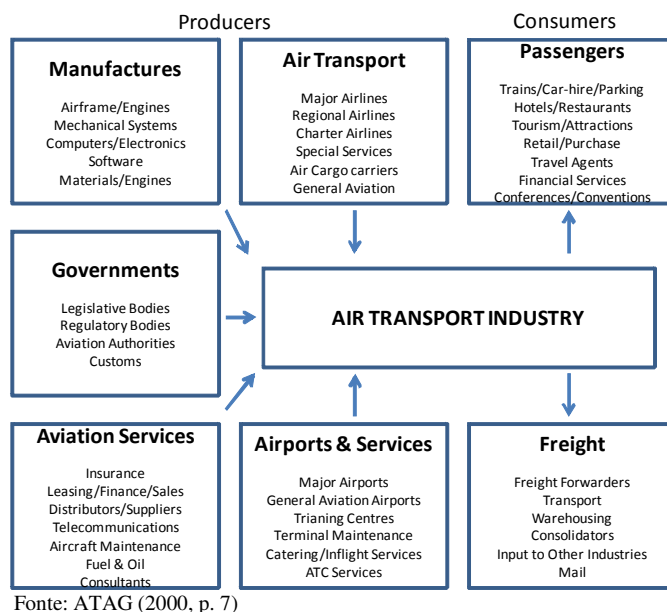
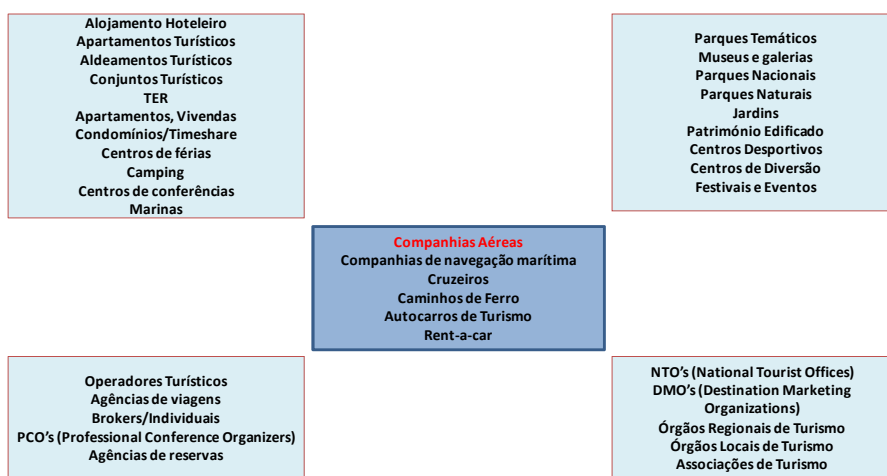


Figura 1. – A indústria do Transporte Aéreo

Numa visão mais alargada, Middleton V. *et al.* (2009) apontam cinco sectores principais na indústria das viagens e turismo, ao nível do alojamento, das atracções, dos organizadores de viagens, dos promotores e organizadores dos destinos e, não menos importante, dos transportes.

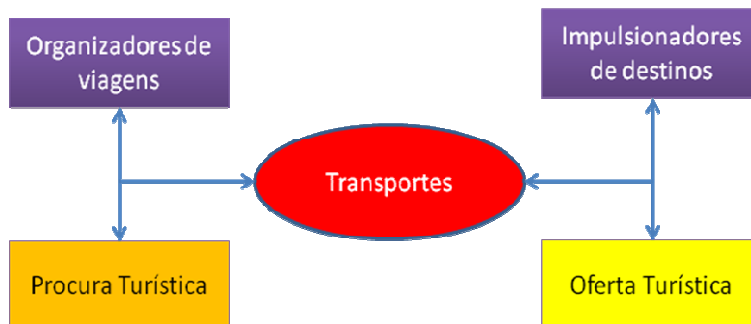


Fonte: Middleton V. *et al.* (2009, p.11)

Figura 2. - Os cinco sectores principais de viagens e turismo

A conjugação de interesses, apresentada anteriormente, não só da procura e oferta turística, mas também os restantes elementos capazes de contribuir decisivamente para o desenvolvimento do turismo, como sejam, os organizadores de turismo (no fundo, os operadores turísticos e demais entidades responsáveis pela criação de produto) e também os impulsionadores de destinos (as

entidades oficiais que criam condições à promoção desses destinos), colocam em destaque a importância dos transportes enquanto facilitador e agregador dos vários sectores definidos.

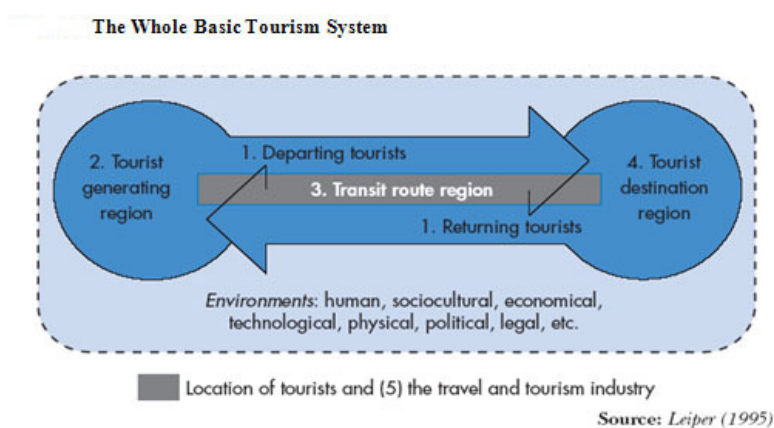


Fonte: Adaptado de Middleton V. *et al.* (2009, p.13)

Figura 3. - O papel dos transportes nas dinâmicas entre oferta e procura turística

Debbage K. (2005) reconhece a importância do transporte aéreo para o desenvolvimento do turismo, em especial, numa escala internacional onde factores como o tempo, custo e acessibilidade são preponderantes. É o elemento aglutinador entre a procura turística (origem) e a oferta turística (destino).

Também o sistema apresentado por Leiper, descrito em Pender L. (2005, p.7), cuja simplicidade e flexibilidade de aplicação tem sido salientado por outros autores, realça a deslocação de pessoas (*departing and returning travellers*) assente em 3 noções de base, como sejam:



Leiper, N. (2004) *Tourism Management* (3<sup>rd</sup> Edn.) Frenchs Forest: Pearson p. 53

Figura consultada em <http://www.montrealceca2008.org/images/conference/19/1.jpg> (acedido em 15 de Fevereiro de 2010)

Figura 4. - Sistema Turístico de Leiper

- Os turistas, enquanto actores do sistema e o que o turismo para eles representa;

- Os elementos geográficos, compostos pela região geradora (mercado gerador como motivador da viagem – procura), a região destino (mercado receptor como razão de ser da viagem – oferta) e a região de trânsito (distância origem - destino);
- A indústria do turismo, composta pelas organizações e actividades essenciais à criação e desenvolvimento do produto turístico.

Segundo Leiper, os elementos em si estão interligados espacial e funcionalmente, como sistema aberto interagindo entre si, sendo a indústria do turismo um conjunto de todas as empresas, organizações e estruturas cujo objectivo é servir as necessidades e anseios dos turistas.

Como menciona Debbage K. (2005), a era do jacto e o aparecimento de aviões maiores (*wide-bodies*, em particular do Boeing 747 “*Jumbo Jet*”), a par com o aparecimento dos operadores turísticos, contribuíram decisivamente para o desenvolvimento turístico de algumas regiões internacionais.

Também Holloway J. C. e Tailor N. (2006, p. 52), se referem ao impacto do aparecimento dos aviões *wide-bodied* (Boeing 747) que levaram à quebra dos custos unitários e ao aumento do número de lugares a preços mais baixos, o que implicou no crescimento e desenvolvimento do turismo. Theobald W. F. (2005) considera igualmente, como ponto de partida do seu livro, que o “turismo cresceu significativamente desde a criação da indústria da aviação comercial e do aparecimento dos aviões a jacto nos anos 50”.

Hall (2005, in Duval D., 2007) menciona igualmente que os desenvolvimentos nos transportes têm, e terão, um enorme impacto na mobilidade das pessoas e que os turistas têm beneficiado da introdução de novas tecnologias nos transportes que resultaram, como consequência directa no aumento da procura de viagens. Em suma, Duval D. (2007) considera que as inovações tecnológicas nos transportes tiveram um papel fulcral no desenvolvimento do turismo em muitos destinos.

Para Butler (1980), como citado em Duval D. (2007, p. 10), existem 5 aspectos em que a inovação dos transportes teve impacto no turismo:

- ✓ Redução do tempo (de viagem);
- ✓ Redução do custo (financeiro);
- ✓ Aumento do conforto e segurança dos passageiros;
- ✓ Aumento da conveniência (aumento da conectividade dos destinos);
- ✓ Aumento da acessibilidade aos destinos.

Mais recentemente Lopes E. (2010, p. 9) veio considerar que, “o turismo é uma actividade que conjuga um conjunto de serviços prestados através de produtos tangíveis e intangíveis e uma plêiade de agentes económicos, sociais e culturais com implicações muito vastas no conjunto da sociedade, já que envolve, não só unidades de alojamento (hotéis, motéis, estalagens, pousadas, etc.), unidades de alimentação (restaurantes, cafés, pastelarias), transportadoras (companhias de aviação, de navegação, ferroviárias, de *rent-a-cars*, ou de autocarros), mas também um conjunto de indústrias e serviços no âmbito cultural, paisagístico, ambiental, de animação, de comércio, de promoção, de estudos, de infra-estruturas, de administração pública, etc., que conduzem ao conceito de *constelação*”.

Para além do que caracteriza como “novo turista”, Lopes E. (2010) salienta o “triângulo estratégico do turismo” assente nas tecnologias, nos transportes e no novo turista, cujo cruzamento permanente levará a uma modificação estrutural do sector do turismo alterando por completo a sua cadeia de valor acrescentado. Na sua aplicação aos transportes, o autor enaltece o papel que as novas tecnologias têm na redução dos custos da operação, onde modelos de negócio de “custos baixos” irão alterar muitos dos processos de desenvolvimento do sector.

O “novo turista” resulta da nova “sociedade mosaico”, onde o “multi individuo” é hoje “mais informado, mais exigente, mais sofisticado, domina a Internet e as tecnologias de informação e comunicação, com maior disponibilidade financeira, valoriza a individualidade, a oferta de diversidade e da autenticidade bem como de experiências únicas/personalizadas, enfim, não consome o que lhe oferecem, procura incessantemente o que quer, e aquilo que quer tem de ser único e autêntico” (Lopes E., 2010, p. 89).

Mesmo tratando-se de um estudo direccionado para o mercado português, Lopes E. (2010, p. 81) considera a importância do sector do turismo como principal destinatário dos utilizadores do transporte aéreo, salientando que as decisões políticas relativas ao transporte aéreo deverão estar totalmente articuladas com as necessidades do sector do turismo, para que as suas sinergias possam ser potenciadas e maximizadas.

## **II.2. - Acordos de Serviço Aéreo**

Os Acordos de Serviço Aéreo (ASA), também conhecidos como acordos bilaterais, decorrem da Convenção de Chicago, onde, além dos aspectos técnicos, também os aspectos mais economicistas e regulatórios foram avaliados, com base em três premissas de base: a troca dos direitos de tráfego aéreo (ou as chamadas liberdades do ar, a serem caracterizadas em IV.2.1.), o controlo tarifário e o controlo das frequências e capacidades (Doganis R., 2010, p. 28).

Por serem aspectos sensíveis à soberania dos Estados e, em particular, às trocas comerciais, apenas houve um acordo aos princípios básicos de sobrevoos e escala técnica. Mesmo na Conferência de Genebra, em 1947, como refere Doganis R. (2010), continuou a não haver acordo dos aspectos multilaterais de direitos de tráfego, os quais foram deixados para negociação directa entre Estados. Os direitos de tráfego tornaram-se, assim, matéria a ser tratada nos acordos bilaterais de transporte aéreo, com o controlo de capacidades e frequência de voos a serem acordados entre as companhias aéreas e o controlo tarifário a ser regulado e controlado pela IATA (em 1946, nas Bermudas, os E.U.A. e o RU assinaram um acordo bilateral que, pelas suas características, rapidamente se tornou uma referência nos acordos internacionais futuros, tendo ficado conhecido pelo *Bermuda Type Agreement* (Doganis R., 2010, p. 31)).

Desde essa data, tem-se assistido a movimentos de liberalização por todo o Mundo, com o pontapé de saída a ser dado, em 1978, pelo Presidente dos E.U.A., Jimmy Carter, que assinou o *Airline Deregulation Act*, transformando os transportes aéreos internacionais de um sector altamente protegido e regulamentado num sector mais aberto e competitivo (Doganis R., 2010, p. 43).

Também Papatheodorou A. (2002) descreve que, relativamente a esse aspecto, a Administração do Presidente Jimmy Carter desregulamentou o mercado interno nos Estados Unidos da América, ao mesmo tempo que perseguiu activamente uma política de liberalização internacional através de acordos de “*open skies*”.

Também a Europa, após o exemplo dos E.U.A., implementou 3 Pacotes de liberalização visando a abertura do Espaço Aéreo Comunitário, entre 1988 e 1997, que culminou com a criação da ECAA (*European Common Aviation Area*) e o levantamento de todas e quaisquer restrições de voos no espaço aéreo comunitário, incluindo o direito de cabotagem (Doganis R., 2010, pp. 53-56).

Em Março de 2008, foi dado um passo de gigante nos processos de liberalização entre a Europa e os E.U.A., conforme Nota Informativa da Comissão Europeia de 6 de Março de 2007 (European Commission, 2007) e Decisão do Conselho 2007/339/EC de 25 de Maio (European Union, 2007).

Depois de longas rondas negociais, foi assinado em 30 de Março de 2007, o acordo de “*open skies*” entre a UE e os E.U.A. que permitia uma abertura aos voos entre a Europa e os Estados Unidos da América. Como menciona Doganis R. (2010), qualquer companhia aérea poderia voar de qualquer ponto da Europa e não apenas do seu próprio país para qualquer ponto nos

E.U.A.<sup>2</sup> Outras situações previstas no acordo levaram a uma total abertura de 5<sup>as</sup> liberdades, inexistência de controlo tarifário, de capacidades ou frequências. No entanto, dois aspectos continuaram a não ser aceites pelos E.U.A. nomeadamente no que diz respeito ao direito de cabotagem e ao controlo accionista (em que as companhias europeias pudessem a vir ser maioritárias no capital de empresas americanas) (Doganis R., 2010, p. 60).

O texto preconizado na Decisão do Conselho 2007/339/EC (European Union, 2007), deixava abertura no seu art. 21º para uma segunda fase de negociações, a iniciar até 60 dias após a entrada do novo acordo (ou seja, até Junho de 2008), visando a resolução de algumas questões pendentes e que permitiam responder aos princípios da regra da nacionalidade e ao direito de cabotagem (Doganis R., 2010, p. 61).

Após oito rondas negociais, foi assinado em Março de 2010, no seguimento da última reunião em Bruxelas, um *Memorandum of Consultations* (European Commission, 2010d), igualmente traduzido em documento da Comissão Europeia (2010a). No entanto, apesar do optimismo reflectido nos avanços da negociação (European Commission, 2010c), pode-se rapidamente concluir que os pontos principais se mantêm sem evolução. Havel B., num recente artigo na *Airline Business* (Knibb D., 2010b) considera que este assunto só poderá ser ultrapassado, como pressão, depois de outros países, nomeadamente o Canadá e Austrália, terem aprovado idênticas soluções quanto ao controlo e propriedade.

Como mencionado no documento da Comissão Europeia (2010a), relativamente aos aspectos de regras de propriedade e controlo das transportadoras aéreas, “o acordo provisório alcançado inclui o compromisso de se lançar um processo tendente a essa reforma” e o direito de cabotagem passa por um maior acesso a rotas no âmbito do *Fly America* e acesso a novas oportunidades de rotas entre os E.U.A. e países não pertencentes à União Europeia, ao mesmo tempo, que serão removidos os obstáculos a investimentos da UE e os E.U.A. em companhias aéreas de países terceiros.

Como se verifica, apesar de todos os progressos, embora lentos, que se vem sentindo nos processos de liberalização, o Director Geral da IATA, Bisignani G. (2010), continua a colocar a tónica nos custos de ineficiência decorrentes da entropia inerente aos entraves levantados pelos acordos bilaterais.

---

<sup>2</sup> A companhia inglesa British Airways criou uma nova subsidiária denominada *Open Skies* que realiza voos entre França e os E.U.A. (Nova Iorque e Washington), conforme se pode constatar no sítio da companhia em [www.flyopenskies.com](http://www.flyopenskies.com)

No artigo da *Airline Business* de Maio de 2010 (Knibb D., 2010a), antevendo uma tomada de posição do Director Geral da IATA na Assembleia Geral de Junho, como já é apanágio em anteriores intervenções sobre esta temática, Giovanni Bisignani deixa claro que “a natureza arcaica do actual sistema já não é relevante ou de qualquer utilidade na realidade do século XXI. As bandeiras na cauda dos nossos aviões significavam protecção quando as companhias aéreas eram basicamente uma extensão das políticas nacionais”.

Knibb D. (2010a) afirma, inclusive, que, se cada nação tivesse um acordo bilateral com qualquer outra nação existiriam cerca de 12.500 acordos bilaterais no Mundo. Mesmo assim, ainda existirão cerca de 4.000 actualmente. Descreve ainda que, desde a Convenção de Chicago em 1944, que as companhias aéreas têm actuado num mercado fechado onde as autorizações de voo são dadas rota a rota, companhia a companhia de modo a manter o equilíbrio do mercado.

Mais recentemente, May J. C. (2010), enquanto Presidente e C.E.O. da ATA deixou claro que “re-regulamentação não é solução”, salientando que o mercado mudou significativamente nos últimos 30 anos e que, movimentos de reversão, apenas significarão menos serviço, tarifas mais altas e menos emprego, com impacto directo no progresso da indústria e da economia internacional.

### **II.3. - Complementaridade entre transporte aéreo e turismo**

Mesmo sabendo-se que irá ser dado um tratamento mais exaustivo aos aspectos estatísticos do turismo e da aviação comercial, pretende-se, neste ponto, até para melhor se evidenciar a complementaridade existente entre ambos, fazer uma comparação directa entre essas duas realidades quer a um nível mais alargado de análise quer a um nível temporal mais restrito.

Assim, comparando as chegadas internacionais de turistas e os passageiros embarcados (RPK's) de 1996 até 2009, podemos constatar que existe uma adequação de valores ao longo dos anos, com uma tendência de acompanhamento de ambos os indicadores. A correlação (r) efectuada é de 0,9963.

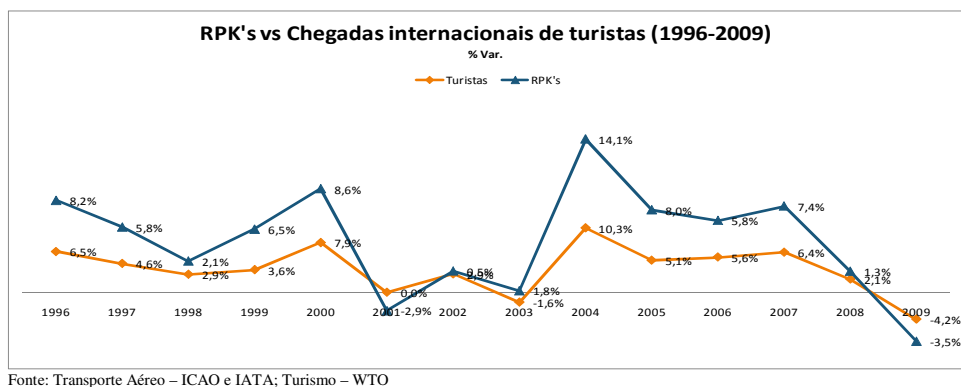


Figura 5. - Evolução dos RPK's e das Chegadas de Turistas Internacionais (1996-2009)

Um exercício igualmente efectuado com base na evolução do tráfego mensal, evidenciando o comportamento da actividade turística e do transporte aéreo nos últimos tempos (IATA 2010i), permite constatar igualmente uma grande complementaridade entre as taxas de crescimento no transporte aéreo e no turismo internacional.

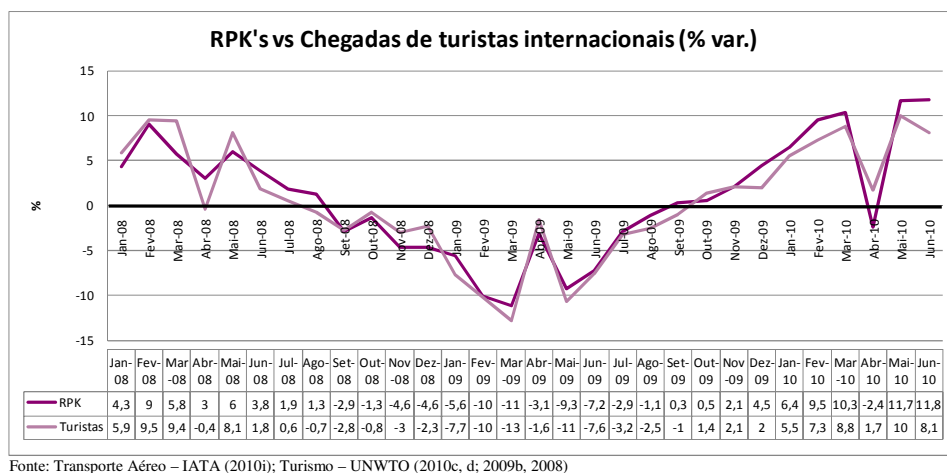


Figura 6. - Evolução mensal dos RPK's e das Chegadas de Turistas Internacionais (2008-2010)

A análise foi feita mensalmente desde 2008, de modo a evidenciar os ciclos negativos vividos ao longo de 2009 e os primeiros sinais de retoma em 2010. A correlação (r), nesta série, é de 0,9534, o que demonstra, mais uma vez, a sintonia entre transporte aéreo e turismo. O impacto do vulcão, em Abril, é bem visível na figura acima.

As figuras acima só vêm corroborar muita da informação teórica coligida e consubstanciada em publicações de referência quanto à forte complementaridade entre Turismo e Transporte Aéreo.

## Capítulo III - Metodologia

### III.1. - Enquadramento da Investigação

O Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa (2003, p. 5472) considera “**Metodologia** *s.f.* **1.** LÓG ramo da lógica que se ocupa dos métodos das diferentes ciências **1.1** parte de uma ciência que estuda os métodos os quais ela própria percorre **1.2** LIT em literatura, investigação e estudo, segundo métodos específicos, dos componentes e do carácter subjectivo de uma narrativa, de um poema ou de um texto dramático **2** *p.ext.* corpo de regras e diligências estabelecidas para realizar uma pesquisa; método”.

No presente capítulo, depois de definida a noção de metodologia, a principal preocupação centrar-se-á no caminho percorrido e adoptado em termos dessa metodologia a utilizar, assim como, as dificuldades nela encontradas (e propostas alternativas utilizadas de modo a manter válida a base de investigação).

Utilizando, mais uma vez, como base de definição o Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa (2003, p. 4716), define-se “**Investigação** *s.f.* (sXV cf. FichIVPM) acto ou efeito de investigar **1.** averiguação sistemática de algo; inquirição, indagação, apuramento <*i. Policial*> **2.** acto de esquadrinhar, de perscrutar minuciosa e rigorosamente **2.1** estudo ou série de estudos ger. extensos, rigorosos sobre alguma coisa, esp. do campo científico e/ou artístico; pesquisa <*as suas i. levaram-no apenas a conclusões parciais*> ...”.

Não deixa de ser igualmente relevante a caracterização de Investigação levada a cabo por Perez A. S. *et al.* (2001), na definição metodológica de investigação em Turismo, onde “Investigação é ganhar conhecimentos de forma própria; o método do descobrimento da ordenação sistemática dos factos; a busca do desconhecido através do conhecido, servindo-se dos dados experientes e das leis e princípios da razão; discutir ou aprofundar conscienciosamente realidades; pesquisar, inquirir, indagar; a base do conhecimento; o conhecimento orientado para a elaboração de teorias e hipóteses; a busca empírica e crítica, sistemática e controlada sobre as relações entre fenómenos (Verlinger, 1985), para a busca de decisões empresariais (Davis & Consensa, 1998)”.

Perez A. S. *et al.* (2001) consideram, ainda, que a definição supra leva-nos a diferentes caminhos, aproximações e usos na investigação em turismo, dependendo do campo de actuação e das suas aplicações, sendo que: “proporciona informação sobre a actividade e problemática do sector em todos os níveis macro e micro; descreve situações e realidades que se encontram no

sector; procede ao desenvolvimento dos mercados turísticos e das suas diferentes componentes; explica a realidade em que se desenvolve a actividade turística; fundamenta as bases de controlo, estabelecendo indicadores que permitem a intervenção dos gestores e agentes turísticos; simula os diferentes cenários de futuro em cujo marco se hão-de tomar decisões sobre os agentes envolvidos no desenvolvimento do sector.”

Os autores supra consideram, deste modo, *Investigação Turística* como a formulação de perguntas, através da recolha sistemática de informação que responda a essas perguntas, assim como, a organização e análise dos dados visando a obtenção de padrões de comportamento, relações e tendências que levem à tomada de decisões com base em projecções de cenários alternativos de futuro.

Alargando o âmbito da definição de Investigação, não poderemos deixar de caracterizar a Ciência, como algo mais abrangente e da qual a Investigação é parte activa e indissociável.

O Dicionário de Língua Portuguesa 2008 da Porto Editora (2007), considera, neste caso, “**Ciência** *n.f.* 1 domínio do conhecimento com um objectivo predeterminado e um método próprio, fundamentado em relações demonstráveis objectivamente; 2 conhecimento exacto, racional e verificável que se expressa por leis; 3 investigação metódica das leis que regem os fenómenos; 4 arte ou prática baseada num corpo organizado de conhecimentos e regras; técnica; 5 extensão de conhecimentos sobre uma determinada matéria; instrução; 6 saber, erudição; 7 *pl* disciplinas baseadas no cálculo e na observação”.

Quivy R. e Campenhoudt L. (2008, p. 19) caracterizam o que denominam como “investigação em ciências sociais” como sendo o trabalho que ajuda “a compreender melhor os significados de um acontecimento ou de uma conduta, a fazer inteligentemente o ponto de situação, a captar com maior perspicácia as lógicas de funcionamento de uma organização, a reflectir acertadamente sobre as implicações de uma decisão política, ou ainda a compreender com mais nitidez como determinadas pessoas aprendem um problema e a tornar visíveis alguns dos fundamentos das suas representações”, baseando as componentes do conhecimento nas noções de procedimento e método.

Consideram os autores supra que o procedimento é uma forma de progredir em direcção a um objectivo, ou seja, a exposição do conhecimento científico consistirá na descrição dos princípios fundamentais a pôr em prática em qualquer trabalho de investigação, enquanto os métodos, não serão mais que as formalizações particulares do procedimento, ou seja, percursos diferentes

concebidos para estarem mais adaptados aos fenómenos ou domínios estudados (Quivy R. e Campenhoudt L., 2008, p. 25).

Bourdieu P., Chamboredom J. C. e Passeron J. C., na sua obra *Le metier de sociologie*, em 1968, citada por Quivy R. e Campenhoudt L. (2008, p. 25) descrevem o procedimento como um processo em três actos (ruptura, construção e verificação) a que chamam “hierarquia dos actos epistemológicos”.

Considera-se ruptura como a quebra com os preconceitos e as falsas evidências; construção como um sistema conceptual organizado, susceptível de exprimir a lógica que o investigador supõe estar na base do fenómeno e a verificação (ou experimentação) correspondendo à validação dos testes pelos factos verificados.

Os três actos do procedimento científico identificados por Bourdieu *et al.* levaram Quivy R. e Campenhoudt L. (2008) a considerar uma sucessão de operações que foram reagrupadas em sete etapas:

- Etapa 1 – A pergunta de partida
- Etapa 2 – A exploração
- Etapa 3 – A problemática
- Etapa 4 – A construção do modelo de análise
- Etapa 5 – A observação
- Etapa 6 – A análise das informações
- Etapa 7 – As conclusões

Não deixa de ser igualmente relevante a estrutura de metodologia de investigação preconizada por Costa H. no Prefácio à 2ª Edição Portuguesa do livro de Eco U. (2008, pp. 14-16), considerando que a actual metodologia assenta em dois princípios gerais: o princípio da unidade da metodologia de investigação e o princípio da globalidade do processo de formação científica.

A metodologia de investigação é, assim, organizada em dois contextos: o contexto da descoberta, como o caminho que se inicia com a formulação do problema e se encerra com a investigação das soluções e o contexto da justificação, onde, após a recolha dos dados, importa apreciar a sua validade.

Veal A. J. (2006) introduz uma abordagem diferente ao considerar que a base da investigação em turismo assenta num leque diferenciado de disciplinas e paradigmas pelo inter-relacionamento entre estas, partindo de um esquema simples, interdisciplinar e conceptual e que

consiste em cinco elementos principais: as pessoas (*people*), as organizações (*organisations*), serviços/infra-estruturas/atracções (*services/facilities/attractions*), a ligação entre estes três (*the linkages between these three*) e o ambiente físico no qual tudo acontece (*the physical environment within which everything takes place*).

No que respeita às disciplinas, Veal A. J. (2006) considera que estas variam de acordo com o seu principal foco de interesse, salientando a Psicologia e Psicologia Social; a Ciência Política; a História e Antropologia; a Economia (macro ou micro); a Sociologia; as Ciências Aplicadas, como planeamento, gestão e marketing; a Geografia e a Filosofia/Ciências Sociais; sendo, como já afirmado, os estudos nas áreas de turismo um campo multi-disciplinar (a sua investigação tem base num número de disciplinas) e inter-disciplinar (assuntos, teorias, conceitos e métodos são comuns a mais que uma disciplina ou cujos campos de investigação não se enquadrem em qualquer outra disciplina).

### **III.2. - Vertentes, reflexões e objectivos da investigação**

A pergunta de partida deve, sempre de acordo com Quivy R. e Campenhoudt L. (2008, p. 44) apresentar qualidades de :

- ✓ Clareza (ser precisa, ser concisa e inequívoca);
- ✓ Exequibilidade (ser realista); e
- ✓ Pertinência (ser uma verdadeira pergunta, abordar o estudo do que existe e ter a intenção de compreensão dos fenómenos estudados).

Tendo em atenção o ponto de partida do objecto em estudo que visa relacionar, numa primeira abordagem, transporte aéreo, nomeadamente na sua vertente não regular, e turismo, parece pertinente tecer a seguinte pergunta de partida:

- Qual a importância do Transporte Aéreo para o desenvolvimento do turismo português para o Brasil e qual o contributo dos voos *charter* para esse desenvolvimento?

Sendo a problemática, de acordo com Quivy R. e Campenhoudt L. (2008, p. 89) “a abordagem ou a perspectiva teórica que decidimos adoptar para tratarmos o problema formulado pela pergunta de partida” e estando, ao mesmo tempo, o foco do projecto de investigação, como mencionado, assente nas dinâmicas de turismo e transporte aéreo, em particular, no âmbito do transporte aéreo não regular para o Brasil, o presente trabalho de investigação, porque original no contexto da investigação nacional, permitirá contribuir e aprofundar alguns aspectos importantes no relacionamento directo entre estas temáticas.

Focando Eco U. (2008, pp. 52-53), “uma pesquisa é científica quando responde aos seguintes requisitos:

- 1) A pesquisa debruça-se sobre um objectivo reconhecível e definido de tal modo que seja igualmente reconhecível pelos outros;
- 2) A pesquisa deve dizer sobre este objecto coisas que não tenham já sido ditas ou rever com uma óptica diferente coisas que já foram ditas;
- 3) A pesquisa deve ser útil aos outros; e
- 4) A pesquisa deve fornecer os elementos para a confirmação e para a rejeição das hipóteses que apresenta e, portanto, deve fornecer os elementos para uma possível continuação pública.”

Pela temática, pela originalidade e actualidade do tema, pelas pesquisas já efectuadas e a efectuar, estão reunidas todas as condições para a realização da presente dissertação.

### **III.3. - Hipóteses de Investigação**

Tendo como base de partida as informações consideradas relevantes à investigação em apreço, destacando-se:

- a) O tráfego aéreo regular e não regular (*charter*) entre Portugal e o Brasil;
- b) O aumento do nº de voos e de passageiros regulares da TAP Portugal para o Brasil; e,
- c) O comportamento do turismo português para o Brasil,

salienta-se a importância que o transporte aéreo vem representando para o desenvolvimento do turismo para o Brasil, com efeitos positivos multiplicadores ao desenvolvimento dos destinos, em particular no Nordeste Brasileiro.

Deste modo, os principais passos a ter em consideração prendem-se com os aspectos focados e que poderemos agregar em três níveis de relevância:

- 1) ao nível do enquadramento legal pois, sem este, a temática poderia estar comprometida, na medida em que sem uma maior liberalização ao nível do acordo de serviço aéreo entre Portugal e o Brasil não seria possível qualquer aumento do número de voos e destinos da TAP Portugal e de empresas *charter* para o Brasil;
- 2) ao nível do enquadramento estratégico, posicionando a TAP como o principal operador aéreo entre a Europa e o Brasil, transformando Lisboa numa placa giratória (*hub*) de tráfego entre o Continente Europeu e o Brasil (e vice-versa);

- 3) ao nível do enquadramento comercial, pela alteração de políticas da TAP Portugal na abertura ao mercado de operadores turísticos, com impacto na operação *charter* para aquele país.

Deste modo, o **objectivo principal** desta dissertação, além dos objectivos mais generalistas focados no capítulo anterior, será perceber as razões que levaram à queda e quase desaparecimento dos voos *charters* para o Brasil e questionar a validade dos argumentos apresentados, nomeadamente pelo aumento do número de voos da TAP Portugal para aquele país.

Assim sendo, o primeiro grande objectivo da investigação passará pela avaliação das razões que estarão na base dessa queda, sejam elas, de natureza comercial, económica, concorrencial ou mesmo estrutural.

Um segundo objectivo inerente ao objectivo principal prende-se com a avaliação do posicionamento comercial da TAP ao longo dos anos, em particular a partir da abertura dos voos aos operadores turísticos, levando-os a cancelar as suas operações *charters*. Esta situação, permitirá reconhecer a validade e oportunidade da questão levantada, cujos impactos serão ainda majorados pelo levantamento efectuado e pelas percepções das verdadeiras causas explicativas de tal comportamento.

Sendo uma hipótese, “uma proposição provisória, uma pressuposição que deve ser verificada” (Quivy R. e Campenhoudt L., 2008, p. 136), esta apresenta-se como a antecipação de uma relação entre dois conceitos, como uma resposta provisória à pergunta de partida da investigação.

“O modelo é um sistema de hipóteses articuladas logicamente entre si” (Quivy R. e Campenhoudt L. (2008, p. 136), pelo que, sendo a hipótese a precisão de uma relação entre conceitos, o modelo é, então, um conjunto de conceitos logicamente articulados entre si.

Para os autores supra indicados, existem, assim, dois processos (ou métodos) de construção de modelos :

- o método hipotético-indutivo, assente em conceitos operatórios, hipóteses induzidas ou empíricas, onde a construção do modelo parte da observação e, a partir do qual, se constroem novos conceitos, novas hipóteses; e,
- o método hipotético-dedutivo, assente em conceitos sistémicos, hipóteses teóricas ou deduzidas, onde a construção do modelo parte de um postulado como modelo de

interpretação do fenómeno estudado, o que gera, através de um trabalho lógico, hipóteses, conceitos e indicadores para os quais se terão de procurar correspondentes no real.

As perspectivas e reflexões supra permitirão, assim se espera, responder às seguintes hipóteses de investigação:

Hipótese 1 – Existe uma relação directa entre o nº de voos da TAP para o Brasil e o crescimento dos turistas portugueses para aquele país;

Hipótese 2 - Existe uma relação directa entre o aumento do número de voos da TAP e a queda dos voos *charters* para o Brasil;

Hipótese 3 – Existe uma relação directa entre a queda dos voos *charters* e a queda dos turistas portugueses para o Brasil;

Hipótese 4 – Existe uma relação directa entre a nova abertura comercial da TAP junto dos operadores turísticos e a queda dos voos *charters* para o Nordeste do Brasil.

#### **III.4. - Métodos e Técnicas de Investigação**

Para Quivy R. e Campenhoudt L. (2008, p. 155) “a observação engloba o conjunto das operações através das quais o modelo de análise (constituído por hipóteses e por conceitos) é submetido ao teste dos factos e confrontado com dados observáveis. (...) A observação é, portanto, uma etapa intermédia entre a construção dos conceitos e das hipóteses, por um lado, e o exame dos dados utilizados para as testar, por outro.”

Uma das principais anotações dos autores, sobre esta temática, prende-se com o que definem como dados pertinentes, ou seja, o investigador deve apenas recolher os dados que sejam úteis à verificação das hipóteses, sob pena de dados excedentários poderem vir a penalizar o teor da sua investigação.

Como já definido no ponto anterior, e tendo em consideração os objectivos e hipóteses formuladas, o modelo de investigação inerente à presente dissertação terá como base as orientações definidas por Quivy R. e Campenhoudt L. (2008), através do modelo (ou método) hipotético-dedutivo, assente na interpretação do fenómeno estudado e num trabalho lógico, de definição de hipóteses, de conceitos e de indicadores para os quais se terão de procurar correspondentes no real (e que Bourdieu P., citado pelos autores supra, define como teórico).

Atendendo à abrangência do tema e, conseqüentemente, do campo de análise, mesmo que circunscrito temporalmente (desde 2000) e no seu objecto (voos *charters* de Portugal para o

Brasil), era necessário igualmente definir a dimensão da amostra, tendo em atenção, neste caso, a especificidade do tema em investigação.

Optou-se, neste caso, por apostar numa observação indirecta, ou seja, o investigador interage directamente com o sujeito para obter a informação procurada, normalmente, através de um questionário ou guião de entrevista.

De modo a se ter uma amostra, mesmo que reduzida, que abarcasse várias sensibilidades e opiniões válidas de profissionais do sector dos transportes aéreos e do turismo, teve-se em atenção os seguintes aspectos de base:

- a) Equilíbrio entre as empresas de transporte aéreo regular e não regular;
- b) Equilíbrio entre os operadores turísticos com operação tradicionalmente em voos *charters* e com operação em voos regulares;
- c) Selecção de profissionais que, mesmo não estando nas actuais funções, tiveram um papel importante e decisivo no mercado *charter* para o Brasil;
- d) Selecção dos representantes de turismo do Brasil, quer a nível nacional (Embratur) quer a nível local (Secretarias de Turismo Estaduais).

Vai-se, assim, ao encontro das recomendações de Veal A. J. (2006) que considera três aspectos primordiais a ter em atenção na dimensão da amostra:

- O nível de precisão dos resultados;
- O nível de detalhe na proposta analisada;
- O orçamento disponível.

Focando-se a amostra nas principais companhias aéreas portuguesas, nos operadores turísticos e agentes de viagens com representatividade no mercado *charter* e/ou em programação em voos regulares, nas entidades oficiais de turismo nacionais e estaduais de turismo do Brasil, considera-se ter uma representatividade elevada da amostra capaz de garantir as recomendações de Veal.

### **III.5. - Observação indirecta: sua análise, discussão e principais conclusões metodológicas**

Em função dos objectivos da investigação e das hipóteses formuladas, e dada a riqueza do tema, optou-se pela elaboração de um questionário, com perguntas totalmente abertas, de modo a não coarctar e enviesar o pensamento e resposta dos entrevistados.

Mesmo sabendo-se que algumas das perguntas poderiam ser fechadas, com um âmbito alargado de respostas múltiplas, a opção por perguntas abertas teve a vantagem de dar liberdade de expressão aos profissionais do sector. Por outro lado, pretendendo-se um enquadramento temporal alargado (desde 2000), a aposta em perguntas fechadas iria, por certo, limitar a capacidade de raciocínio e de abrangência temporal dos entrevistados.

O objectivo, como preconizado em Quivy R. e Campenhoudt L. (2008), era levar a pessoa interrogada a exprimir-se sobre os temas sugeridos num número restrito de perguntas relativamente amplas de modo a deixar o campo aberto, cujas perguntas, porque abertas, não induziriam as respostas nem as relações existentes entre elas.

Levou-se a cabo um pré-teste ao guião apresentado, de modo a nos certificarmos sobre a clareza das questões envolvidas, com ajustamento na segunda pergunta do guião, que inicialmente poderia levar a respostas num sentido já pré-orientado (a operacionalidade destes aspectos, tal como, as perguntas que serviram de base ao questionário encontram-se no ponto VIII.1.).

A resposta às questões formuladas, porque perguntas abrangentes e dirigidas a um leque de profissionais profundos conhecedores da temática, irá permitir responder aos objectivos delineados, assim como, validar (ou não) as hipóteses em estudo e consideração.

### **III.6. - Enquadramento crítico da Metodologia proposta**

Como em qualquer trabalho de investigação de natureza científica, a metodologia seguida ou proposta é sempre um dos principais pontos de reflexão, concordância ou discórdia pela abordagem tecida.

O conhecimento prático e vivência profissional do investigador nesta temática, o seu relacionamento pessoal e profissional com os restantes profissionais no sector do turismo e transporte aéreo, nomeadamente com companhias aéreas nacionais e operadores turísticos, assim como, toda a informação estatística pré-existente e entretanto recolhida, permitiram, à partida, balizar, focar o âmbito da proposta de investigação e direccionar o âmbito dessa análise.

Sendo um tema vasto, em particular quando se olha para dois sectores de actividade em estudo – Turismo e Transporte Aéreo - com um grau de abrangência muito alargado, a delimitação do campo de análise permitiu circunscrever a temática a aspectos mais objectivos e de tratamento mais focalizado.

Por se tratar de um tema específico, a amostra é reduzida. Existe apenas uma companhia aérea regular a voar para o Brasil (as companhias brasileiras, há muito deixaram o mercado e as várias tentativas de novas companhias não foram bem sucedidas); são poucos os operadores turísticos que, num passado recente, assumiram operações *charters* regulares para o Nordeste Brasileiro e que, mesmo actualmente, o fazem apenas nas épocas de maior procura – Páscoa, Fim do Ano e Verão; são poucos os operadores turísticos ou agências de viagens que programam, de forma sistemática ao longo do tempo, para o Brasil. Também do lado do Brasil, com excepção das autoridades governamentais e estaduais de turismo, as fontes de pesquisa são muito difusas e com difícil enquadramento no âmbito da investigação, uma vez que os agentes de viagens locais são meros agentes de receptivo dos turistas, tal como os hoteleiros, e como tal, não influenciadores e geradores de potenciais fluxos de turismo.

A aposta por um questionário aberto, com abertura à aplicação do mesmo a entrevista pessoal, permitiu, alargar o número de respostas recebidas, tirando alguma da carga temporal que a escrita exigiria (e a que alguns dos entrevistados se mostraram logo indisponíveis), o que ajudou igualmente a tornar mais rica a exploração de alguns dos temas.

Não podemos contudo de deixar de mencionar que as entrevistas e respectivas respostas a perguntas abertas, são sempre susceptíveis de enviesamento, seja por respostas mais limitadas e circunscritas à realidade das empresas que esses profissionais representam, seja pela própria indução não propositada do entrevistador na discussão de aspectos inerentes às respectivas perguntas.

Deste modo, apesar das limitações indicadas e das várias vertentes de investigação possíveis, considera-se que os objectivos metodológicos delineados e explanados anteriormente, assim como, o trajecto adoptado, respondem cabalmente aos requisitos desta investigação, esperando que o contributo dado, através do tema escolhido, seja positivo para futuros caminhos de investigação nesta ou em áreas complementares.

## Capítulo IV - Turismo e Transportes: factores quantitativos e qualitativos de análise

### IV.1. - Importância do Turismo Internacional

O turismo tem hoje um contributo essencial e importantíssimo para o desenvolvimento das economias mundiais.

Citando o WTTC (2010), no seu documento *Travel & Tourism Economic Impact 2010 – Executive Summary*, podemos resumir os principais indicadores que caracterizam este sector de actividade, assim como, as tendências esperadas para 2020 (a OMT possui igualmente um documento *Tourism 2020 Vision* (UNWTO, 2001) que irá ser objecto de referência posterior no ponto IV.3.1.do presente capítulo):

WORLDWIDE	2010			2020		
	US\$ bn	% of Total	Growth <sup>1</sup>	US\$ bn	% of Total	Growth <sup>2</sup>
Personal Travel & Tourism	3,111	8.4	1.6	5,793	8.8	4.1
Business Travel	819	1.3	-1.8	1,589	1.4	4.3
Government Expenditures	436	3.8	2.6	744	4.0	3.1
Capital Investment	1,241	9.2	-1.7	2,757	9.4	5.3
Visitor Exports	1,086	6.1	0.9	2,160	5.2	5.2
Other Exports	850	4.8	5.9	1,908	4.5	6.5
T&T Demand	7,543	9.4	1.1	14,950	9.5	4.7
Direct Industry GDP	1,986	3.2	0.7	3,650	3.2	4.0
T&T Economy GDP	5,751	9.2	0.5	11,151	9.6	4.4
Direct Industry Employment <sup>3</sup>	81,913	2.8	-0.1	104,740	3.2	2.5
T&T Economy Employment <sup>3</sup>	235,758	8.1	-0.3	303,019	9.2	2.5

<sup>1</sup>2010 real growth adjusted for inflation (%); <sup>2</sup>2011-2020 annualised real growth adjusted for inflation (%); <sup>3</sup>'000 jobs

Fonte: WTTC

Figura 7. – Indicadores de turismo (2010-2020)

Em termos globais, temos que:

- ✓ O contributo do turismo no PIB está estimado em 9,2% (USD 5.751 mil milhões) em 2010, subindo para os 9,6% em 2020 (USD 11.151 mil milhões, ou seja, quase que duplicando em valor absoluto nos próximos 10 anos);
- ✓ Em 2009, o crescimento real do PIB turístico foi negativo em -4,8%, esperando-se que cresça 0,5% em 2010 (e 3,2% em 2011) e a uma taxa média de crescimento anual de 4,4% nos próximos 10 anos;

- ✓ O sector do turismo empregou, em 2010, 235,7 milhões de profissionais (8,1% do total do emprego), esperando-se que represente 303 milhões de trabalhadores em 2020 (1 em cada 10,9 empregos será no sector de turismo);
- ✓ As receitas de exportação relativas aos visitantes internacionais passarão dos USD 1.086 mil milhões em 2010 para os USD 2.160 mil milhões em 2020, representando, mesmo assim, uma queda em termos dos reais dos 6,1% do total das exportações em 2010 para os 5,2% em 2020;
- ✓ Os investimentos no turismo passarão dos USD 1.241 mil milhões em 2010 (9,2% do total de investimento) para os USD 2.757 mil milhões em 2020 (9,4% do total do investimento).

#### IV.1.1. - Chegadas de Turistas Internacionais

Dados recolhidos junto da Organização Mundial de Turismo (UNWTO 2010a, 2009a, 2008), apontam para que as chegadas de turistas internacionais tenham diminuído 4,2% em 2009, para um volume global na ordem dos 880 milhões de turistas (depois de ter atingido os 919 milhões em 2008).

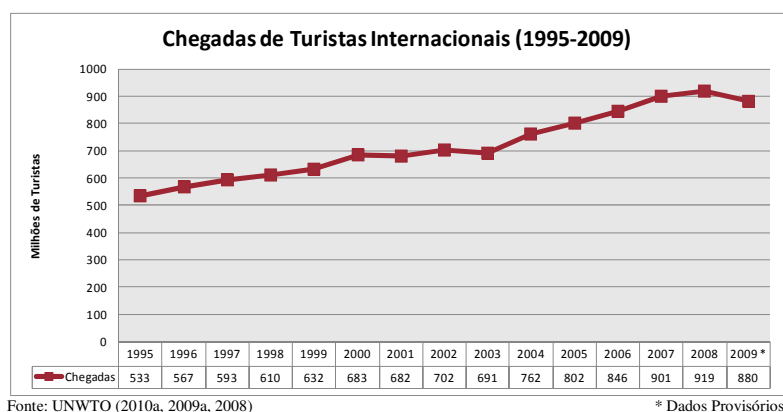


Figura 8. – Chegadas de Turistas Internacionais (1995-2009)

Uma análise para as diferentes regiões no Mundo (UNWTO, 2010c) permite identificar diferentes comportamentos ao longo desse ano, nomeadamente:

- ✓ A Europa caiu 5,7%, sendo que os destinos na Europa Central e Oriental (-10,4%) e do Norte (-5,8%) foram os mais afectados por essa quebra. Os destinos do Sul e Mediterrâneo (-3,7%) e Europa Ocidental (-4,7%) foram os que tiveram menos quebras;
- ✓ Ásia e Pacífico com um queda de 1,6%, com um comportamento positivo já no segundo semestre desse ano (+0,8% e 6,7% nos dois últimos trimestres);

- ✓ O continente Americano teve igualmente uma quebra de -4,8%, devido à pandemia de Gripe A (México). A região da América do Sul (-1,6%) e Caraíbas (-2,9%) foram as que menos caíram, com a América do Norte (-5,7%) a registar quebras significativas;
- ✓ No Médio Oriente as chegadas internacionais caíram -4,9%;
- ✓ O continente Africano subiu 3,1%, com o maior crescimento nos Países Sub-Saharianos (+3,1%), depois de África já ter crescido 2,5% no ano anterior.

Apesar dos crescimentos evidenciados, o continente Africano continua a deter a menor fatia das chegadas internacionais de turistas com apenas 5%, ou seja, na ordem dos 46 milhões de turistas.

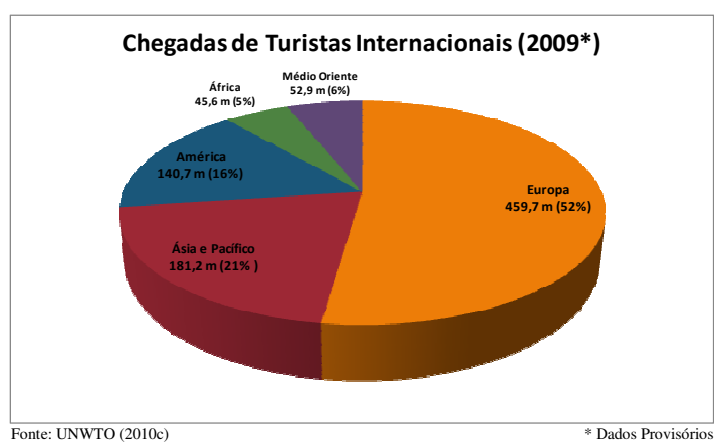


Figura 9. – Chegadas de Turistas Internacionais por região (2009)

Apesar dos dados já apurados mostrarem um optimismo moderado, a OMT decidiu manter, ao longo dos seus Barómetros de 2010 (UNWTO, 2010b, c, d, e), as estimativas efectuadas para 2010, que apontam para um crescimento da chegada de turistas internacionais entre os 3-4%, esperando-se que a região de Ásia e Pacífico tenha um crescimento significativo (entre 5 a 7%), enquanto a Europa (1 a 3%) e as Américas (2 a 4%) mostrarão uma evolução mais moderada. O impulso dado pelo Campeonato do Mundo de Futebol 2010 na África do Sul, manterá a África em terreno positivo (4 a 7%), o mesmo se esperando, da região do Médio Oriente (5 a 9%).

Dados já disponibilizados pela OMT para o primeiro semestre do ano (UNWTO, 2010c), apontam para um crescimento de 6,9%, face a 2009. A Europa é a região que apresenta menores crescimentos (2%) devido ao impacto negativo do vulcão islandês Eyjafjallajokull em Abril (levando a um comportamento negativo nesse mês, depois de um 1º trimestre totalmente positivo), com as áreas do Médio Oriente (+20,4%) e Ásia e Pacífico (+14,1%) a crescerem acima de dois dígitos (a África e Américas crescem a 7,4 e 7,3%, respectivamente).

A análise das chegadas internacionais por região, ao longo dos anos (Anexo 1.) permite-nos perceber alguns comportamentos ao longo do tempo, como sejam:

- A Europa, principal região receptora de turistas internacionais, foi quem mais caiu em 2009;
- A África, apesar de o valor absoluto ser o mais baixo de todas as regiões em análise, é a que tem registado crescimentos positivos constantes ao longo da série em estudo;
- A Ásia e Pacífico, é actualmente a segunda região, depois de ter destronado a América desta posição em 2002;
- A América é a região que tem registado menores taxas de crescimento ao longo dos anos (+9,8% entre 2000 e 2009 e +51,6% entre 1990 e 2009);
- O Médio Oriente é a região que maior crescimento verificou ao longo dos anos, tendo mais que duplicado desde 2000 (+112,4%).

Esta situação levou a que, em termos relativos, se consiga mais facilmente visualizar que, ao longo dos anos, a Europa e América tenham vindo a perder a sua posição dominante no turismo internacional, com novos mercados emergentes a tomarem essa posição (Anexo 2.).

Visando contrariar esta situação, a Comissão Europeia (European Commission, 2010a) decidiu tomar uma série de medidas (traduzidas na comunicação COM (2010) 352, de 30 de Junho), com o objectivo de manter a Europa como o primeiro destino mundial, consubstanciada em 21 acções – conforme MEMO/10/289 de 30 de Junho (European Commission, 2010e) - assentes em 4 vectores estratégicos:

1. Melhorar a competitividade do sector do turismo na Europa;
2. Promover o desenvolvimento de um turismo sustentável, responsável e orientado para a qualidade;
3. Consolidar a imagem e a visibilidade da Europa como um conjunto de destinos sustentáveis e de grande qualidade;
4. Favorecer a integração do turismo nas políticas da UE e nos instrumentos financeiros.

Olhando para os principais mercados, o *Top 5* mundial tem sido assumido, desde 1990, pela França:

Ranking	1990	2000	2005	2006		2007		2008		2009 *		2009/08
				País	(10^6)	País	(10^6)	País	(10^6)	País	(10^6)	
1	França	França	França	França	77,9	França	80,9	França	79,2	França	74,2	-6,3%
2	E.U.A.	E.U.A.	Espanha	Espanha	58	Espanha	58,7	E.U.A.	57,9	E.U.A.	54,9	-5,2%
3	Espanha	Espanha	E.U.A.	E.U.A.	51	E.U.A.	56	Espanha	57,2	Espanha	52,2	-8,7%
4	Itália	Itália	China	China	49,9	China	54,7	China	53	China	50,9	-4,0%
5	Áustria	China	Itália	Itália	41,1	Itália	43,7	Itália	42,7	Itália	43,2	1,2%

Fonte: UNWTO (2010a, 2009a, 2008)

\* Dados Provisórios

Tabela 1. – *Ranking* das chegadas de turistas internacionais (1990-2009)

Como se constata, a segunda posição tem sido disputada entre os E.U.A. e a Espanha, com a China, na última década, a entrar no *Top 5* encontrando-se actualmente na quarta posição e em rápida aproximação à 3ª posição (Espanha). A Itália, no 5º lugar, foi o único mercado a ter um crescimento positivo em 2009 (+1,2%). De acordo com a Hosteltur (2010), segundo estimativas do WTTC, a China ultrapassará a Espanha em finais de 2010, com 54,6 milhões de turistas (52,7 milhões para a Espanha). Aliás, a China estará a oito anos de se tornar o principal mercado internacional (Esteves T., 2010).

Numa análise às chegadas do turismo internacional por motivo de visita (Anexo 3.) conclui-se que o lazer, recreação e férias é responsável por mais de metade dos turistas internacionais. Ao longo dos anos tem existido pouca variação nos motivos de visita, com ligeiros aumentos dos motivos por negócios e visita a familiares e amigos (*VFR*), saúde, religião e outros e um ligeiro decréscimo por motivos de lazer, recreação e férias.

Quanto ao meio de transporte utilizado, sendo um dos principais indicadores inerentes a esta investigação, em especial no que respeita ao transporte aéreo, verifica-se que, em 2008, o transporte aéreo conseguiu, pela primeira vez, ser o meio de transporte mais utilizado por turistas (52% das chegadas de turistas internacionais utilizaram esta via), posição que viu reforçada em 2009 (53%).

Chegadas de Turistas Internacionais por meio de transporte (%)								
Meio de Transporte	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008	2009*
Aérea	38,5%	40,1%	42,9%	45,3%	46,0%	47,0%	52,0%	53,0%
Estrada	47,3%	46,9%	44,1%	42,9%	42,6%	42,0%	39,0%	39,0%
Comboio	6,3%	4,8%	4,8%	4,1%	4,0%	4,0%	3,0%	3,0%
Mar	7,6%	7,9%	7,9%	7,3%	7,1%	7,0%	6,0%	5,0%
Não especificado	0,3%	0,3%	0,3%	0,4%	0,3%	-	-	-
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: UNWTO (2010a, 2009a, 2008)

\* Dados Provisórios

Tabela 2. – Chegadas de turistas internacionais por meio de transporte (1990-2009)

A evolução ao longo dos anos, ao contrário dos motivos da visita, permite evidenciar de forma clara, a importância que o transporte aéreo tem vindo a representar para o desenvolvimento do turismo, passando dos 38,5% em 1990 para os 42,9% em 2000 e os 53% em 2009 (ou seja, mais 15,5 pontos percentuais desde os anos 90).

Em contrapartida, as maiores descidas no meio de transporte utilizado verificam-se nos transportes terrestres, quer nos transportes por estrada quer por via férrea, passando dos 53,6% em 1990 para os 42% em 2009. A via marítima, apesar do ressurgimento da actividade de cruzeiros, tem vindo igualmente a perder peso ao longo dos anos representando 5% das chegadas de turistas internacionais em 2009 (7,6% em 1990).

Olhando para o comportamento das chegadas de turistas por região em 2006 (últimos dados disponíveis), verifica-se que, apesar da liderança da via aérea, na Europa continua o transporte terrestre a ser o meio mais utilizado (51,1% versus 41,8% por via aérea).

<b>Chegadas de Turistas Internacionais por meio de transporte e região - 2006 (%)</b>					
<b>Região / Meio de Transporte</b>	<b>Aérea</b>	<b>Terrestre</b>	<b>Marítima</b>	<b>Não esp.</b>	<b>Total</b>
Europa	41,8%	51,1%	6,8%	0,2%	<b>100,0%</b>
Ásia e Pacífico	49,0%	39,8%	10,4%	0,8%	<b>100,0%</b>
América	55,1%	39,0%	5,7%	0,2%	<b>100,0%</b>
África	46,9%	46,7%	6,2%	0,2%	<b>100,0%</b>
Oriente Médio	49,7%	46,7%	3,6%	-	<b>100,0%</b>

Nota: Terrestre inclui estrada e ferrovia. Não esp. – Não especificado

Fonte: UNWTO (2008)

Tabela 3. – Chegadas de turistas internacionais por meio de transporte e região (2006)

A América é o continente onde o transporte aéreo é mais expressivo (55,1%), sendo a única região onde o transporte aéreo supera os 50%. Nas restantes regiões, mesmo assim, o transporte aéreo continua a superar as restantes vias de transportes.

#### **IV.1.2. - Receitas do Turismo Internacional**

Analisando-se, neste ponto, o comportamento das receitas derivadas do turismo internacional verifica-se que as mesmas, tal como nas chegadas de turistas internacionais, terão diminuído em 2009 para um volume global na ordem dos 852 mil milhões de USD (611 mil milhões de €), o que representa, uma quebra, a preços constantes, de -9,5% ou -4,5%, respectivamente, em função da moeda utilizada (-5,7%, se analisado em moeda local).

Com exceção do ano de 2001, com uma quebra de 2,5% (em USD), derivado dos atentados ao WTC, em Nova Iorque, todos os restantes anos têm registado um crescimento sustentado ao longo do período em análise.

Denota-se igualmente (ver figura seguinte) uma menor volatilidade na evolução das receitas em euros que em USD, em particular nos últimos anos da série.

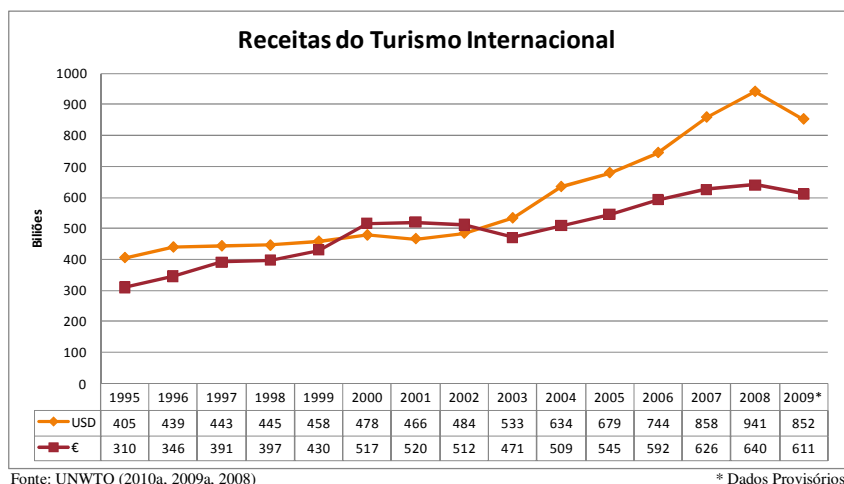


Figura 10. – Receitas do Turismo Internacional (1995-2009)

Uma análise pelas diferentes regiões no Mundo, em moeda local, permite identificar uma consonância com o comportamento das chegadas de turistas (UNWTO, 2010c), com quedas nos continentes americano (-10,1%), Europa (-6,6%), Ásia e Pacífico (-0,6%) e Médio Oriente (-0,9%) e África (-4,4%), a única região que tinha tido um comportamento positivo nas chegadas (2,9%).

Não deixa de ser importante correlacionar as chegadas de turistas com as receitas geradas, pelo que, na figura seguinte (UNWTO, 2010e) se pode concluir pela forte correlação positiva entre estas duas variáveis (apenas com exceção nos anos de 1991 e 2002):

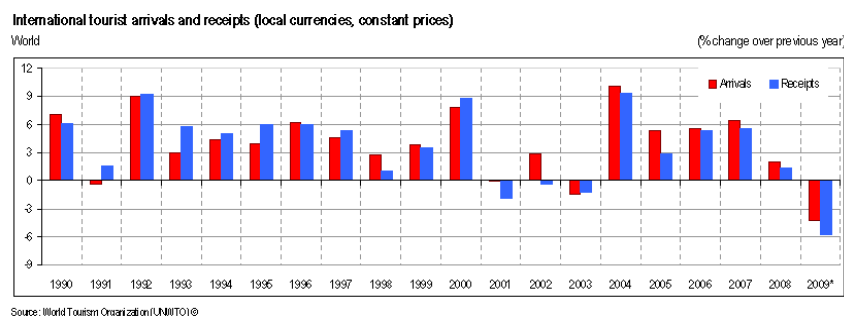


Figura 11. – Chegadas e Receitas do Turismo Internacional (1990 - 2009)

Se em termos de chegadas de turistas internacionais, a Europa consegue mais de metade das entradas, no que respeita às receitas, a Europa lidera com 48,5% das receitas mundiais, num valor global de 413 mil milhões de USD. O continente Africano continua a deter a menor fatia, tal como nas chegadas internacionais de turistas, com 3,4%, correspondendo a 28,9 mil milhões de dólares americanos.

Uma análise mais detalhada ao peso das receitas de turistas internacionais ao longo dos anos (Anexo 4.) permite-nos constatar o aumento da importância das regiões da Ásia (actualmente a segunda região mais importante, depois de ter destronado a América desta posição em 2006) em detrimento dos mercados mais maduros da Europa (que continua a ser responsável por quase metade das receitas internacionais mundiais, apesar de ter sido a região que mais caiu em 2009 (12,8%) e América (que caiu 12,2% em 2009, tendo pela segunda vez, representado menos de 20% do conjunto das receitas internacionais (19,4%)).

Olhando para os principais mercados, o *Top 5* mundial das receitas internacionais de turistas, tem sido assumido, pelos E.U.A. (nas chegadas, como vimos anteriormente, é a França que tem liderado).

Ranking	2000	2005	2006		2007		2008		2009 *		2009/08
			País	(10 <sup>9</sup> )	País	(10 <sup>9</sup> )	País	(10 <sup>9</sup> )	País	(10 <sup>9</sup> )	
1	E.U.A.	E.U.A.	E.U.A.	85,8	E.U.A.	96,9	E.U.A.	110	E.U.A.	93,9	-14,6%
2	França	Espanha	Espanha	51,1	Espanha	57,6	Espanha	61,6	Espanha	53,2	-13,6%
3	Espanha	França	França	46,3	França	54,3	França	56,6	França	49,4	-12,7%
4	Itália	Itália	Itália	38,1	Itália	42,7	Itália	45,7	Itália	40,2	-12,0%
5	R. Unido	R. Unido	R. Unido	34,6	R. Unido	38,6	China	40,8	China	39,7	-2,7%

Fonte: UNWTO (2010a, 2009a, 2008)

\* Dados Provisórios

Tabela 4. – *Ranking* das receitas de turismo internacional (2000-2009)

A segunda posição encontra-se consolidada pela Espanha, tal como a da França. O crescimento do turismo para a China leva a que este país já integre, a partir de 2008, a 5ª posição mundial, em pleno ataque à Itália (4ª posição). De salientar que a China foi o mercado que menos caiu em 2009 (-2,7%), mesmo sabendo-se que foi o país organizador dos Jogos Olímpicos no ano anterior.

## IV.2. - Importância do negócio do transporte aéreo

ATAG (2008) considera que o transporte aéreo representa um dos principais sectores de actividade na economia mundial e um dos principais geradores de riqueza e emprego

internacionalmente e define a indústria do transporte aéreo como aquela cujas actividades dependem directamente do transporte de pessoas e bens pelo ar.

Aliás, sempre de acordo com o ATAG (2008), a indústria do transporte aéreo é uma parte vital da crescente economia mundial globalizada, facilitadora do crescimento das trocas comerciais, turismo e investimentos, além de facilitadora de fluxos e ligações entre pessoas e entre continentes.

Os dois principais sectores da indústria do transporte aéreo são (ATAG, 2008, 2005):

- O sector da aviação civil que inclui aeroportos, companhias aéreas, serviços de navegação aérea e aquelas actividades servindo os passageiros ou fornecendo serviços de carga aérea; e
- O sector aeroespacial civil que inclui a produção e manutenção de sistemas, células e motores, assim como, equipamento específico de aviação (de utilização terrestre);

com 3 níveis de impactos económicos<sup>3</sup>:

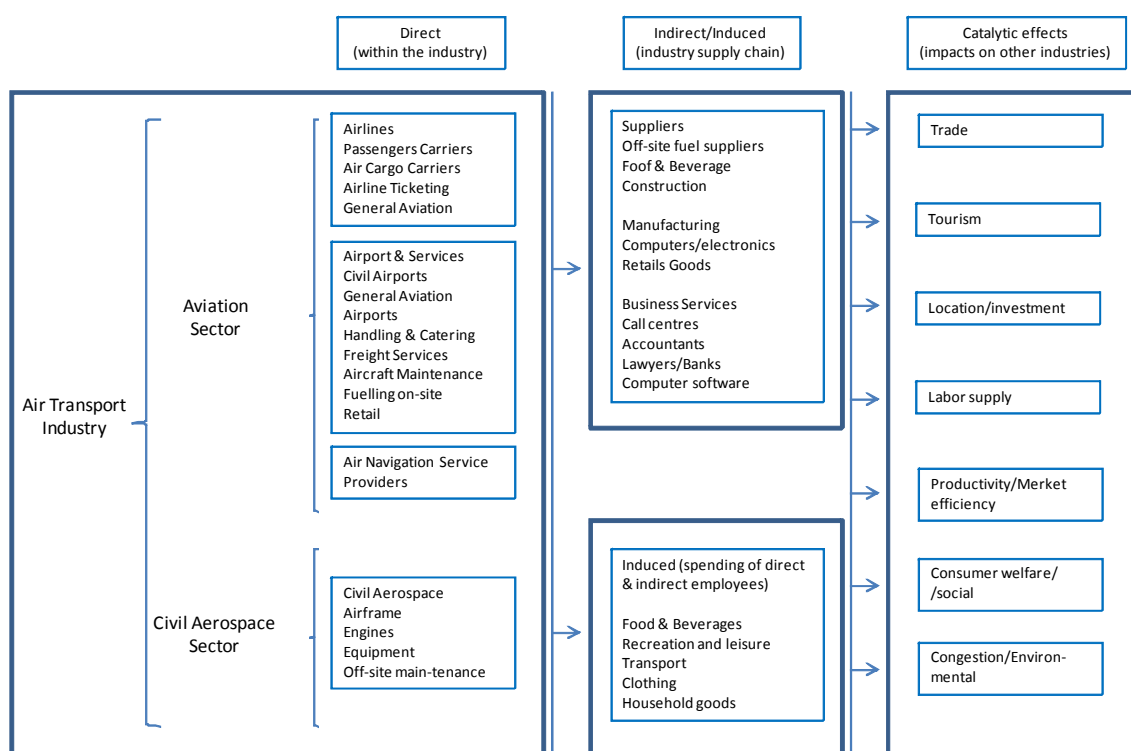
- ✓ Impactos directos, estando estes relacionados com a actividade do transporte aéreo, ao nível da transportadora aérea, aeroportos, manutenção de aeronaves, controlo de tráfego aéreo e gestão e actividades directamente relacionadas com passageiros, como sejam, *check-in*, tratamento de bagagens, lojas de vendas do aeroporto e *catering*. Impactos directos incluem também as actividades de vendas de aviões e de componentes;
- ✓ Impactos indirectos, que incluem os prestadores de serviços à indústria do transporte aéreo, como sejam os fornecedores de combustíveis, empresas de construção de aeroportos, fornecedores de sub-componentes usadas nos aviões, produtores de bens vendidos nos aeroportos e um conjunto de actividades ligadas ao sector (*call centers*, tecnologias de informação, serviços financeiros, etc.);
- ✓ Impactos induzidos, que incluem lojas, empresas produtoras de bens de consumo e um conjunto de indústrias de serviços (ex. bancos, restaurantes, etc.).

Os impactos directos, identificados acima, com base em dados de 2006, mostram que a indústria do transporte aéreo é responsável por mais de 2,2 mil milhões de passageiros e 44 milhões de toneladas de carga, gerando quase 5,5 milhões de empregos directos no sector e contribuindo, com 408 mil milhões de USD para o PIB (situando-se ao nível da indústria farmacêutica).

---

<sup>3</sup> Também Vasigh B. *et al.* (2008, pp. 20-22) caracteriza idênticos impactos na indústria do transporte aéreo, embora focalize a sua abordagem na aviação comercial dividindo-a em grandes companhias de aviação comercial e companhias de aviação regional

Na figura abaixo resumem-se as noções anteriores, enaltecendo os vários impactos do transporte aéreo.



Fonte: ATAG (2005, p. 5)

Figura 12. – A indústria do Transporte Aéreo e os seus impactos

Em termos globais, incluindo os vários impactos supra enumerados, mas excluindo os efeitos catalíticos, transversais aos vários sectores económicos, a indústria do transporte aéreo é responsável por mais de 15 milhões de empregos, contribuindo com 1.093 mil milhões de USD para o PIB, representando 2,3% desse Produto Mundial (incluindo os efeitos catalíticos, a indústria do transporte aéreo é responsável por mais de 32 milhões de empregos e representando 7,5% do PIB Mundial, ou seja, 3.557 mil milhões USD).

Uma das principais conclusões desse relatório, tal como já enaltecido no relatório de 2005, prende-se com a correlação existente entre transporte aéreo e turismo, salientando que mais de 40% dos turistas internacionais viajam de avião e que a indústria do transporte aéreo é responsável por 17,1 milhões de empregos no sector do turismo contribuindo com cerca de 90 mil milhões de USD para o Produto Turístico (como vimos anteriormente, dados actualizados da OMT, mostram que o transporte aéreo já é responsável por 53% das chegadas de turistas internacionais (UNWTO, 2010a)).

Dados mais actualizados, apresentados na 66ª assembleia geral da IATA, em Junho de 2010, por Bisignani G. (2010) e relativos a 2009, apontam para o transporte de 2,4 mil milhões de passageiros, de 43 milhões de toneladas de carga e 31 milhões de empregos.

#### **IV.2.1. - Principais indicadores da Indústria do Transporte Aéreo**

Sendo um tema transversal a todo e qualquer referência bibliográfica relacionada com a aviação comercial, tal como o são as liberdades do ar, optou-se por indicar apenas alguns dos principais indicadores utilizados pela indústria do transporte aéreo.

Salienta-se, desde já, que muitos dos indicadores em aviação utilizam como métrica o *Km* (ou a milha, como é mais frequente nos E.U.A.), de modo a poder ponderar as distâncias percorridas. Como menciona Holloway S. (2008, 2003), uma companhia regional pode ter o mesmo número físico de passageiros que uma companhia internacional, mas as distâncias percorridas são completamente diferentes.

A ICAO, enquanto entidade reguladora internacional, em relação estreita com as aviações civis de cada Estado, tem vindo a definir regras não só operacionais mas também de natureza económica, para que os elementos de análise possam ser consolidados em termos internacionais, de modo a permitir análises comparativas. Uma das principais áreas de actuação da ICAO, conforme consignado no Capítulo V da Convenção de Chicago (ICAO, 1944), é a definição das International SARP's – *Standards and Recommended Practices*, onde cada Estado deve colaborar assegurando uma elevada uniformização dos regulamentos, *standards* e procedimentos, ... (art. 37º).

Assim sendo, dentro dos vários formulários que as companhias aéreas são obrigadas a preencher regularmente<sup>4</sup> (na maior parte dos casos de forma mensal), estão também definidas regras quanto à interpretação de cada um dos itens:

- *Seat Kilometre Available* (também conhecido por ASK – *Available Seat Kilometre* ou PKO – *Passenger Kilometre Offered*) – corresponde ao número de lugares disponíveis para venda num avião multiplicado pela respectiva distância (*Km's*);
- *Passenger Kilometres Performed* – PKP - (também conhecido por RPK – *Revenue Passenger Kilometre* ou PKU – *Passenger Kilometre Used*) – corresponde ao número de lugares vendidos num avião, a passageiros pagantes (*revenue passengers*, ou seja,

---

<sup>4</sup> A ICAO criou uma ferramenta específica para a divulgação da informação que pode ser acedida em <http://www.icaodata.com/Trial/WhatIsICAO.aspx>

número de passageiros a multiplicar pelas respectivas tarifas), multiplicado pela respectiva distância (*Km's*);

- *Load Factor* (LF) (%) – corresponde aos PKP's (lugares vendidos) a dividir pelos ASK's (lugares oferecidos), também denominada como taxa de ocupação de um voo;
- *Yield* (USc) – corresponde à divisão da receita do voo (*total revenue passengers*) pelos PKU's. Dá-nos a receita média gerada por cada *km* voado.

Convém referir que o *Yield* é, tradicionalmente, dos temas mais importantes na gestão de uma companhia aérea. Holloway S. (2008) dedica-lhe todo um capítulo do seu livro (Capítulo 3), num total de 66 páginas. É também possível analisar-se o *Yield* do lado da oferta, ou seja, receita média gerada por cada *km* oferecido.

No que respeita, às liberdades do ar, será conveniente efectuar previamente um enquadramento histórico, uma vez as mesmas estarem associadas ao início da aviação comercial.

Doganis R. (2010) evoca a Convenção de Paris, assinada em 1919, como o primeiro acto de reconhecimento da soberania do espaço aéreo dos Estados, levando ao estabelecimento, embora incipiente, dos acordos bilaterais entre países visando a autorização de circulação das companhias aéreas entre esses mesmos Estados. No entanto, só com a Convenção de Chicago, em Dezembro de 1944, se dá um avanço neste acordos com a aprovação formal da troca de direitos aéreos (*air traffic rights*) ou liberdades do ar (os acordos multinacionais, como previstos na reunião de Chicago assentavam em três pilares fundamentais: as liberdades do ar, o controlo das tarifas e o controlo do nº de voos (frequências) e capacidade (*in Doganis, 2010, p. 28*)). O acordo, nesta fase, apenas foi conseguido nas liberdades que não envolvessem trocas comerciais, ou seja, nas duas primeiras liberdades do ar.

Doganis R. (2010) ou também Holloway S. (2008) e Vasigh B. *et al.* (2008) caracterizam as várias liberdades do ar, sendo que as primeiras cinco são parte integrante das negociações de acordos de serviços aéreos (vulgo acordos bilaterais) e as restantes são consideradas liberdades suplementares. Para facilitar a compreensão destas noções, dar-se-ão exemplos para cada uma das liberdades<sup>5</sup>:

- Primeira liberdade – o direito de sobrevoo de um Estado (ex. Sobrevoo de Cabo Verde num voo Portugal/Brasil);
- Segunda liberdade – o direito de efectuar uma aterragem por razões técnicas noutro Estado (reabastecimento, p. ex.) sem embarque/desembarque de tráfego remunerado

---

<sup>5</sup> Também Palhares (2002), *in* Edra F. (2005) apresenta as várias liberdades do ar com exemplos bastante elucidativos

- (ex. Aterragem técnica para reabastecimento em Cabo Verde num voo de Portugal/Brasil);
- Terceira liberdade – o direito de embarcar tráfego remunerado do Estado de origem para o Estado de recepção (ex. Embarque de passageiros, carga ou correio de Portugal para o Brasil);
  - Quarta liberdade - o direito de embarcar tráfego remunerado do Estado de recepção para o Estado de origem (ex. Embarque de passageiros, carga ou correio do Brasil para Portugal);
  - Quinta liberdade – o direito de a companhia do Estado de origem embarcar/desembarcar tráfego remunerado do Estado de recepção para um Estado terceiro, com quem possui acordo (ex. Embarque/Desembarque de passageiros, carga ou correio de uma companhia aérea de Portugal num voo entre Portugal e Brasil e sua continuidade – com embarque/desembarque de tráfego remunerado - entre o Brasil e a Argentina);
  - Sexta liberdade – o direito de embarcar tráfego remunerado de um Estado de recepção para um Estado de origem (4ª liberdade) e deste para outro estado de recepção (3ª liberdade), através de um aeroporto de trânsito (ex. Embarcar passageiros, carga ou correio em Inglaterra com destino ao Brasil utilizando Portugal (Lisboa) como aeroporto de trânsito);
  - Sétima liberdade – o direito de embarcar/desembarcar tráfego remunerado entre Estados terceiros (ex. Companhia aérea dos E.U.A., com um avião baseado em Portugal, efectuando voos remunerados de Portugal para o Brasil);
  - Oitava liberdade (ou direito de cabotagem) – o direito de embarcar/desembarcar tráfego remunerado por companhia fora do Estado de origem em rotas domésticas (ex. Companhia aérea dos E.U.A. com voos remunerados em Portugal, nas suas rotas domésticas entre Lisboa e o Funchal).

Holloway S. (2008, p. 233) distingue dois tipos de cabotagem: a “*consecutive cabotage*” ou seja, a possibilidade de um voo de um Estado de recepção vir fazer voos domésticos na continuidade (ex. voo Nova Iorque-Lisboa-Faro, com embarque de passageiros de Nova Iorque para Lisboa e para Faro e entre Lisboa e Faro) e a “*full cabotage*” (também designada de Nona liberdade em que a companhia de um Estado terceiro opera nas rotas domésticas). Ou seja, a título de exemplo, permitiria que uma companhia americana posicionasse um avião em Portugal para fazer as rotas domésticas entre Lisboa e Faro ou Funchal.

Sétimas e oitavas liberdades são mais difíceis de ser concedidas, embora em 1991, os acordos bilaterais entre os E.U.A. e o RU tenham permitido essa situação, apesar de não ter sido usada (Doganis R., 2010). Refira-se que, as oitavas liberdades têm sido um dos principais entraves

colocados pelos E.U.A. para a implementação de uma verdadeira política de céus abertos (*open skies*) com a Europa (Doganis R, 2010, p. 60).

#### **IV.2.2. - Caracterização histórica e respectiva evolução**

Flint P. (2010), num artigo publicado na revista da especialidade *ATW*, em Julho, traduz de forma bastante pragmática, um modo como pode ser caracterizado este sector da aviação ao mencionar que “se algo tem que ser aprendido dos últimos 12-18 meses é que a estabilidade e a indústria da aviação continuarão a ser estranhos num futuro próximo”, alegando ainda que “o mundo da aviação tem ido ao inferno e voltado num extraordinário curto espaço de tempo”.

Também Doganis R. (2010) caracteriza a indústria da aviação como um paradoxo, assente num contínuo e rápido crescimento dos seus serviços nos últimos 50 anos, mas com rentabilidades marginais.

A aviação comercial tem vivido, nos últimos anos, das maiores crises verificadas neste sector, mas denota uma impressionante capacidade de reacção e recuperação rápida. Como menciona, mais uma vez, Doganis R. (2010) a indústria da aviação internacional é complexa, dinâmica e sujeita a rápidas mudanças e inovação. Deve-se, contudo, salientar que esta mesma conclusão fazia já parte do seu anterior livro, editado em 2002 (*reprint* em 2005), mesmo que, nesses anos, apenas razões decorrentes do ataque ao WTC tenham levado à inversão de um ciclo bastante positivo na aviação comercial (embora já nessa altura apresentasse sinais de desaceleração, pelo crescente impacto do preço real dos combustíveis).

Apesar de existirem dados disponíveis sobre RPK's desde 1929 (ATA, 2010), só em três momentos nos últimos 90 anos, se verificaram quebras na procura do transporte aéreo internacional:

- ✚ em 1991 (-2,6%), aquando da invasão do Koweit pelo Iraque e a 1º Guerra do Golfo;
- ✚ em 2001 (-2,9%), devido aos atentados às Torres Gémeas do WTC a 11 de Setembro; e
- ✚ em 2009 (-3,5%), devido à crise financeira internacional, pandemia de Gripe A e correspondente retracção no consumo internacional.

Para Doganis R. (2010, 2002), os vários períodos enunciados, embora agravados por situações disruptivas, são o corolário de períodos de crise anteriores que motivaram estes comportamentos. A invasão do Koweit pelo Iraque, em 2 de Agosto de 1990 e consequente Guerra em Janeiro de 1991, apenas veio contribuir para agravar uma situação negativa iniciada

em 1990 com a escalada dos preços do petróleo. Apesar de curta, a guerra teve grandes impactos no mercado, com várias companhias aéreas a desaparecerem do mercado nesse ano (Eastern Airlines, Air Europe, Midway, TEA e a mítica Pan Am).

Também em 2001, os sinais de recessão eram evidentes com as companhias a apresentarem resultados em 2000 bastante negativos (a TWA, outra companhia aérea mítica da história da aviação pediu protecção contra falência em Janeiro de 2001) e, como menciona Doganis R. (2010, p. 17), “em Agosto 2001 era evidente que a indústria da aviação estava perante uma nova crise”. O 11 de Setembro só veio precipitar uma indústria em forte debilidade, com a falência de inúmeras companhias aéreas, incluindo a Swissair e Sabena, entre outras.

A situação de 2009, decorre igualmente do ano anterior onde Doganis R. (2010, p. 19) evoca três motivos primordiais: primeiro, o aumento do preço do *Jet fuel*, que atingiu um valor record; segundo, os efeitos continuados desse preço do combustível, devido a acções de protecção de risco de combustíveis (Dhiren S., 2007), levando a que as companhias continuassem a pagar o combustível a um preço elevado e, terceiro, o colapso do sistema financeiro e bancário, em Setembro de 2008, com a falência do Lehman Brothers (mesmo sendo editado em 2010, o autor não considerou os impactos decorrentes da Gripe A nos resultados de 2009. Bisignani G. (2009), na 65ª Assembleia Geral da IATA, anunciava que a indústria iria perder 80 mil milhões de USD pela queda do *yield*, pela perda da confiança dos consumidores e pelos efeitos pandémicos da Gripe A).

Como se pode vislumbrar no gráfico abaixo, os RPK's acompanham de perto os ASK's o que evidencia uma forte combinação entre a capacidade oferecida e a capacidade utilizada.

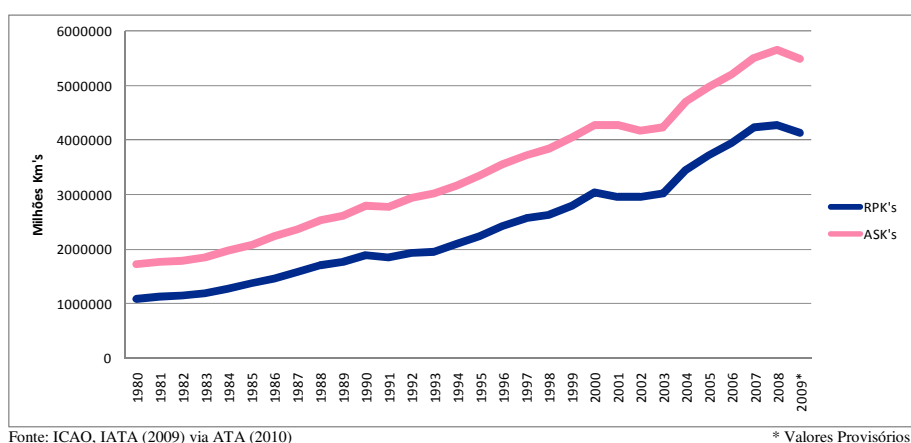


Figura 13. – RPK's (Procura) e ASK's (Oferta) entre 1980 a 2009

Como se enferma da própria definição, o *Load Factor*, situou-se tradicionalmente nos 60-69% até ao início do novo século, tendo ultrapassado os 70% em 2000 (70,9%), situação que se tem mantido (com excepção de 2001, onde se situou nos 69%). Esta situação decorrerá igualmente de uma melhor capacidade de controlo do espaço disponível para venda e adequação do mesmo às rotas a operar. Como refere Doganis R. (2010), os *load factors* alcançados são sempre uma boa medida do sucesso de uma companhia aérea na gestão da procura.

Uma análise ao peso do tráfego pelas diferentes regiões (Anexo 5.), com base nos dados recolhidos junto da ICAO, permite perceber que as Américas têm vindo a perder peso, com o aumento das regiões da Ásia e Pacífico e Médio Oriente. A África, pelas distâncias a percorrer, o desenvolvimento das regiões e as difíceis acessibilidades continua a ser a região que apresenta maiores dificuldades de crescimento.

Como menciona Doganis R. (2010), a região da Ásia e a expansão das companhias aéreas asiáticas, a par da reestruturação da indústria do transporte aéreo nos mercados mais maduros da América e da Europa, tem levado ao crescimento destas regiões.<sup>6</sup>

Também ao nível dos passageiros a evolução tem estado em consonância com os indicadores de evolução apurados para RPK's. Olhando para a evolução sentida pelo Tráfego Mundial de passageiros desde o fim da II Guerra Mundial, pode-se afirmar que este tem crescido de forma sustentada (e quase exponencial) ao longo dos últimos 60 anos.

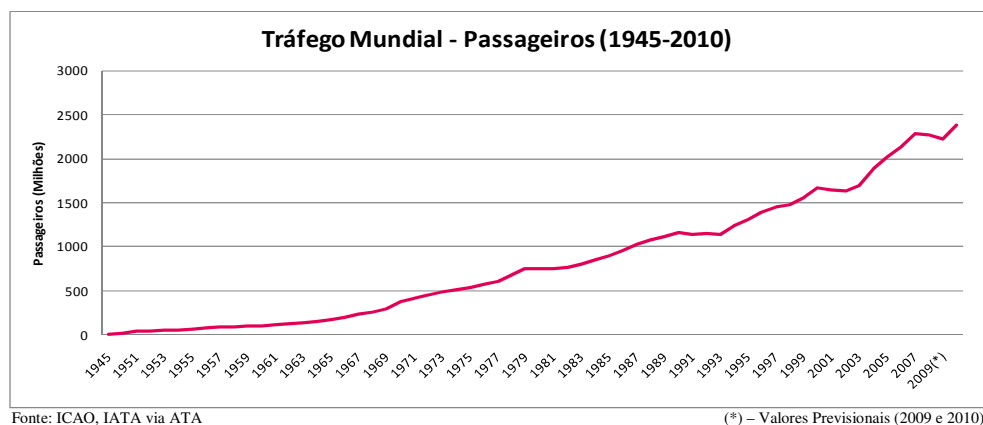


Figura 14. - Tráfego mundial de passageiros (1945 a 2010)

<sup>6</sup> Anteve-se igualmente um forte crescimento da região do Médio Oriente, confirmado pelas previsões da ICAO até 2012 (ICAO, 2010b). A Emirates Airlines anunciou, em Junho de 2010, a compra de mais 32 Airbus A380, elevando a compra deste modelo para 90 aviões (Kingsley-Jones M. e Morrison M., 2010) e, em Julho, adquiriu mais 30 Boeing 777-300ER, num total de 71 aviões já encomendados deste modelo (Kaminsky-Morrow D., 2010). O valor global das duas transacções ascende aos 20,6 mil milhões de USD

Depois de, em 2007, se ter batido o *record* do número de passageiros transportados (2.280 milhões de passageiros), as quebras evidenciadas em 2008 e 2009, quando foram transportados, neste último ano, 2.224 milhões de passageiros em todo o Mundo, não deixavam antever que, já para 2010, e segundo as últimas estimativas efectuadas pela IATA (2010c), se voltasse a atingir novamente níveis *record*, com um volume de passageiros de 2.395 milhões de passageiros.

Como caracteriza Doganis R. (2010), as taxas de crescimento do tráfego foram muito maiores nos anos 50 e 60, onde a indústria estava longe de atingir a sua maturidade. Mesmo assim, nos anos 70, a taxa de crescimento rondou os 10%, levando a que a procura duplicasse a cada sete anos. Nos anos 80, a taxa anual de crescimento passou para os 6% tendo-se situado nos 5,2% na década de 90. A maior turbulência dos anos 2000, como explica o autor, em virtude dos acontecimentos de 11 de Setembro de 2001 levou a que a taxa de crescimento se tenha situado, mesmo assim, nos 4% nos 8 primeiros anos do novo milénio (considerando dados mais actuais do tráfego de passageiros (2000-2010), a taxa média de crescimento anual é de 3,6%, a mais baixa registada ao longo das últimas décadas).

#### **IV.2.3. - Rentabilidade do transporte aéreo**

Se é certo que os indicadores de tráfego se mostram extremamente animadores e crescentes ao longo dos anos, os indicadores de rentabilidade têm evidenciado um sector de actividade com elevados períodos conturbados e níveis de rentabilidade extremamente baixos. Aliás, como mencionado por Bisignani G. (2010), a aviação tem vivido dos piores momentos da sua história, tendo assistido, em 2009, à perda de receitas de mais de 81 mil milhões de USD e resultados líquidos negativos a rondarem os 10 mil milhões de USD nesse ano.

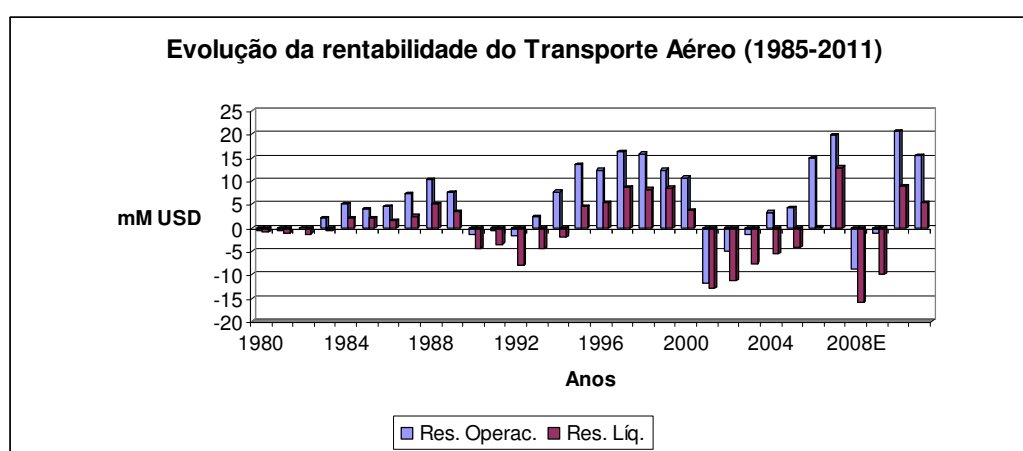
Alguns factores têm contribuído de forma decisiva para este comportamento verificado ao longo dos últimos anos, afectando quer o tráfego de passageiros e/ou a rentabilidade registada.

Doganis R. (2010, 2006) e Vasigh B. *et al.* (2008) salientam alguns desses aspectos, como sejam:

- Processos de liberalização, dos E.U.A. à Europa e aos acordos de *Open Skies* entre estes;
- Continuada pressão para a queda continuada dos *yields*;
- Variações conjunturais do preço do petróleo e, consequentemente, do *Jet Fuel*;
- Abrandamento das economias mundiais;
- Economias de escala, com impacto nos custos unitários;

- Políticas de alianças e consolidação;
- Instabilidade político-económica mundial e terrorismo.

Depois de meses com decréscimos acentuados ao longo do tempo, que originariamente levaram a que as primeiras estimativas feitas em Setembro de 2009 (IATA, 2009b) apontassem para perdas em 2010, na ordem dos 5,6 mil milhões de USD, novas previsões, em Junho de 2010 (IATA, 2010a), inverteram esse valor para um lucro expectável de 2,5 mil milhões de USD (em Março, as previsões ainda apontavam para um resultado negativo de 2,8 mil milhões de USD (IATA, 2010e)). Na sua última previsão de Setembro (IATA, 2010c), a IATA reviu em alta os dados, com os resultados a atingirem os 8,9 mil milhões de USD em finais de 2010.



Fonte: Até 2008 – ICAO (via ATA, 2010); 2009-2010: IATA (2010c); E: Estimado, F – Forecast

Figura 15. - Evolução da rentabilidade do Transporte Aéreo (1985-2011)

A evolução da rentabilidade da aviação comercial, ao longo dos últimos anos, conforme consta do Anexo 6., permite evidenciar as dificuldades sentidas nos últimos anos de actividade, onde os custos com combustíveis ocupam uma parcela cada vez mais importante na estrutura de custos das companhias aéreas.

Como se pode também verificar, a margem sobre o Lucro Líquido atingiu o seu valor mais elevado na década em 2007, representando apenas uma margem positiva de 2,5%.

Mas nem todas as áreas irão evoluir positivamente em 2010. Mesmo depois de corrigido em alta a última previsão da IATA (2010c), como anteriormente mencionado, a Europa manter-se-á negativa com um resultado negativo esperado de 1,3 mil milhões (uma evolução face aos 2,8 mil milhões de USD negativos previstos em Março de 2010). A região da Ásia e Pacífico atingirá os 5,2 mil milhões de USD (2,2 mM de USD em Março), seguida da América do Norte com 3,5 mil milhões (1,9 mM USD em Março). A região da América Latina, depois de ser a única positiva em 2009, atingirá os 1.000 milhões de USD (+ 100 milhões que na previsão de

Março), com a região do Médio Oriente a atingir os 400 milhões de USD (100 milhões de USD em Março). A África com 100 milhões previstos, manteve a mesma previsão de Março.

A situação da Europa, além da crise financeira e monetária que perdura, decorre ainda dos impactos sofridos com o encerramento do seu espaço aéreo em Abril, devido ao vulcão Eyjafjallajokull, cujo impacto negativo a IATA (2010f) estimou em perdas de receitas na ordem dos 1,7 mil milhões de USD (para a região da Europa o impacto foi de 70%).

Previsões para 2011 (IATA, 2010c) levam a que se assista a uma moderação nos resultados nesse ano, atingindo globalmente os 5,3 mil milhões de USD, sendo que a Europa é a única região a crescer (com um resultado nulo), em recuperação do resultado negativo ainda previsto para 2010.

No seguimento desta tendência positiva para 2010, também o Índice de Confiança da IATA (2010g, h), baseado no seu inquérito trimestral, mostra uma maior confiança das companhias aéreas. De acordo com o inquérito realizado em Julho, quase 70% das companhias aéreas sentiram uma melhoria dos seus níveis de rentabilidade e mais de 80% afirma que o seu tráfego tem aumentado este ano, cuja tendência se irá manter para os próximos 12 meses.

Também ao nível dos *Yields* a situação de confiança se mostra mais favorável, com 50% dos inquiridos a manifestar melhorias no último trimestre (mesmo assim, 27,8% dos inquiridos viu o *Yield* diminuir, sendo que, no anterior inquérito esse valor era de 46,7%) e com expectativas mais elevadas nos próximos 12 meses (72,2% e apenas 5,6% com expectativas de diminuição).

Resultados já disponibilizados pela IATA (2010i) no seu relatório de Outubro apontam para uma melhoria na confiança das operadoras aéreas mas antevê igualmente algumas preocupações para 2011, em consonância com as previsões já apontadas pela IATA (2010c).

Como define Vasigh B. *et al.* (2008), desde o período de liberalização nos E.U.A. (mais conhecido pelo *US Airline Deregulation Act of 1978*) que a indústria, em particular nesse país, tem sentido uma enorme volatilidade. Momentos de elevados rendimentos são seguidos por períodos de elevada recessão, com um dos períodos mais conturbados a verificar-se após os ataques terroristas do 11 de Setembro. Como os autores mencionam, “esta volatilidade veio produzir falências nas companhias aéreas, extensivos períodos de *layoff* dos trabalhadores e cortes salariais, perda de riqueza dos accionistas e grande incerteza no mercado”.

Como refere Darcy Olmos, M. (2010), a aviação é extremamente cíclica e correlacionada com o PIB, pelo que, períodos de crise colocam uma enorme pressão na rentabilidade da indústria.

### **IV.3. - O futuro do turismo e do transporte aéreo**

Nos pontos anteriores tivemos uma visão integrada destes importantes sectores de actividade, caracterizados, entre outros aspectos, por uma enorme volatilidade e exposição a factores exógenos, mas com grande impacto (quase sempre negativo) nos resultados, em especial, das companhias aéreas mundiais.

Pelo tipo de actividade e ciclos de investimento longos, decorrentes de elevados investimentos, também o sector da aviação é fértil em análises e projecções de médio/longo prazo.

O objectivo neste ponto, não se querendo ser exaustivo, é analisar alguns desses documentos publicados internacionalmente, seja das autoridades internacionais ligadas ao turismo (OMT) ou à aviação comercial (ICAO, IATA), de entidades de reconhecido renome internacional (WTTC) ou, mesmo até, de empresas construtoras de aviões ou de motores, como são o caso da Airbus, Boeing, Embraer, Bombardier ou mesmo Rolls-Royce, que anualmente fazem as suas projecções de longo prazo.

#### **IV.3.1. - O Futuro do Turismo**

Pela capacidade de recuperação evidenciada pelo sector do turismo, tal como, pelo sector da aviação comercial, a OMT (UNWTO, 2001, 2000), numa série de documentos intitulados “*Tourism 2020 Vision*”, elaborou previsões estatísticas detalhadas (ao nível dos diferentes países) sobre o comportamento do turismo internacional nesse horizonte temporal.

Também o WTTC (2010), como já comentado neste capítulo no ponto II.1., concluiu recentemente um estudo sobre os impactos económicos nas principais variáveis macroeconómicas em 2010 e um horizonte temporal igualmente extrapolado para 2020.

Mesmo tendo como base de partida, o ano de 1995, a OMT aponta para que o turismo pudesse atingir os 1,0 mil milhões de turistas internacionais em 2010 e os 1,56 mil milhões em 2020, o que representaria uma taxa média de crescimento anual entre 1995 e 2020 na ordem dos 4,1%.

Na tabela seguinte, optou-se por apresentar as previsões de chegadas de turistas internacionais por região em 2010 e 2020 (V), ao mesmo tempo que se comparam os crescimentos necessários, em 2010, em função dos valores já apurados para 2009.

Tourism 2020 Vision: Chegadas de Turistas Internacionais							
Regiões	2009*	%	2010 (V)	% Var. 10/09	%	2020 (V)	%
Europa	459,7	52,2%	527	14,6%	52,4%	717	45,9%
Ásia e Pacífico	181,2	20,6%	206	13,7%	20,5%	416	26,6%
América	140,7	16,0%	190	35,0%	18,9%	282	18,1%
África	45,6	5,2%	47	3,1%	4,7%	77	4,9%
Oriente Médio	52,9	6,0%	36	-31,9%	3,6%	69	4,4%
Total	880,1	100,0%	1006	14,3%	100,0%	1561	100,0%

Fonte: UNWTO (2010a, 2001)

\* Dados Provisórios; (V) – Vision

Tabela 5. – Visão do Turismo em 2020 (chegadas)

Como se pode verificar, ao longo dos anos, houve regiões que tiveram um comportamento acima do esperado (caso do Médio Oriente), sendo que, a região da América é aquela cujo comportamento tem estado abaixo das previsões. Estas situações são igualmente observáveis no peso relativo que essas regiões apresentam em 2009 e que seria expectável em 2010. Por outro lado, comparando as primeiras previsões de chegadas em 2010 (entre 3 a 4%, conforme os mais recentes barómetros de turismo publicados pela OMT) com os 14,3% na adequação do ano de 2009 com a *Vision 2020* (previsões para 2010), verificamos que as previsões tecidas, nesse documento, dificilmente serão atingidas no corrente ano.

Olhando para o ano de 2020 não deixa de ser importante salientar aquilo que se vem verificando ao longo dos anos, ou seja, a perda de importância da Europa e América e o continuado crescimento da região da Ásia e Pacífico.

Esta análise é reforçada quando se olha para os principais destinos mundiais, sendo que, em 2020, a China assumir-se-á como o principal mercado internacional.

Ranking	2005	2009 *		2020 (V)	
		País	(10 <sup>6</sup> )	País	(10 <sup>6</sup> )
1º	França	França	74,2	China	130
2º	Espanha	E.U.A.	54,9	França	106,1
3º	E.U.A.	Espanha	52,2	E.U.A.	102,4
4º	China	China	50,9	Espanha	73,9
5º	Itália	Itália	43,2	Hong Kong	56,6

Fonte: UNWTO (2010a, 2001)

\* Dados Provisórios; (V) – Vision

Tabela 6. – Visão do Turismo em 2020 (Principais mercados internacionais)

Por outro lado, Hong Kong (tratado de forma isolada no documento da OMT, embora fazendo hoje parte integrante da China), passará, nessa data, a quinto maior mercado internacional, destronando a Itália.

Pelo enquadramento da análise, a OMT fez igualmente previsões ao nível dos países (UNWTO, 2000), concluindo que, no caso do mercado do Brasil, em 2020, atingir-se-ão os 14,1 milhões de chegadas de turistas internacionais (sendo de 9 milhões em 2010), com uma taxa média de crescimento anual entre 1995 e 2020 na ordem dos 5% ao ano (acima dos 3,9% no crescimento das Américas). Este assunto será devidamente enquadrado em secção específica, onde se analisará igualmente, o Plano Aquarela 2020 do Ministério do Turismo Brasileiro.

#### **IV.3.2. - O Futuro do Transporte Aéreo**

Na última assembleia geral da IATA, em Junho de 2010, Bisignani G. (2010) enunciou e lançou o programa “Visão 2050 – construindo o futuro da aviação”, assente em quatro pilares de mudança (IATA, 2010d):

- 1) Rentabilidade – a “hiper fragmentação” do mercado, com 1061 companhias de aviação, como consequência de um sistema bilateral que ainda regula a indústria do transporte aéreo mundial e as restrições ao nível do capital não permitem às companhias aéreas ser mais eficientes e atingir resultados positivos mais sólidos para financiar o crescimento e a inovação;
- 2) Infra-estruturas – reestruturação da infra-estrutura aérea ao nível dos aeroportos e da gestão do tráfego aéreo, passando dos actuais 180 centros de gestão de controlo aéreo (ANSP – *Air Navigation Service Providers*) para apenas 10, com especial incidência na Europa (SES - *Single European Sky*);
- 3) Potenciar a indústria – encontrando-se soluções alternativas ao actual petróleo, seja ao nível dos bio combustíveis ou de outros recursos energéticos e onde os Governos deverão oferecer um maior apoio ao desenvolvimento e à produção dessas alternativas;
- 4) Cliente – chegar-se-ão aos 16 mil milhões de passageiros e 400 milhões de toneladas de carga, obrigando a uma solução estratégica e harmoniosa que integre todas as partes da cadeia de valor – aeroportos, navegação aérea, fabricantes (de aviões) e governos.

Na sua visão para 2050, o Director Geral da IATA sublinhou e enfatizou ainda os seguintes aspectos de natureza mais operacional, mas importantes para o sector: “Em 2050 estaremos muito perto dos Zero acidentes. Emitiremos metade das emissões de carbono. Teremos eliminado longas filas de espera com os novos sistemas integrados que oferecerão maior segurança ao mesmo tempo que servirão mais passageiros. Operaremos quase sem atrasos nos céus mundiais unidos. Dividiremos custos e proveitos ao longo da cadeia de valor. Seremos uma indústria consolidada de uma dúzia de marcas globais apoiadas por especialistas regionais

ou de nicho. E entregaremos valor aos nossos investidores.” (Giovanni Bisignani, 2010 *in* IATA 66th AGM, Berlin, 7 Junho 2010).

Em 2020, antevêm-se lucros para as companhias aéreas de 100.000 milhões de USD, com vendas na ordem do bilião de USD, esperando-se que esta margem operacional de 10% seja mais forte à medida que se avança para o Horizonte 2050.

Uma análise mais focalizada no tempo e efectuada igualmente pela IATA (2009c) para o horizonte 2009-2013, realizada em Novembro, como anualmente, aponta para um crescimento global de 3,4% nos passageiros transportados, com um crescimento mais expressivo no tráfego doméstico (3,5%) que no tráfego internacional (3,2%).

<b>Passageiros</b>	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Passageiros Internacionais</b>						
Passageiros Transportados (m)	865	838 -3,2%	868 3,5%	914 5,3%	965 5,6%	1.014 5,1%
<b>Passageiros Domésticos</b>						
Passageiros Transportados (m)	1.406	1.350 -4,0%	1.404 4,0%	1.487 5,9%	1.579 6,2%	1.670 5,8%
<b>Total (Internacional e Doméstico)</b>						
Passageiros Transportados (m)	2.271	2.188 -3,7%	2.272 3,8%	2.401 5,7%	2.544 6,0%	2.685 5,5%

Fonte: IATA Survey – Airline Industry Forecasts – Scheduled Services (2009c)

(m) - milhões

Tabela 7. - Previsão de Passageiros (Tráfego Regular) – 2009-2013

Não deixa de ser significativo constatar que as quebras estimadas para 2009, são rapidamente anuladas no ano seguinte, entrando-se novamente em forte crescimento a partir dessa data.

Pela composição do tráfego conclui-se que o tráfego doméstico (61,9% em 2008) continuará a reforçar a sua importância até 2013 (em que representará 62,2%, nessa data).

Também a ICAO (2007), enquanto organismo regulador do sector da aviação comercial, estabeleceu, projecções para o comportamento do tráfego internacional, tomando como base o período 1985-2025.

A tabela seguinte visa sintetizar as principais conclusões tecidas nesse relatório, sendo que, tradicionalmente, as projecções foram mais comedidas para o período futuro do que para os resultados históricos apurados na última vintena de anos:

Tráfego	1985	2005	2025	Taxa média cres. anual	
				1985-2005	2005-2025
<b>Tráfego Total</b>					
RPK's (mM)	1366	3720	9180	5,1%	4,6%
Passageiros (m)	896	2022	4500	4,2%	4,1%
<b>Tráfego Internacional</b>					
RPK's (mM)	589	2197	6225	6,8%	5,3%
Passageiros (m)	194	704	1950	6,7%	5,2%

Fonte: ICAO (2007)

(mM – Mil milhões; m – milhões)

Tabela 8. - Previsões de Tráfego Aéreo em 2025

Um dado interessante prende-se com o peso do tráfego internacional que ao longo da série de anos vê a sua posição reforçada, ou seja, em termos de RPK's o peso do tráfego internacional passa dos 43,1% em 1985 para os 67,8% em 2025. Ao nível dos passageiros, também o seu peso aumenta, embora o tráfego doméstico continue a ser maioritário mesmo em 2025 (o peso do número de passageiros passa dos 21,7% em 1985 para os 43,3%). A aparente discrepância dos valores decorre da própria definição dos indicadores, na medida em que os RPK's estão ponderados pelos *Km's* voados, evidenciando uma esperada maior evolução e penetração do tráfego de longo curso.

Mais recentemente a ICAO (2010b), tal como a IATA, veio estabelecer previsões a curto prazo para um horizonte até 2012, referindo que, depois de um decréscimo de 2% dos PKP's em 2009, se espera um crescimento de 6,4% em 2010.

Região	2009	2010	2011	2012
África	-3.3	9.8	8.5	7.7
Ásia e Pacífico	-0.2	10.8	7.5	7.5
Europa	-3.9	3.5	2.5	2.7
Médio Oriente	9.1	15.5	12.0	11.5
América do Norte	-3.9	2.8	2.2	2.5
América Latina e Caraíbas	0.9	9.8	5.5	5.6
<b>Mundo</b>	<b>-2.0</b>	<b>6.4</b>	<b>4.7</b>	<b>4.9</b>

Fonte: ICAO

Tabela 9. - Crescimento (%) dos PKP's por regiões (2009 a 2012)

As taxas de crescimento, como já anteriormente enfatizado, apresentam taxas de crescimento diferenciadas por região, sendo que as regiões com maior desenvolvimento do transporte aéreo (América do Norte e Europa) têm crescimentos mais modestos com as regiões do Médio Oriente e Ásia e Pacífico a liderarem os níveis de crescimento percentual.

As principais companhias construtoras de aviões realizam igualmente e de forma sistemática as suas previsões de longo prazo. Apesar da importância das mesmas para a caracterização global do sector, deve-se contudo ter em consideração que o principal objectivo destas empresas é a venda dos seus aviões, pelo que, estes relatórios são, por norma, optimistas e focados na caracterização das diferentes frotas.

No entanto, se compararmos esse optimismo com a posição dos principais organismos internacionais ligados à aviação comercial, conclui-se que os mesmos não se encontram tão desajustados como, pelos objectivos de partida, seria de antever.

Dados da Boeing (2010, 2009), apontam para as seguintes previsões para o período entre 2009-2029 (entre parêntesis os dados do relatório da Boeing de 2009, para o período 2008-2028):

- Crescimento do economia mundial (PIB) – 3,2% (3,1%);
- Crescimento das frotas de aviões – 3,3% (3,2%)
- Crescimento do número de passageiros – 4,2% (4,2%)
- Crescimento do tráfego de passageiros (RPK's) – 5,3% (4,9%)
- Crescimento do tráfego de carga (RTK's) – 5,9% (5,4%)

Um análise mais focada por região (Boeing, 2009), ao nível dos RPK's, mostra-nos diferentes níveis de crescimento intra-regiões e entre as diferentes regiões. Como se pode constatar, os mercados tradicionalmente mais maduros e mais desenvolvidos, como é o caso da América do Norte e da Europa, apresentam taxas de crescimento menores, quer dentro das suas próprias regiões (2,5% na América do Norte e 4,4% no tráfego intra-Europeu) quer entre si (4,6%).

Passageiros (Tx. Cresc. %) - RPK's - 2008 - 2028						
Regiões	África	América Latina	Médio Oriente	Europa	América do Norte	Ásia e Pacífico
Ásia e Pacífico	9,2%	9,1%	6,3%	5,5%	4,9%	6,9%
América do Norte	7,4%	4,7%	6,9%	4,6%	2,5%	
Europa	5,4%	4,3%	5,5%	3,4%		
Médio Oriente	6,1%	-	6,2%			
América Latina	5,5%	6,4%				
África	6,4%					

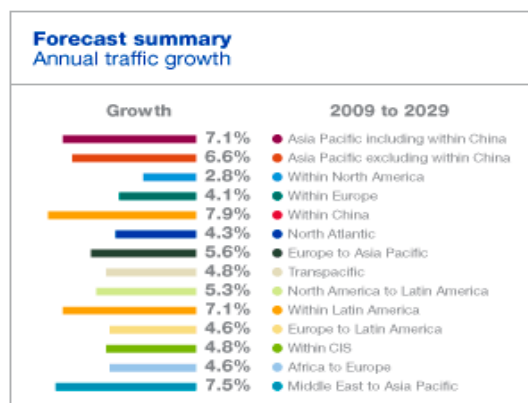
Passageiros - RPK's (mil milhões) - em 2028						
Regiões	África	América Latina	Médio Oriente	Europa	América do Norte	Ásia e Pacífico
Ásia e Pacífico	30	14	350	900	640	3.080
América do Norte	40	450	130	1.060	1.580	
Europa	360	410	330	1.280		
Médio Oriente	80	-	140			
América Latina	5	430				
África	120					

Fonte: Boeing Current Market Outlook 2009-2028

Tabela 10. - Evolução dos RPK's (2008-2028)

A região da Ásia e Pacífico, tal como nos indicadores internacionais de turismo e da aviação comercial, é aquela que mais cresce ao longo dos próximos 20 anos.

Também no seu último relatório, mantém-se a maior tendência de crescimento nos mercados da Ásia, como se pode constatar na figura seguinte:



Fonte: Boeing Current Market Outlook 2009-2028

Figura 16. - Crescimento do tráfego Mundial entre regiões geográficas (2009-2029)

A Embraer (2010), mesmo atendendo aos tipos de avião que comercializa, com capacidades entre os 30 e os 120 passageiros, apresentou igualmente o seu relatório Embraer Market Outlook 2010-2029, considerando um crescimento do tráfego de passageiros (RPK's) na ordem dos 4,9%.

Olhando, igualmente, para o relatório da Airbus (2009), verifica-se que não existem pontos de ruptura com o seu concorrente directo. Mesmo assim, a Airbus é mais conservadora, com uma taxa de crescimento do tráfego de passageiros (RPK's) de 4,7%, mantendo-se as maiores taxas de crescimento nos mercados da Ásia e Pacífico.

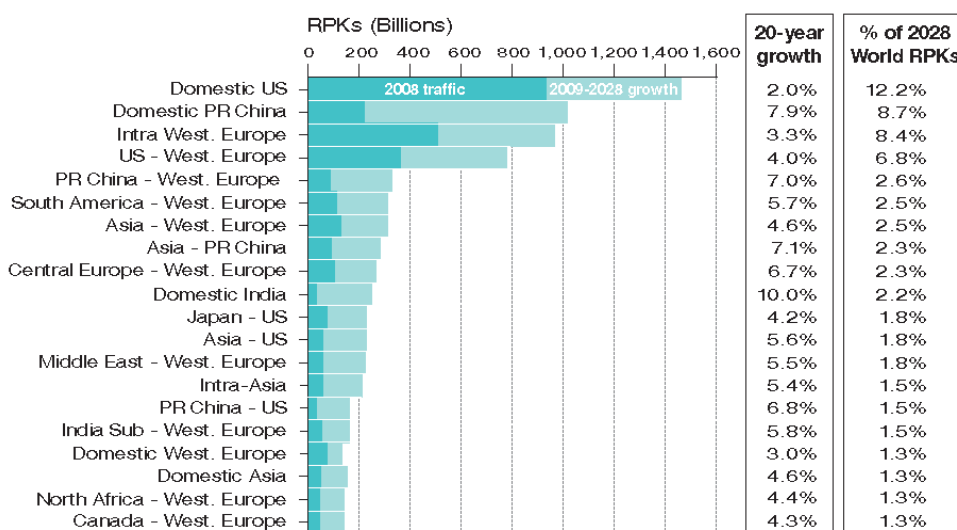
O Anexo 7. dá-nos uma ideia mais objectiva dos impactos que estas taxas de crescimento médias anuais irão ter ao longo dos próximos anos e como se movimentarão os fluxos de transporte aéreo (e consequentemente os fluxos turísticos internacionais) nos próximos anos.

Se é certo que os E.U.A. manter-se-ão na liderança dos fluxos de tráfego mundial, graças ao seu mercado doméstico, fácil será concluir que os mercados da Ásia, fruto dos elevados e previstos crescimentos de tráfego, levarão a que, em 2028, o mercado doméstico da China seja já o segundo mais importante, com os fluxos em crescimento igualmente com a Europa Ocidental (5º) e restantes Estados da Ásia (8º).

Nesse ano, aparece, pela primeira vez, o mercado doméstico da Índia, mercado esse em grande expansão, quer pela dimensão do país quer pela dimensão populacional.

A figura seguinte é extremamente elucidativa quer das taxas de crescimento em causa nas várias regiões, assim como, do peso absoluto de cada uma dessas áreas.

## Largest 20 traffic flows in 2028



Fonte: Airbus Global Market Forecast 2009-2028

Figura 17. – Principais fluxos de tráfego em 2028

Como se verifica, apesar do crescimento do mercado interno da China existe ainda um longo caminho a percorrer até poder destronar o mercado doméstico dos E.U.A.. Os quatro principais fluxos de tráfego representam 36,1% do mercado global, evidenciando uma forte disseminação entre as várias regiões. Veja-se que, a título de exemplo, o mercado entre a China e a Europa Ocidental (o 5º maior de acordo com o *ranking* formulado pela Airbus) representa apenas 2,6% do mercado global.

## Capítulo V – O mercado *charter*

### V.1. - Enquadramento do Transporte Aéreo Não Regular

Apesar de instituído na Convenção de Chicago (ICAO, 1944), no seu art. 5º, nomeadamente no que respeita à aplicação das liberdades do ar e direitos de soberania dos países, Doganis R. (2010, p. 156) ou Moutinho J. (2010), consideram que um dos factores que terão beneficiado as companhias *charters* terá sido o facto de terem ficado de fora dos acordos bilaterais, assim como, do controlo tarifário imposto pela própria IATA.

Mesmo assim, a importância do transporte aéreo não regular, em particular na Europa, como se verá ao longo deste capítulo, levou a que alguns países (casos do Reino Unido, França e Suíça) tenham incluído os serviços *charters* nos acordos bilaterais (Lobbenberg A., 1995).

O quadro institucional saído da Convenção de Chicago dirigia-se maioritariamente às companhias aéreas regulares, até porque se esperava que as operações *charters* fossem marginais e se limitassem a pouco mais que serviços de taxi-aéreo (Papatheodorou A., 2002).

Só em 1956, através do acordo Multilateral relativo aos Direitos Comerciais dos Serviços Aéreos Não Regulares Europeus (Multilateral Agreement on Commercial Rights on non-scheduled air services in Europe (1956)), se veio dar às entidades exploradoras dos voos não regulares e respectivos utilizadores garantias até aí não consignadas, nomeadamente ao nível do reconhecimento das 3ªs e 4ªs liberdades, embora a serem exercidas sem prejuízo dos serviços aéreos regulares (Almeida C., 2010)<sup>7</sup>.

Apesar de, como mencionado no próprio Decreto Lei nº 19/82 de 28 de Janeiro, o transporte aéreo não oferecer continuidade, a programação de voos de forma sistemática pelos operadores turísticos, leva à possibilidade de se distinguir entre *charter* regular e *charter* irregular (Almeida C., 2010):

- *Charter* regular caracteriza-se por “uma série de voos ou operações que, embora não oferecendo continuidade, são programados como uma série sucessiva de serviços aéreos.” É o caso dos voos *charters* dos operadores turísticos assumidos ao longo de todo o ano e/ou de forma sazonal nas épocas de maior procura quer no longo quer no médio curso;

---

<sup>7</sup> Em 1971, foi igualmente assinado, em Manila, um Multilateral Agreement on Commercial Rights on Non-Scheduled Services among the Association of Southeast Asian Nations (1971) entre países da Ásia

- *Charter* irregular são operações de carácter ocasional, esporádica ou pontual nos quais se enquadram voos de repatriamento ou de transporte de militares, voos de transporte de equipas de salvamento e de carácter humanitário, voos de transporte de peregrinos (casos das operações do Hajj e Umrah para Meca), voos de incentivos para empresas, entre outros. Cabe ainda dentro desta categoria os voos realizados para outras companhias aéreas pela cedência de meios em casos de irregularidades operacionais, atrasos de manutenção, *phase-in* de frota, entre outros (operações que assumem a designação de A.C.M.I. – *Aircraft, Crew, Maintenance and Insurance* ou *subcharter*).

Também Doganis R. (2010), define dois tipos de voos *charters*, que vão ao encontro dos pontos anteriores, nomeadamente:

- ❖ *ad hoc charters*, caracterizados como voos pontuais em que o avião é comercializado para um determinado evento, tal como eventos desportivos, festivais religiosos ou incentivos (Doganis foca em particular as deslocações por ocasião do Hajj, onde milhões de muçulmanos vão anualmente a Meca realizar a sua peregrinação (p. 157), sendo que, nestes casos e atendendo ao volume, muitos peregrinos são transportados quer em voos regulares quer em operações *charters*) ; e
- ❖ “*series charters*”, caracterizados por vários voos, normalmente através de operadores turísticos, empresas petrolíferas, transporte de militares ou outros meios requerendo o transporte sistemático de pessoas, sendo que, nalguns casos, por terem um horário definido assumem características de *charters* regulares.

Papatheodorou A. (2002), considera que a maioria das viagens em *charter*, organizadas pelos operadores turísticos, no âmbito das séries efectuadas são numa base ITC – *Inclusive Tour Charters*, ou seja, viagens onde o avião é integralmente contratado por um ou mais operadores turísticos que combinam a viagem de avião (ida e volta), com a hotelaria e serviços complementares e criam um “pacote turístico”<sup>8</sup>. O cliente compra o seu pacote junto do agente de viagens ou do operador turístico a um determinado preço total, desconhecendo o custo do bilhete aéreo dentro do preço total (Doganis R., 2010, p. 158).

Burkart A. J. (1993) define pacote turístico como a combinação de transporte, alojamento e de outros serviços complementares vendidos numa única transacção ou em pacote por um

---

<sup>8</sup> Em Portugal, a legislação obriga à inclusão do seguro, e não permitindo qualquer tipo de combinação de voos e de transportador. Os serviços aéreos internacionais não regulares a serem operados entre Portugal e os países fora da UE são regulamentados pelo Decreto-Lei n.º 274/77, de 04 de Julho, e pela Portaria n.º 129/79, de 22 de Março. Também Holloway J. C. e Tailor N. (2006) apresentam uma definição muito similar dos elementos básicos à construção de um pacote turístico (p. 12)

especialista, normalmente designado de operador turístico, de tal modo que os componentes que contribuíram para o preço final, nomeadamente ao nível da tarifa aérea, do hotel e dos outros serviços complementares não possam ser identificados individualmente.

Deste modo, sempre de acordo com Burkart A. J. (1993), o operador turístico assume-se com um grossista, que contratou a componente aérea, o hotel e demais serviços complementares necessários para a construção do pacote turístico, assumindo o risco dos lugares de avião e das camas contratadas.

O agente de viagens, em contraste, não possui qualquer risco na tomada de lugares de avião ou de camas, sendo meros distribuidores do produto – pacote turístico – junto do consumidor final.

A figura seguinte traduz a visão desta cadeia de valor integrada de distribuição tradicional no turismo, com particular relevância aos produtores e criadores do produto, neste caso, os operadores turísticos:

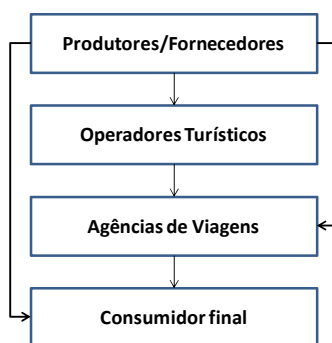


Figura 18. - Cadeia de Distribuição

(Adaptado Holloway, 1999 in Brilha N., 2007, p. 14)

Papatheodorou A. (2002) ressalva os benefícios da integração vertical entre a companhia aérea e o operador turístico nas vantagens e no controlo que essa situação produz na entrega e disponibilidade do produto turístico.

Aliás, Theuvsen L. (2004) reafirma que, hoje em dia, todos os maiores operadores turísticos europeus estão altamente integrados verticalmente operando a sua própria rede de agência de viagens, companhias aéreas, hotéis e *resorts*, agências de receptivo (*incoming agencies*), entre outros. O Grupo TUI, a título de exemplo, possui mais de 200 marcas turísticas, 3.500 agências de viagens, 155 aviões em 7 companhias aéreas e 59 agências de receptivo, 30 milhões de clientes em 25 países e 50 mil trabalhadores (Vargas A. e Cedrés N., 2010).

Considera, ainda, que o sucesso de um operador turístico depende, acima de tudo, da marca, do acesso aos fornecedores do mercado, dos canais de distribuição e, obviamente, do conhecimento dos mercados.

## V.2. - Evolução do mercado *charter*

Neste ponto pretende-se apenas salientar, em breves considerandos, alguns relatos estatísticos que possam dar uma ideia da verdadeira dimensão que o mercado *charter*, ao nível dos *Inclusive Tours Charters (ITC)*, desempenhou para o desenvolvimento dos fluxos turísticos internacionais, em especial na região da Europa Mediterrânica.

De acordo com Burkart A. J. (1993) o nascimento dos *charters* turísticos (*air package holidays*) terá ocorrido no Reino Unido em 1945, no Pós-Guerra, numa altura em que havia aviões e pilotos disponíveis. Estes *charters* começaram por ser desenvolvidos por empresas privadas, às quais estava vedado o acesso às rotas regulares (operadas pelas companhias de bandeira sob a tutela dos acordos bilaterais).

Mas foi nos anos 60, mais propriamente a partir de 1964 (nesse ano, o Air Transport Licensing Board implementou uma política mais liberal na atribuição de licenças para operações de operadores turísticos (*inclusive tour operation*) (Burkart A. J., 1993)) e da introdução de aviões a jacto no mercado *charter*, que se dá o maior crescimento da actividade.

A tabela seguinte, com base em inquérito realizado e apresentado no Board of Trade Journal (*in* Burkart A. J., 1993) é elucidativa das taxas de crescimento sentidas pelo mercado *charter* no Reino Unido, nesses anos:

Ano	Companhia Regular	Companhia <i>Charter</i>
1964-65	8%	33%
1965-66	10%	27%
1966-67	13%	38%
1967-68	4%	14%
1968-69	6%	15%
1969-70	10%	37%

Fonte: Board of Trade Journal (*in* Burkart A. J.)

Tabela 11. – Tráfego de Passageiros (via aérea) entre RU e Europa Ocidental (% cresc. anual)

British Tourist Authority estimava que, em 1969, 49% dos turistas ingleses que tinham feito férias no estrangeiro (4 ou mais noites) tinham sido com pacotes turísticos (em 1960, eram

apenas 30%). E, mais importante, 85% dos turistas que tinham viajado com pacotes turísticos tinham-no feito por via aérea (Burkart A. J., 1993, p. 58).

Em 1967, de acordo com um artigo de Wahab S. (1993), 79,7% dos passageiros que viajavam entre a Alemanha e a Espanha faziam-no através de voos *charters*. No caso da Escandinávia para Espanha, esse valor atingia os 97,4% (e entre a Holanda e a Espanha ascendia aos 83,3%).

Kopper C. (2009) considera, aliás, que a Espanha nunca teria sido o mais importante destino turístico no Mediterrâneo sem as vendas e os esforços de desenvolvimento das empresas de transporte inglesas ou alemãs. Considera, inclusive, que se nos anos 50 o desenvolvimento do turismo de massas se deveu ao mercado da venda de pacotes turísticos, é nos anos 60 que este se torna numa ferramenta decisiva para o desenvolvimento do turismo estrangeiro para os novos destinos do Mediterrâneo.

Em 1970, o peso do mercado *charter* internacional representava 30,5% dos passageiros internacionais, sendo de 26,9% em 1974 (Helgstrand A., 1976).

Mais recentemente, dados coligidos junto da ICAO (2010a, 2009, 2008) permitem concluir que, enquanto o tráfego regular de passageiros continua a sua senda de crescimento, apenas interrompida por motivos estruturais, o tráfego não regular de passageiros tem evidenciado quebras constantes e sustentadas ao longo dos anos:

Tráfego regular e não regular (1998-2009)						
Anos	Tráfego não regular			Tráfego regular		
	PKP	% Var.	% Total	PKP	% Var.	% Total
1998	257.190	6,8%	14,5%	1.512.040	3,0%	85,5%
1999	238.380	-7,3%	12,8%	1.622.250	7,3%	87,2%
2000	265.460	11,4%	12,9%	1.790.370	10,4%	87,1%
2001	272.790	2,8%	13,6%	1.726.580	-3,6%	86,4%
2002	244.930	-10,2%	12,4%	1.736.070	0,5%	87,6%
2003	240.720	-1,7%	12,2%	1.738.510	0,1%	87,8%
2004	266.590	10,7%	11,7%	2.015.070	15,9%	88,3%
2005	262.560	-1,5%	10,7%	2.199.940	9,2%	89,3%
2006	245.105	-6,6%	9,4%	2.374.810	7,9%	90,6%
2007	241.680	-1,4%	8,6%	2.576.130	8,5%	91,4%
2008	223.360	-7,6%	7,2%	2.883.840	11,9%	92,8%
2009	197.690	-11,5%	7,1%	2.596.410	-10,0%	92,9%

Fonte: ICAO – Annual Report of the Council (2010a, 2009, 2008)

Tabela 12. - Tráfego regular e não regular (PKP's) – 1998-2009

Esta situação leva a que, em 11 anos, o peso do tráfego não regular tenha passado dos 14,5% do total de tráfego para os 7,1% em 2009.

No entanto, como recorda Papatheodorou A. (2002), o processo de liberalização na Europa teve grandes impactos no tráfego turístico, na medida em que não existem mais diferenças entre companhias regulares e não regulares. Esta situação pode igualmente estar a condicionar os números acima apurados.

Doganis R. (2010, p. 158) refere que, em 2006, 13,5 milhões de residentes no Reino Unido fizeram férias em *Inclusive Tours*, dos quais, 11 milhões viajou em *charters*. Em 2008, as companhias *charters* no Reino Unido eram ainda responsáveis por 27,5% dos passageiros-Km totais gerados neste mercado, sendo que na Alemanha ou Dinamarca os *charters* ainda representavam, em 2007 e 2008, mais de 25% do tráfego gerado.

Outra razão, que terá levado a esta quebra de representatividade do tráfego *charter*, como iremos ainda focar neste capítulo, tem a ver com o aparecimento de novos modelos de negócio, nomeadamente ao nível das *LCC's*.

### **V.3. - Factores que levaram ao crescimento dos *charters***

Doganis R. (2010) considera que o que levou ao crescimento do mercado *charter*, foi a capacidade das companhias *charters* oferecerem preços significativamente mais baixos que as companhias regulares, o que, devido ao seu nível de custos era motivo de atracção de um número crescente de passageiros. As empresas *charters* conseguiam vender os seus lugares, aos operadores turísticos e agentes de viagens em algumas rotas turísticas, entre 40 a 70 por cento abaixo do tarifa mais barata de uma companhia regular.

Doganis R. (2002, p. 151), considera mesmo que “as companhias *charters* são um enigma. Voam em aviões similares aos das suas congéneres regulares, muitas vezes nas mesmas rotas. Muitos dos seus custos, como combustíveis e manutenção são também idênticos. No entanto, quando competem com as regulares conseguem vender os seus lugares um terço mais baixo e ainda serem lucrativas. Como é que fazem isto? Esse é o enigma”.

Esta situação deixa, no entanto, antever, que o tráfego de lazer era e será sempre de baixo *yield* (Shaw S., 2007, 2004).

Holloway J. C. e Tailor N. (2006) consideram que foi o aparecimento dos aviões de longo curso que mais contribuíram para a queda dos custos unitários e para o aumento de lugares a preços mais baixos. Essa situação levou, inclusive, ao aparecimento de um mercado de *long-haul jumbo jet charters* para a Florida (Disney World e Miami beach).

São, assim, vários os motivos que levam a que as companhias *charters* possuam preços mais baixos que as companhias regulares (Doganis R., 2010):

- Vantagens ao nível dos custos operacionais em particular nos custos indirectos, sobretudo ao nível das escalas, *inflight service*, distribuição e de gestão (nos custos operacionais directos, tidos como combustíveis, taxas de navegação, custos com manutenção, seguros, *leasings* ou custos de financiamento e tripulações, as diferenças para com as companhias regulares não serão expectavelmente significativas);
- Versões densas, operadas numa única classe de serviço e um *pitch* constante entre cadeiras;
- *Load Factors* mais elevados, devido a uma maior utilização do espaço pelos operadores turísticos;
- Verticalização do negócio da distribuição, em especial ao nível dos operadores turísticos, companhias *charters* e grupos hoteleiros;
- Integração horizontal com fusões e aquisições, em especial na Europa, com os exemplos mais sonantes na Thomas Cook Group (fusão entre Thomas Cook e My Travel), TUI (fusão entre TUI e First Choice) e Air Berlim (posição financeira na Nikki, compra da DBA e compra da alemã LTU). Estas operações permitiram a obtenção de sinergias importantes na operação e redução de custos unitários.

A Air Berlim tentou ainda comprar a alemã Condor mas a autoridade da concorrência alemã levantou algumas objecções. Mesmo assim, a Air Berlim é já a quarta maior companhia aérea na Europa, atrás da Air France/KLM, Lufthansa e British Airways (Doganis R., 2010, p. 164). Em Julho de 2010, anunciou a sua adesão futura à aliança OneWorld (Dunn G., 2010).

Moutinho J. (2010) considera igualmente que existem alguns factores que ajudam as empresas *charters*, muitos dos quais já mencionados acima, mas mesmo assim, destacando:

- Voos ponto-a-ponto, beneficiando de aeroportos mais baratos, sem *interlining*<sup>9</sup> e sem constrangimentos de operação nos aeroportos (*slots*);
- Aeroportos que permitem operações nocturnas, permitindo um mais intenso uso dos aviões e tripulações (também Shaw S. (2007) se refere a este facto, quantificando que as aeronaves na Europa chegam a atingir utilizações de 4.000-4.200 horas por ano, enquanto nas companhias regulares se atinge uma média de 2.500-2.700 horas anuais);

---

<sup>9</sup> Considera-se *interlining* a capacidade de um passageiro poder realizar uma viagem de avião com utilização de várias companhias aéreas e apenas um único bilhete. (Beaver A., 2005). O encontro de contas entre as companhias (*prorate agreement*) é assegurado pela IATA

- Maior capacidade de adequarem as aeronaves às rotas que operam, porque não existe necessidade de protecção de tráfego (no tráfego de ligação) ou de cobertura de áreas geográficas;
- Capacidade de afectação de meios a outros mercados com deslocalização de aeronaves, levando à exploração intensa dos aviões;
- Subcontratação de custos indirectos, não utilizáveis em época de menor utilização dos aviões (ou na sua deslocalização);
- *Inflight service* mais económico (ou inexistente);
- Custos de distribuição nulos;
- Versões densas com mais 15 a 25% de lugares que as companhias regulares;
- *Load Factors* mais elevados, uma vez, os operadores turísticos, porque contrataram a capacidade do avião, tendem a rentabilizá-la;
- Estruturas verticalizadas, permitindo uma melhor gestão da cadeia de valor entre companhia aérea/operador/hotelaria.

Foram muitas destas vantagens económicas que deram ao *charters* um papel de relevo no transporte de turistas, como já mencionado anteriormente.

#### **V.4. - *Charters versus LCC's***

Não sendo o objectivo desta investigação uma profunda reflexão sobre o mercado das Companhias Aéreas de baixo custo (*LCC's*), não se poderia, até pelo impacto que têm tido sobre o mercado *charter* e dos operadores turísticos, deixar de se referenciar alguns dos aspectos característicos a este modelo de negócio.

O fenómeno *LCC* é relativamente recente emergindo dos momentos de desregulamentação vividos, primeiramente nos E.U.A. e mais tarde noutros mercados internacionais (Doganis R., 2010), como foi o caso da Europa.

Williams G. (2001a, b) analisa com particular pertinência os aspectos relativos às *LCC's* na Europa e seu impacto nas companhias *charters*. Como menciona, a flexibilidade oferecida pelas *LCC's* ao nível das alternativas de escolha de destinos, horários, duração da estada e da simplicidade das reservas tornaram-se extremamente atractivas para os consumidores, em especial ao nível dos *short breaks*.

A figura seguinte é elucidativa ao comparar as principais características das *LCC's* e das *charters*.

Key features of “no-frills” operators		
Features	“No-frills” Carriers	Charter airlines
Direct sell	✂	
Extensive outsourcing	✂	(✂)
High density seating	✂	✂
High public awareness	✂	
No in-flight catering	✂	
Pre-bookable seats		✂
Point to point traffic only	✂	✂
Seat assignment		✂
Secondary airports	✂	(✂)
Short haul focus	✂	
Short turnarounds	✂	
Single aircraft type	✂	
Single class cabin	✂	✂
24h operation		✂

Figura 19. - Principais características das *LCC's* (Williams, G, 2001a, b)

Williams G. (2001b) apresenta ainda uma análise levada a cabo pelo Cranfield Air Transport Group Research, apresentada no Anexo 8. e que visa comparar as vantagens ao nível dos custos entre *LCC's*, *Charters* integradas (verticalizadas) e *Charters* independentes. Não deixa de ser curioso verificar que, nesta análise, efectuada em 2000, as vantagens das *LCC's* ao nível da maioria dos itens analisados era diminuta, não fazendo prever, nessa altura, o sucesso que as mesmas têm alcançado actualmente.

Deve-se contudo ter em atenção que, muitas das empresas *charters* verticalizadas transformaram-se em *LCC's* ou companhias regulares (essa diferença de nomenclatura e classificação, na Europa, já não existe, conforme Papatheodorou A. (2002, p. 384), podendo, assim, continuar a servir os vários negócios (Williams G., 2008)).

Enquanto a Monarch alargou as suas operações *charters* a operações regulares, My Travel, Thompson, Thomas Cook e First Choice limitaram-se a continuar a satisfazer a procura produzida pelos operadores integrados nos respectivos grupos (a Europa sofreu um período de consolidação e fusão de grandes grupos de turismo que culminaram no aparecimento do TUI Group (TUI/First Choice) e Thomas Cook Group (Thomas Cook/My Travel). A Thompson já fazia parte dos activos da TUI desde 2000).

O relatório do CAPA (2009) sobre as *LCC* identifica que, desde 2000, 130 novas *LCC's* apareceram no mercado, o que é um sinal de vitalidade deste novo modelo de negócio assente em:

- ✓ Elevada densidade de lugares;

- ✓ Elevada utilização dos aviões;
- ✓ Um único modelo de avião;
- ✓ Tarifas baixas, mesmo apostando em tarifas promocionais;
- ✓ Predominância no uso de ferramentas de reservas electrónicas (via *Internet*)
- ✓ Classe de serviço única;
- ✓ Viagens Ponto-a-Ponto;
- ✓ Serviços pagos (*no free frills*)<sup>10</sup>;
- ✓ Rotas curtas;
- ✓ Uso de aeroportos secundários (quando possível);
- ✓ Tempos de trânsito nos aeroportos rápidos.

No Anexo 9. apresenta-se igualmente uma tabela comparativa do produto entre *LCC's*, *Charters* e Companhias Aéreas Tradicionais (Barrett S., 2008, p. 108), também designadas de *Full Service* ou *Legacy Airlines*.

Actualmente, de acordo com as previsões do CAPA (2009, p. 61) existirão 126 *LCC's* mundialmente. A tabela que se apresenta torna claro o sucesso que as *LCC's* têm vindo a assumir no mercado internacional ao longo dos anos.

Regiões	2001	2005	2009
Europa	4,9%	20,5%	32,1%
América Latina	3,2%	9,6%	28,3%
América do Norte	17,6%	24,9%	28,0%
Ásia Pacífico	1,1%	6,2%	15,7%

Fonte: CAPA & OAG Facts

Tabela 13. - Peso das *LCC's* no tráfego mundial de passageiros por região

A título de exemplo e pela importância que o mercado de Espanha tem tido no mercado *charter*, dados apurados até Junho de 2010 para os aeroportos espanhóis indicam que, dos 25,5 milhões de estrangeiros entrados no país, 54,5% fizeram-no através de *LCC's* (Vilarasau D., 2010b). Em Julho, um novo e importante dado no mercado espanhol, anunciava que a Iberia tinha sido ultrapassada na sua posição de líder, em Espanha, pela Ryanair (Vilarasau D., 2010a).

<sup>10</sup> Normalmente designados por *ancillary revenues*, representam cada vez mais uma receita adicional para as companhias aéreas. Doganis R. (2010, p.153) menciona que os *ancillary revenues* na EasyJet representavam, em 2007, 9,5% dos rendimentos globais da empresa. A Allegiant Air (2010), companhia *low cost* americana e considerada a nº 1 mundial em termos de *ancillary revenues*, reportou no seu 2º trimestre de 2010, que estes representaram 26% dos seus rendimentos antes de impostos neste trimestre (em 2009, o seu valor situava-se nos 14%)

## V.5. - Futuro dos *charters*

O tema, até pelo aparecimento e crescimento das *LCC's*, como vimos anteriormente, tem levado a algumas reflexões críticas sobre o futuro dos *charters*.

Doganis R. (2010) considera que o mercado *charter* vai continuar a existir, em particular pelas necessidades de dar resposta a eventos específicos, como sejam, as peregrinações do Hajj ou eventos desportivos.

No entanto, o futuro não se apresenta tão risonho para o mercado de turismo, assente em séries de voos programados. As vantagens ao nível dos custos foram anuladas pela concorrência das *LCC's* que vieram oferecer flexibilidade e variedade tarifária e densidade na oferta de lugares e do número de voos.

Doganis R. (2010) considera mesmo que, na Europa, o mercado *charter* tradicional, assente nas séries programadas, só tem dois caminhos de sobrevivência:

1. Apostar nas rotas turísticas mais densas, com aviões maiores e versões massificadas, levando a que os operadores possam oferecer pacotes competitivos, pelos preços unitários mais baixos oferecidos;
2. Apostar em rotas onde o tráfego, porque menos atractivo ao longo do ano para as *LCC's*, venha a ser explorado sazonalmente pelas *charters*.

No longo curso, Doganis R. (2010) considera que continuará a existir capacidade de sobrevivência das *charters*, levando a que muitas empresas *charters* comecem a explorar este mercado.

Mesmo assim, Doganis R. (2010) considera que, seja no médio seja no longo curso, as séries programadas só continuarão a ter sucesso se derem flexibilidade e escolha ao passageiro, ou seja, “*dynamic packaging*” é a chave da sobrevivência.

Aliás, como refere Cooper C. *et al.* (2008), a tendência para férias independentes, o crescimento de segunda habitação própria e a possibilidade de reservas directas através da Internet contribuíram para a quebra dos pacotes e, conseqüentemente, a acção das *charters*.

Também Moutinho J. (2010) considera que o futuro dos *charters* se encontra comprometido, apontando duas soluções:

1. Investir em mercados de longo curso, de modo a evitar-se a forte pressão das *LCC's* nos mercados de médio curso, e beneficiando-se da desregulamentação aérea existente, câmbios favoráveis e banalização da viagem de avião;
2. Aproveitar e investir em oportunidades bem remuneradas em *A.C.M.I.*, na sua versão mais duradoura ou em operações pontuais de transporte especial, como sejam, voos de militares, deportados, substâncias perigosas, tours especiais)<sup>11</sup>.

Do mesmo modo, Williams G. (2008) considera igualmente que os *charters* vão continuar em declínio, atendendo ao número de encomendas de novos aviões por estas empresas. Por outro lado, a competitividade dos grupos turísticos integrados poderá dar continuidade a uma política de fusões (ou mesmo de saídas do mercado) o que poderá ter impactos nas companhias aéreas *charters* detidas, sendo que muitas poderiam até ser vendidas.

Teckentrup F. (2007) considera que existem três razões que tornam difícil as companhias *charters* competirem no mercado, mesmo no das companhias regulares:

1. O potencial de crescimento do mercado dos operadores turísticos está limitado, devido à Internet e promoções/ofertas (transparência, sem restrições (tarifárias), vendas directas, etc.);
2. As vendas dos operadores turísticos são estáticas não tirando partido das vantagens de “*upselling*” e de vendas dinâmicas, o que pode constituir uma desvantagem competitiva;
3. Estrutura de custos, muito pressionada pelo factor sazonal e, como tal, subutilização dos aviões.

Na sua opinião, só existem duas oportunidades para as *charters*:

- ❖ Entrarem em negócios de nicho, com redução da frota à medida que as *LCC's* vão entrando nas rotas turísticas; e
- ❖ Evoluírem para um modelo *LCC/Híbrido*, tirando vantagens da estrutura de custos e venda dinâmica (como é o caso, reportado pelo autor, da companhia alemã Condor).

Pilling M. (2010) fez uma análise actual do turismo de lazer, considerando que as férias através de pacotes turísticos estão vivas e recomendam-se, focando vários exemplos de companhias europeias *charters* que se reinventaram (muitas através de modelos híbridos). A actual crise

---

<sup>11</sup> Moutinho J. (2010) refere-se certamente aos *wet leases*, ou seja, colocação do avião durante um período alargado de tempo, assim como, poderia igualmente mencionar, pela sua importância para as companhias *charters*, as operações do Hajj ou do Umrah

económica tem levado a que muitos turistas queiram saber aquilo que realmente pagam e não serem surpreendidos por “irritantes taxas”.

A grande incógnita é saber até que ponto as *LCC's*, apostadas em voar entre distâncias curtas e com outras características de negócio que têm contribuído para este reconhecido sucesso, irão avançar para rotas mais longas (*long-haul flights*), um dos nichos, conforme mencionado por Moutinho J. (2010), onde as *charters* ainda se podem posicionar.

No entanto, já existiram no passado algumas companhias aéreas apostadas em voos de longo curso de natureza *low cost* como foram os casos da Laker Airways, People Express, Zoom Airlines e Oasis Airlines (Bjelicic B., 2007). Todas as companhias focadas deixaram de operar. A actual tentativa bem sucedida de *long-haul low cost* surge na Ásia (Malásia) com a Air Ásia X, nascida em Novembro de 2007 (Morrell P., 2008).

Vasigh B. *et al.* (2008) consideram que a razão principal porque essa situação ainda não aconteceu decorre única e exclusivamente dos tratados de serviço aéreo existentes (que protegem as companhias designadas pelos países envolvidos, ao abrigo dos acordos bilaterais) e ao tipo de aviões a utilizar, bastante maiores que os utilizados nas rotas mais curtas. Por outro lado, as companhias regulares tudo farão para defender ferozmente esse mercado.

Bjelicic B. (2007) refere igualmente que o tráfego de longo curso depende muito do tráfego de ligação concentrado através dos *hubs*, pelo que o sucesso das *LCC's* estaria sujeito a apenas algumas rotas de longo curso.

Também Graham F. *et al.* (2007) menciona que a capacidade de alimentação de um *hub*, é um ponto importante na rentabilização das empresas, além de que, no longo curso, em especial no tráfego de turismo, não existe uma necessidade de frequências tão grande quanto existe no médio curso.

Além de considerar que as companhias regulares estão numa posição muito mais forte no longo curso, advoga ainda que o sucesso das *LCC's* não se fará pelas vantagens nos custos e que, mesmo o factor preço, pode não ser decisivo na escolha.

Morell P. (2008), do ponto de vista dos custos, considera que não existem grandes economias que as *LCC's* possam incorporar na seu negócio de longo curso, tendo em atenção que:

- O combustível é um dos principais *itens* no custo e, como tal, sem margem para grandes reduções;

- A produtividade laboral e da utilização do avião não deixará igualmente grandes margens;
- Os *Load Factors* já são tradicionalmente altos nos voos de longo curso;
- Alguns aspectos relacionados com o produto apresentam uma maior complexidade no longo curso (voos nocturnos, *inflight catering*, transferes, carga).

Por outro lado, as companhias *charters* já operam em algumas rotas seleccionadas, muitas delas sazonais e onde não existe um potencial bastante denso de tráfego capaz de sustentar a exploração ao longo de todo o ano. O autor considera ainda que a operação em *full economy* de um A380, ao longo de todo o ano, obrigaria a um mercado potencial de 500.000 passageiros para se conseguir um resultado razoável, valor que está muito abaixo das mais densas rotas dos mercados *charters* de longo curso do Reino Unido.

Apesar destas reservas e dos fracassos já constatados em anteriores projectos de *LCC's* de longo curso, a Ryanair mantém a sua intenção de criar uma companhia *low cost* transatlântica em 2015 (CAPA, 2010), cuja ideia inicial tinha já ventilado em Abril de 2007, quando o patrão da empresa anunciou planos para o lançamento de voos *low cost* transatlânticos com uma frota de 50 Airbus A350 ou Boeing 787 (Morrison M. e Learmount D., 2007).

No entanto, como reafirma Lust S. da IACA, in Pilling M. (2010) “muito se tem falado sobre isso, mas ainda nada foi materializado”.

## **Capítulo VI. - Turismo e Transporte Aéreo no Brasil**

### **VI.1. - Breve caracterização conceptual**

Também os autores brasileiros reconhecem a importância do transporte aéreo e turismo. Massari C. (2006, p. 18) realça que as políticas de transportes devem ser feitas em concordância com as políticas de turismo e relata as conclusões do 5º Congresso da Atividade Turística, realizado em Brasília, em Novembro de 2003, sendo o seu relator Respício Espirito Santo Jr., considerando que “dado que temos um Plano Nacional de Turismo, temos que fazer com que as políticas de Transporte Aéreo sejam as mais adequadas possíveis para que se possa atingir as metas estabelecidas. E não ser uma coisa completamente distante, como ocorre atualmente. A política de Transporte Aéreo não tem nada a ver com o Plano Nacional de Turismo, nada.”

Espirito S. Jr., R. *et al.* (2006, p. 74) salientam que a relação entre Transporte Aéreo e Turismo é analisada em mão dupla, ou seja, uma não pode ser analisada e pensada independentemente da outra, muito mais num país da dimensão continental do Brasil, separado dos principais emissores turísticos europeus e asiáticos pelo mar. Estes autores consideram, aliás, que o transporte aéreo pode (e deve) actuar como catalisador positivo das viagens internacionais para o Brasil, mas que, caso países limítrofes (os autores referem especificamente os casos do Chile e Costa Rica) tenham mais sucesso e proactividade no desenvolvimento de projectos coordenados e integrados de forma eficaz, a situação para o Brasil pode até piorar.

Num outro artigo, Espirito S. Jr., R. (2008) considera que o Brasil está geograficamente afastado dos principais eixos de transportes aéreos, todos eles localizados no Hemisfério Norte (Europa-América do Norte; América do Norte-Ásia e Pacífico e Europa-Ásia e Pacífico), pelo que, quer o turismo receptivo quer o exportativo estão muito dependentes do transporte aéreo. Do mesmo modo, o autor conclui que, dada a dimensão continental do país, os fluxos internos estão igualmente muito dependentes do transporte aéreo.

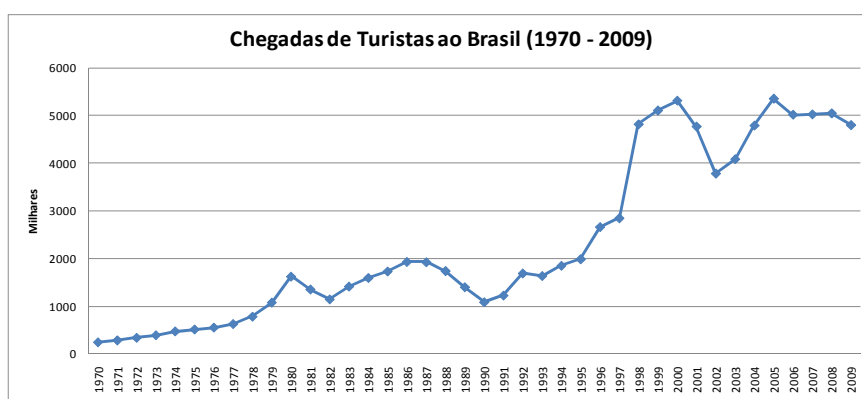
### **VI.2. - Chegadas de Turistas**

A chegada de turistas internacionais ao Brasil, como apurado pela Embratur, tem tido um comportamento errático mas crescente ao longo dos anos, partindo das 250 mil chegadas em 1970 e atingindo os 4,8 Milhões em 2009 (para facilitar a consulta, no Anexo 10., encontra-se um mapa do Brasil por Estados Federais).

O ano de 2005 foi o ano recordista com 5,4 milhões de chegadas (5.358,2 mil), aproximando-se do ano de 2000, onde se atingiram as 5,3 milhões de chegadas (5.313,5 mil chegadas).

Pode-se comprovar que, face ao potencial do país, à sua dimensão e sua diversidade, o número de turistas estrangeiros é ainda bastante diminuto e com elevado potencial de crescimento futuro (Espírito S. Jr., R., 2008).

É a partir de 1995 que se verifica um maior crescimento das chegadas de turistas (nesse ano, atingiram-se as 1.991,4 mil chegadas), embora o maior impulso tenha acontecido a partir de 1997.



Fonte: Embratur (2010a, b)

Figura 20. – Chegadas de turistas ao Brasil (1970-2009)

Em 2009, de acordo com os Anuários Estatísticos da Embratur, as chegadas de turistas – Anexo 11. – atingiram as 4,8 milhões de chegadas de turistas internacionais (-4,8% que em 2008), com a Argentina, como mercado de proximidade, a ser responsável por mais de 25% dessas chegadas (sendo o único mercado que ultrapassa o milhão de turistas e que cresceu 19% em 2009).

O mercado dos Estados Unidos da América é o segundo principal mercado, com pouco mais de 600 mil chegadas em 2009, posição que mantém ao longo dos anos.

A Itália é o 3º principal mercado para o Brasil (e o primeiro europeu) com mais de 250 mil chegadas, posição que vem consolidando ao longo dos anos (em 2004, a Itália ocupava a 6ª posição, mas com mais chegadas de turistas, ou seja, 276,5 mil chegadas).

Portugal tem sido dos mercados que mais tem caído ao longo dos últimos anos. Em 2004, Portugal ocupava a 3ª posição com quase 337 mil chegadas de portugueses ao Brasil, passando para a 7ª posição em 2009, com apenas, 184 mil chegadas (uma queda de 17,5% face ao ano anterior). De 2004 até 2009, o Brasil perdeu mais de 150 mil turistas portugueses.

Numa análise às chegadas por país emissor e meio de transporte (Anexo 12.), em 2009, constata-se que quase 70% das chegadas são feitas por avião (73,1% em 2008), com o mercado dos E.U.A. a liderar (571 mil chegadas), embora seguido de perto pelo mercado Argentino (502 mil) e, a grande distância, pela Itália (233 mil).

Portugal é o 5º principal mercado nas chegadas por via aérea, com 97,3% das chegadas a efectuar-se por essa via (97,8% em 2008), num total de 179 mil chegadas. Os mercados de proximidade como sejam a Argentina (665 mil chegadas), o Paraguai (140 mil), o Uruguai (125 mil) e a Bolívia (49 mil) são aqueles onde as chegadas pela via terrestre são mais importantes.

As chegadas pelas vias marítima e fluvial são despreciantes, representando, na sua globalidade cerca de 2,2% das chegadas de turistas.

A análise pelos principais Estados Federais do Brasil (Anexo 13.), permite identificar as principais portas de entrada de turistas no País, por meio de transporte utilizado.

Como se verifica, São Paulo lidera como a principal porta de entrada do turismo internacional, sendo responsável, em 2009, por mais de 54% das entradas pela via aérea (em 2008, esse valor foi de 61,4%).

Juntamente com o Rio de Janeiro, ambas são responsáveis por mais de 80% das entradas de turistas no Brasil por avião.

O Estado da Bahia (Salvador da Bahia) e Ceará (Fortaleza) são os principais Estados do Nordeste do Brasil receptores de turistas internacionais (em 2008, o Estado de Pernambuco (Recife) ocupava a 5º posição, que passou a ser ocupada pelo Estado do Rio Grande do Sul (Porto Alegre) em 2009).

Pela importância para a investigação, apresenta-se na tabela seguinte as chegadas do mercado de Portugal, em 2009, aos diferentes Estados Brasileiros com operação aérea actual da TAP Portugal, indicando-se igualmente a posição relativa do mercado português nesses Estados. Com excepção de São Paulo, principal porta de entrada no País, através do aeroporto Internacional – Aeroporto de Guarulhos – Portugal está sempre nas posições cimeiras nas chegadas de turistas a esse mercado, liderando inclusive no Estado de Pernambuco (Recife).

Chegadas de Turistas por País Emissor e via de acesso (2009) - Mercado de PORTUGAL														
Estados	2009				Aérea				Marítima		Terrestre		Fluvial	
	Total	% Total	% 09/08	Ranking	Nº Turistas	% 2009	% Total	Ranking	Nº Turistas	% 2009	Nº Turistas	% 2009	Nº Turistas	% 2009
Ceará (Fortaleza)	13.802	14,0%	4,6%	2º	13.788	99,9%	15,5%	2º	14	0,1%				
Rio Grande do Norte (Natal)	10.958	20,2%	-37,8%	2º	10.958	100,0%	20,5%	2º						
Pernambuco (Recife)	18.359	20,7%	-6,3%	1º	16.757	91,3%	23,3%	1º	1.602	8,7%				
Bahia (Salvador)	21.915	15,3%	-36,1%	2º	21.901	99,9%	15,5%	2º	14	0,1%				
Distrito Federal (Brasília)	4.292	14,8%	-23,3%	2º	4.292	100,0%	14,8%	2º						
Minas Gerais (Belo Horizonte)	4.691	9,6%	18,4%	2º	4.691	100,0%	16,2%	2º						
Rio de Janeiro	39.265	4,3%	-15,5%	5º	39.237	99,9%	4,4%	5º	28	0,1%				
São Paulo	65.298	133,0%	-13,5%	9º	63.942	97,9%	3,5%	9º	1.356	4,3%				

Fonte: Embratur (2010a)

Tabela 14. – Chegadas de Turistas Portugueses, em 2009, aos Estados Federais (por via de acesso)

Relativamente a 2008 (Embratur, 2009a), exceptuando-se Minas Gerais (novo destino da TAP) e Ceará (aumento da capacidade via Cabo Verde pelos TACV), todos os restantes Estados tiveram uma quebra de chegadas de turistas portugueses, com maior expressão em Natal (-37,8%) e Bahia (-36,1%).

### VI.3. - Receitas de turismo

Do mesmo modo que as chegadas foram aumentando ao longo dos anos, também as receitas têm tido um crescimento sustentado ao longo dos anos (apenas em 2001 – impacto dos atentados de 11 de Setembro - e 2009 – crise financeira - se verificou um decréscimo nas receitas turísticas). Com excepção dos anos de 2003 e 2004, o saldo da balança turística tem sido negativo (em milhões de USD) ao longo dos anos:

Conta de Turismo do Brasil (1998-2009)						
Anos	Receitas		Despesas		Saldo	
1998	1586	-	5732	-	-4146	-
1999	1628	2,6%	3085	-46,2%	-1457	-64,9%
2000	1810	11,2%	3894	26,2%	-2084	43,0%
2001	1731	-4,4%	3199	-17,8%	-1468	-29,6%
2002	1998	15,4%	2396	-25,1%	-398	-72,9%
2003	2479	24,1%	2261	-5,6%	218	-154,8%
2004	3222	30,0%	2871	27,0%	351	61,0%
2005	3861	19,8%	4720	64,4%	-859	-344,7%
2006	4316	11,8%	5764	22,1%	-1448	68,6%
2007	4953	14,8%	8211	42,5%	-3258	125,0%
2008	5785	16,8%	10962	33,5%	-5177	58,9%
2009	5305	-8,3%	10898	-0,6%	-5593	8,0%

Fonte: Banco Central do Brasil (in Embratur)

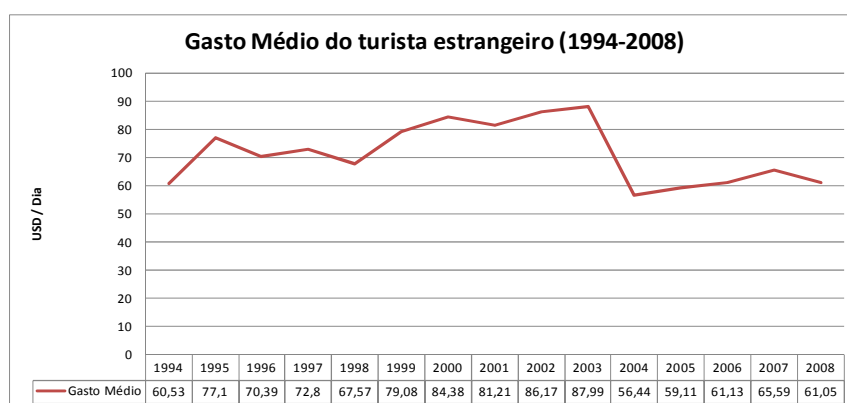
Tabela 15. – Conta de Turismo do Brasil (1998-2009)

A análise mensal do comportamento das receitas do turismo nos últimos 3 anos, conforme espelhada no Anexo 14., permite evidenciar que existe um equilíbrio na distribuição mensal das receitas ao longo dos anos.

Dados já disponibilizados pelo Ministério do Turismo (2010), apontam para um crescimento elevado das receitas de turistas, tendo atingido no primeiro semestre de 2010, os 2,94 mil

milhões de USD (2,5 mil milhões em 2009), um crescimento de 14,6% face a idêntico período de 2009. No entanto, o maior crescimento deu-se no lado da despesa a qual aumentou 58,3% no primeiro semestre, para os 7,05 mil milhões de USD.

Numa análise ao gasto médio do turista estrangeiro ao longo dos anos (1994-2008), pode-se concluir que, depois de um início de século promissor (com o gasto médio diário a superar os 80 USD), verificou-se uma queda acentuada em 2004 (56,44 USD/dia, sendo o valor mais baixo da série em análise), mantendo-se o gasto médio, a partir de 2006, acima dos 60 USD/dia.



Fonte: Embratur (2010c, 2009b, 2005b, 2004-2001)

Figura 21. – Gasto médio do turista estrangeiro (1994-2008)

#### VI.4. Perfil da Procura turística internacional

Estudos anuais realizados pela Embratur sobre o “Perfil da Demanda turística internacional” (Embratur, 2010c, 2009b, 2005b, 2004-2001) permitem identificar, quer em termos globais quer pelos principais países, as motivações mais relevantes de quem visita o Brasil.

Deste modo, ir-se-ão seleccionar alguns dos principais indicadores dessa publicação periódica visando essa caracterização. Do mesmo modo, far-se-á a comparação, onde possível, com o ano de 2000, de modo a se poderem extrapolar tendências ao longo da última década:

- O principal motivo de visita ao Brasil continua a ser por turismo (ou, neste caso, lazer). Mesmo assim, verifica-se que esta importante razão tem vindo a perder peso relativo ao longo dos anos (Anexo 15a.);
- A hotelaria tradicional continua, ao longo dos anos, a ser o meio de alojamento privilegiado pelos turistas no Brasil responsável por mais de 55% dos meios utilizados. Nota-se, no entanto, que o seu peso vem diminuindo ao longo dos anos (em 2000, representava 72,8% do alojamento utilizado), em detrimento de outras formas de

alojamento, com especial relevo para a casa de familiares e amigos que mais que duplicou desde 2000 (Anexo 15b).

- O Rio de Janeiro continua, ao longo dos anos, a ser o principal cartão de visita dos turistas internacionais, com cerca de 30% das visitas (29,1% em 2008) – Anexo 15c.
- A capacidade de influência dos amigos e parentes continua a ser muito decisiva na tomada de decisão de visita ao Brasil (Anexo 15d.). É notório o desinvestimento que é feito na informação impressa (guias turísticos e *folders*), em detrimento de novos meios de acesso electrónico à informação, como é o caso da Internet;
- A permanência média de turistas no Brasil tem-se mantido elevada ao longo dos anos, a que não será alheia a dimensão do País e as distâncias a percorrer (nomeadamente dos principais mercados dos E.U.A. e Europa) – Anexo 15e. A permanência média por motivos de lazer é naturalmente inferior (11,3 dias em 2000, tendo sido de 12,4 dias em 2008);
- Mais de 34% (34,9 em 2000 e 34,7% em 2008) visitaram o Brasil pela primeira vez, sendo que, mais de 95% declarou ser sua intenção voltar (96,4% em 2000 passando para os 95,3% em 2008).
- Um último aspecto em avaliação prende-se com os pontos positivos e negativos da viagem, muito associados à experiência turística vivida no Brasil (Anexo 15f). Como principais aspectos valorizados pelos turistas, além da hospitalidade, convém reter a gastronomia, o alojamento e serviço de restaurante. Os aspectos geradores de menor satisfação foram a rede viária terrestre, os preços praticados, a sinalização turística e as telecomunicações.

## **VI.5. – Movimento nos Aeroportos**

O movimento global nos aeroportos brasileiros é expressivo, em particular no tráfego doméstico. Dados da Infraero (2010b) para o ano de 2009, apontam para um total de passageiros (embarques mais desembarques incluindo ligações mas excluindo a aviação militar) na ordem dos 128,1 milhões de passageiros (113,3 milhões em 2008).

Os indicadores disponibilizados pela Embratur (2010b, 2005b), tendo como fonte a Infraero, no seu relatório de Estatísticas Básicas do Turismo, mostram que o desembarque de passageiros em voos regulares, seja em voos nacionais ou em voos internacionais, tem vindo a aumentar ao longo dos anos, enquanto o movimento de passageiros em voos não regulares tem decrescido ao longo dos últimos anos (Anexo 16.).

Não deixa de ser importante realçar a importância e o movimento *charter* doméstico, superior a 2 milhões de turistas anuais, muito mais quando, de acordo com o sítio da ANAC (2010b) a listagem de “Empresas de linha aérea não regulares” (actualizada a 26/05/2010), apontava para a existência de apenas 6 empresas *charters* brasileiras, sendo 2 delas de carga e 4 de passageiros/carga. Neste último caso, todas inoperantes e/ou em recuperação judicial! Uma nova actualização a 20/08/10, apenas apresenta 1 empresa de carga, duas de passageiros (inoperantes – BRA e Flex) e junta agora a WhiteJets (ANAC, 2010a).

Carvalho A. L. (2000) aponta para os objectivos dos voos *charters* domésticos de passageiros, quer no fomento ao turismo, na exploração de novas rotas e desenvolvimento de novos pólos e, não menos importante, no fortalecimento do desenvolvimento do transporte aéreo em geral. Refira-se que o autor apontava que, nessa data, existiam 5 companhias de transporte não regular: Fly Linhas Aéreas, TCB – Transportes Charter do Brasil, Transair Internacional, UNEX – Universal Express Linhas Aéreas e VICA – Viação Charter Aéreo (p. 121). Considerava igualmente que as empresas aéreas brasileiras tinham que encontrar um caminho para resolver as dificuldades operacionais, salientando as baixas ocupações das aeronaves, os custos operacionais superiores a outras empresas concorrentes e os impostos e taxas no Brasil.

Deste modo, significa que o tráfego não regular está a utilizar as companhias regulares existentes, seja em aproveitamento de faixas horárias fora do planeamento de voos dessas companhias (muitas vezes, em horários nocturnos) ou através da transformação de voos regulares em operações *charters*. De salientar igualmente que a companhia aérea regular brasileira Webjet (2010) é detida pelo operador CVC, maior operador turístico da América Latina e décimo maior operador mundial.

No entanto, no dia 10 de Julho de 2010 dava início as operações da nova companhia *charter* brasileira WhiteJets (Sousa A., 2010), parte integrante do Grupo Omni, que integra igualmente a companhia *charter* portuguesa White Airways.

Uma análise aos desembarques internacionais dos voos não regulares por aeroporto (Infraero, 2010a), permite evidenciar a importância que o Nordeste do Brasil ocupa no tráfego *charter* internacional. Mesmo assim, o aeroporto de São Paulo assumiu também a liderança no movimento *charter* internacional (em 2008 ocupava a terceira posição), depois desta liderança ser tradicionalmente ocupada pelo Rio de Janeiro.

<b>Movimento charter internacional - Embarque e Desembarque de passageiros (2008 - 09)</b>					
Aeroporto	2008		2009		Desemb.
	Embarque	Desembarque	Embarque	Desembarque	% 09/08
São Paulo Guarulhos (SP)	43.644	34.841	50.152	46.518	33,5%
Rio Galeão (RJ)	66.164	51.002	37.505	36.472	-28,5%
Fortaleza (CE)	25.903	23.276	26.001	26.869	15,4%
Natal (RN)	42.577	41.854	25.795	24.468	-41,5%
Florianópolis (SC)	29.806	31.621	26.922	24.229	-23,4%
Salvador (BA)	31.664	30.164	10.125	8.685	-71,2%
Recife (PE)	15.375	13.132	8.562	7.102	-45,9%
Maceió (AL)	11.621	10.997	3.833	4.434	-59,7%
Porto Alegre (RS)	8.335	6.764	4.122	3.347	-50,5%
Manaus (AM)	1.829	1.994	3.232	3.306	65,8%
<b>Total Top 10</b>	<b>276.918</b>	<b>245.645</b>	<b>196.249</b>	<b>185.430</b>	<b>-24,5%</b>

Fonte: Infraero (2010a)

Tabela 16. – Movimento *charter* internacional (2008-2009)

Em termos globais, e seguindo a tendência do movimento *charter*, o mercado internacional caiu quase ¼ face a 2008, ou seja, na ordem dos 60.000 desembarques anuais.

Como salienta Carvalho A. L. (2000, p. 122) a autorização de contratação de voos *charters* internacionais depende dos acordos bilaterais entre os países envolvidos na rota solicitada. Pela sua dificuldade de autorização esses voos tendem a ser realizados pelas empresas regulares. No entanto, como menciona o autor, “com algum esforço administrativo, pode ser feito também por companhias não regulares”.

Dados apurados até Junho de 2010 (Infraero, 2010b) apontam para um crescimento dos desembarques internacionais de 16,6%, num total de 126 mil desembarques *charters* internacionais, com um forte contributo de São Paulo cujo tráfego aumentou 204,9% para os 41,8 mil desembarques internacionais (representando 33,1% do total). Recife foi o mercado que percentualmente mais caiu (-65,3%), embora o Rio de Janeiro tenha perdido, no primeiro semestre do ano, quase 8.400 desembarques (-40,2% face a idêntico período de 2009, onde os desembarques totalizaram os 20.734).

## VI.6. - Plano Aquarela 2020

Em 2004, enquadrado dentro do Plano Nacional de Turismo 2003-2007, iniciou-se, no Brasil, o Plano Aquarela – Marketing Turístico Internacional do Brasil, cujos objectivos visavam aumentar o número de turistas estrangeiros e as inerentes receitas ligadas ao turismo.

Em Dezembro de 2009 (Embratur, 2009c), procedeu-se ao lançamento de mais um dos Planos Aquarelas, neste caso, com um âmbito mais alargado (até 2020), contemplando os principais eventos com efeito multiplicador no turismo no Brasil – a copa do Mundo em 2014 e os Jogos Olímpicos em 2016.

Como mencionado no documento citado, “O Plano Aquarela 2020 – Marketing Turístico Internacional do Brasil traz os caminhos a percorrer, os objectivos a serem alcançados e as acções essenciais para que o turismo brasileiro avance com as grandes oportunidades de promoção e comunicação global nos próximos anos.

Os objectivos da promoção internacional, diante dessas grandes oportunidades, são:

- Contribuir para o sucesso da Copa do Mundo e dos Jogos Olímpicos;
- Maximizar os resultados para o turismo brasileiro;
- Optimizar a exposição mundial do país para torná-lo mais conhecido.”

A aposta na promoção, assente em vários eixos de actuação, leva aos seguintes pressupostos e objectivos no Plano:

- Turistas: Atingir os 5,5 milhões de turistas em 2010<sup>12</sup> e os 11,1 milhões em 2020 (ou seja, um aumento de 113% no período em análise);
- Receitas: Atingir os 5.581 milhões de USD em 2010 e os 17.607 milhões em 2020 (o que representa um crescimento de 304% no período em análise);
- Aumentar em 500 mil turistas no ano da Copa 2014 e, em 2016, no ano dos Jogos Olímpicos, 15% em relação ao ano anterior;
- Manter um crescimento sustentado mínimo de 1 ponto percentual acima do crescimento da América do Sul;
- Consolidar a posição de liderança na América do Sul com uma quota de 27% do número de turistas do continente.

Se compararmos estes valores com os previstos no documento da OMT *Tourism 2020 Vision* (UNWTO, 2000), como já mencionado em IV.3.1., verifica-se algum desfasamento (não podemos esquecer que o documento da OMT foi feito em 2000, com base em previsões de 1995) e optimismo do organismo mundial de turismo que previa que, em 2020, se atingiriam os 14,1 milhões de chegadas de turistas internacionais (sendo de 9 milhões em 2010), com uma taxa média de crescimento anual entre 1995 e 2020 na ordem dos 5% ao ano (acima dos 3,9% no crescimento das Américas).

---

<sup>12</sup> Farias A. *et al.* (2008) elaboraram previsões sobre as entradas de turistas e de divisas para o ano de 2010 (com base no observado em 2005), tendo estimado 12,2 milhões de turistas e 9,2 mil milhões de USD nesse ano

## **VII . - Turismo e transporte aéreo entre Portugal e Brasil**

### **VII.1. - Acordos de Serviço Aéreo**

Os acordos de serviço aéreo foram objecto de análise conceptual e caracterização no capítulo II.2., pelo que, neste ponto, apenas se pretende fazer um enquadramento das relações bilaterais de transporte aéreo entre Portugal e o Brasil.

O actual acordo sobre serviços aéreos entre Portugal e Brasil, assinado em 11 de Novembro de 2002, foi publicado em D.R. de 6 de Maio de 2003 (Resolução da Assembleia da República nº 38/2003) e ratificado, nesse mesmo D.R., pelo Decreto do Presidente da República nº 29/2003. No entanto, o mesmo só entrou em vigor em Abril de 2007, uma vez que o Brasil apenas ratificou o mesmo através do Decreto nº 6058 de 8 de Março de 1997, publicado no Diário da União no dia seguinte. Este acordo veio revogar, na legislação nacional, o Decreto nº 47/92 de 2 de Dezembro, relativo ao acordo sobre Transportes Aéreos Regulares entre Portugal e Brasil, assinado em 7 de Maio de 1991.

Das principais alterações neste quadro legal foi a possibilidade de dupla designação, ou seja, cada parte poder designar até duas companhias aéreas para a realização de voos entre Portugal e o Brasil (art. 3º).

Algumas alterações são esperadas a curto prazo. A Europa tem vindo, desde 2005, a implementar os denominados acordos bilaterais horizontais<sup>13</sup>, ou seja, levando a que um acordo negociado com a UE seja válido em qualquer dos Países comunitários (em vez de acordos bilaterais país a país). Significa que todas as transportadoras aéreas da UE, de acordo com os acordos bilaterais negociados, terão acesso não discriminatório às ligações aéreas entre a Comunidade e esses países (Doganis R., 2010, p. 58).

Em Maio de 2010, a União Europeia e o Brasil deram mais um passo no sentido de uma maior abertura dos mercados (Afonso P., 2010). A Comissão Europeia veio aliás, em 6 de Maio de 2010, numa antevisão às negociações agendadas entre 24 e 26 desse mês no Rio de Janeiro, para uma cimeira UE-América Latina da aviação civil, propor a abertura do mercado de aviação com o Brasil (conforme documento IP/10/546 da Comissão Europeia (2010b) relativo à proposta de abertura do mercado da aviação com o Brasil). O documento da Comissão Europeia

---

<sup>13</sup> Em 2004, o Regulamento (CE) n.º 847/2004 de 29 de Abril veio definir novas regras relativas à negociação e aplicação de acordos de serviços aéreos entre Estados-Membros e países terceiros, de modo a que estas se comessem a reger por um articulado mais “europeísta” (Parlamento Europeu e Conselho da União Europeia, 2004). A Comissão das Comunidades Europeias (2005), através da Comunicação “Desenvolver a agenda da política externa comunitária no sector da aviação”, veio dar corpo aos acordos bilaterais horizontais que vem implementando desde essa data

(Commission of the European Community, 2010) de 5 de Maio, refere ainda os benefícios esperados que a abertura dos mercados entre a UE e o Brasil poderá gerar até 460 milhões de euros de benefícios anuais para os consumidores e tráfego adicional, no primeiro ano, de 335 mil passageiros (Steinen E. *et al.*, 2009, p. vi).

A 15 de Outubro (European Commission, 2010b) a CE foi mandatada pelos ministros dos transportes da UE para a abertura de negociações visando um acordo ambicioso de serviço aéreo com o Brasil, no seguimento do acordo já assinado a 14 de Julho de 2010.

Os acordos de serviço aéreo comercial entre o Brasil e a UE são regidos actualmente por 15 acordos bilaterais (incluindo Portugal), não existindo qualquer enquadramento legal para a realização de voos com 12 dos 27 Estados-membros.

Pelo impacto que esta alteração pode ter para a TAP, enquanto única transportadora a realizar voos entre Portugal e o Brasil, José Guedes Dias, Director de Alianças e Relações Externas da TAP, preconiza em entrevista ao Jornal TAP (2010a) que, apesar desta abertura, “o actual acordo bilateral só permite a designação de duas empresas. Estando a TAP já designada, só há espaço para mais uma empresa comunitária”. Por outro lado, advoga ainda que “o actual acordo não é um acordo livre em termos de capacidade, que está pré-determinada. As autoridades dos dois países definem, de tempos em tempos, um limite de frequências a conceder a cada companhia de cada parte. Actualmente a TAP esgota, por si só, esse limite. Só se o acordo for revisto é que o número de frequências pode ser aumentado, havendo então espaço para a eventual entrada de uma segunda empresa comunitária.”

Também Luis Almeida, Presidente do INAC (Fiúza M., 2010), corrobora com este entendimento ao referir que o actual acordo aéreo, assinado em Novembro de 2002, prevê a dupla designação, pelo que, além da TAP, outra transportadora aérea comunitária poderá candidatar-se aos voos entre Portugal e o Brasil. Luiz Mór, Administrador-Executivo da TAP, considera, nesse mesmo artigo, que, na prática, nada se irá alterar, pois não antevê a entrada de qualquer empresa em Portugal, do mesmo modo que a TAP não irá realizar voos de qualquer outro país comunitário para o Brasil. Considera, no entanto, que o processo de liberalização pode ajudar na simplificação de processos e de pedidos de licença.

## VII.2. - Tráfego Aéreo Portugal-Brasil

### VII.2.1. - Enquadramento temporal

Pretende-se, neste ponto, sem se ser exaustivo, retratar alguns dos principais aspectos ligados ao aparecimento dos *charters* para o Brasil<sup>14</sup> e dos operadores para esse mercado.

Se é certo que uma das principais fontes utilizadas, neste ponto, decorre da memória selectiva de alguns dos participantes da amostra, as únicas fontes escritas disponíveis (mesmo não sendo uma fonte científica), capazes de poder permitir a inventariação de todo o processo de abertura aos *charters* e acompanhamento da ascensão e queda dos voos *charters* para o Brasil, são os jornais ligados ao turismo, em particular o Jornal Publituris. Mais recentemente, o jornal de turismo *online* Presstur tem dado igualmente grande destaque a esta situação, com análises circunstanciadas, baseadas em informação recolhida juntos dos aeroportos, aviação civil ou em entrevista a responsáveis de companhias aéreas e operadores turísticos que programam esse destino.

Como se pode constatar das respostas de Luis Ovídio, Luis Tonicha ou José Manuel Antunes, existia uma grande pressão dos operadores turísticos junto das autoridades nacionais de aviação civil, para o aumento da capacidade de voos (e de abertura aos *charters*) para o Brasil. Esse mesmo espírito é evocado pelo Presidente na APAVT aquando da apresentação do XXVI Congresso, em Fortaleza, entre 25 e 29 de Novembro de 2000. Como relatado pelo Publituris (2000g), aquando da apresentação do Congresso, na Embaixada do Brasil, a 8 de Maio, João Pombo “levantou a questão das prolongadas restrições ao aumento dos números de voos entre Portugal e o Brasil, reflectindo, assim, a situação crítica que o sector vive, em que promove, por um lado, o intercâmbio turístico entre os dois países e, por outro, deixa de fazer negócios para outros destinos mais acessíveis. Ou seja, praticamente até ao fim do ano já não há lugares disponíveis nos voos regulares entre Portugal e o Brasil, prejudicando irreversivelmente as agências e os consumidores portugueses”. João Pombo propunha que o Congresso debatesse, frontalmente, o problema da liberalização dos voos entre os dois países.

Também Raimundo Viana, Secretário Estadual de Desenvolvimento Económico e Turístico do Ceará, avançou, nessa apresentação, com a possibilidade de se negociar um acordo de céus abertos limitado aos voos entre Portugal e o Nordeste do Brasil.

---

<sup>14</sup> A resposta ao questionário de Luis Ovídio, enquanto elemento da amostra, é muito importante para a caracterização da abertura do mercado *charter* de Portugal para o Brasil (nessa data, Ovídio era quadro superior do INAC, com responsabilidades nas áreas de regulamentação, tendo acompanhado e participado do processo de liberalização dos voos *charters* para o Nordeste do Brasil)

Convém salientar que a TAP dava, nessa altura, os primeiros passos para a criação de uma nova companhia *charter* (Publituris, 1999). Barroso A. (2000a) anunciava que a TAP e a Abreu formavam uma nova companhia *charter*, conforme protocolo assinado entre ambas as empresas em 3 de Janeiro, com o início da operação em Junho (o primeiro voo foi realizado a 3 de Junho para Varadero (Publituris, 2000a, j)). Essa razão terá levado a que, em Novembro de 1999 (Barroso A., 1999), a TAP perspectivasse já o encerramento da linha de Natal, decisão que, após alguma indefinição e reuniões com representantes de Natal quanto ao futuro dessa linha, levasse à sua manutenção (Publituris, 2000c, d, e).

Portugal, através do INAC e aproximando-se uma nova ronda negocial com o Brasil, apontava para uma maior flexibilização de voos. De acordo com o vice-Presidente Luis Almeida (actual Presidente), a opção passava por propor uma flexibilização dos direitos de tráfego, alargamento do leque de operações, “multidesignação” e liberalização da política tarifária entre os dois países<sup>15</sup>.

Apesar das grandes expectativas criadas, até porque as pressões dos operadores turísticos portugueses eram cada vez mais intensas, a que se juntaram as pressões dos governadores dos Estados do Nordeste, hoteleiros e operadores do lado do Brasil (Publituris, 2000h), a ronda de negociações bilaterais de Julho apenas veio aumentar o número de voos para 18 voos semanais para cada país, com a problemática dos *charters* a ser adiada para uma nova ronda negocial.

No entanto, a 2 de Agosto de 2000, procedeu-se à assinatura de uma declaração de princípios entre o INAC e a CTP cujo principal objectivo era instituir um diálogo permanente e uma maior interligação entre as políticas de transporte aéreo e turismo e criar condições de competitividade à oferta nacional (Barroso A., 2000c). Uma das grandes novidades nessa assinatura foi a comunicação ao mercado, e respectiva aprovação, da primeira operação *charter* para o Brasil, da responsabilidade dos operadores Mapa Mundo e Clube Vip (dando mais tarde origem ao MundoVip), a iniciar entre 25 de Agosto a 7 de Outubro para João Pessoa, no Estado da Paraíba (voos que vieram a acontecer apenas a 20 de Setembro). A operação consistia em 6 voos, com saídas à sexta-feira, em avião Lockheed da Euroatlantic Airways (2010), companhia aérea que ainda recentemente, enviou uma nota de imprensa celebrando os 10 anos do início das operações *charters* para o Brasil.

---

<sup>15</sup> Desde Novembro 1999, as companhias aéreas portuguesas e brasileiras tinham direito a 16 frequências semanais (a TAP podia utilizar a 17ª frequência, em regime de excepção). Essa situação vinha, aliás, desde a revisão de 1997/98 onde foi admitida a dupla designação (tendo entrado no mercado a Transbrasil), por troca com maiores frequências para a TAP, levando a um aumento da capacidade das 11 para as 16 frequências regulares semanais (Publituris, 2000i, p. 38)

De salientar que, de acordo com a notícia de Barroso A. (2000c), o pedido para esta operação já tinha sido entregue no INAC a 3 de Janeiro. Como mencionava a jornalista, em outro artigo de Novembro de 2000, aquando de um missão de Pernanbuco (Recife) a Portugal (2000b), citando um dos representantes dos operadores “os pedidos entram no INAC e demoram a ser atendidos e quando o são, são-no fora de época dificultando a promoção”. Também a Abreu afirmava que há dois anos que o Club 1840 tentava uma operação *charter* para o Brasil, para o Recife (Pernanbuco) ou Maceió (Alagoas), sendo que, no caso de Recife, existia o problema de já receber voos regulares da TAP e Transbrasil.

A abertura do mercado *charter* com o voo para João Pessoa em Setembro de 2000, levou a um *boom* de *charters* para o Brasil (Barroso A., 2001a, p. 108). Logo na Páscoa de 2001, estavam previstas séries de voos para Maceió (Club 1840 com a YES) e para João Pessoa (Mapa Mundo e Clube Vip com Euroatlantic), sendo que, para o Verão estavam já autorizados voos para Maceió (Club 1840 com a YES e a Air Luxor Tours, operador da companhia aérea Air Luxor, constituído em Abril de 2001 que se propunha realizar voos *charters* para Maceió (Brasil), Seychelles e Pukhet (Tailândia) (Costa T. P., 2001) e Porto Seguro (Mapa Mundo e Clube Vip com Euroatlantic). De salientar que a terraBrasil, operava com a Transbrasil, com voos para Fortaleza, Recife e Salvador, o que lhe permitia contornar as limitações decorrentes do acordo aéreo (Barroso A., 2001b). No entanto, a Transbrasil veio a suspender todas as suas operações a 3 de Dezembro de 2001 (Ferreira H., 2001)

O Congresso da APAVT em Fortaleza, como se esperava, veio colocar uma forte tónica no mercado Portugal-Brasil com as suas conclusões (Publituris, 2000f) a incidirem sobre a necessidade premente de ser implementada uma política de céus abertos entre os dois países<sup>16</sup>. Também Ferreira H. e Botelho F. (2000), no rescaldo do Congresso, colocavam a tónica no reduzido número de turistas, alertando para a necessidade de alterações ao nível da política aérea, em particular, no licenciamento de rotas para e da Europa para o Brasil.

Mas também a TAP, aquando da BTL 2001 (Barroso A., 2001c) aproveitou para anunciar a sua nova estratégia, visando transformar a TAP na porta de entrada para o Brasil, a partir da Europa, pretendendo realizar 24 frequências semanais, traduzidas em voos diários a São Paulo, Rio de Janeiro e Recife e 3 voos semanais a Salvador da Bahia. Nessa mesma apresentação era anunciada a suspensão do voo regular para Natal, que passava para a YES, sendo que em Maio, o Club 1840 veio anunciar o início, a partir de Julho, de *charters* para Natal (Vieira A. R., 2001).

---

<sup>16</sup> Botelho F. (2000) salientava dez motivos mais salientes do Congresso, dos quais, os principais e mais sonantes se referiam à TAP e às políticas de “*open skies*” entre Portugal e Brasil

Apesar do 11 de Setembro e de algum excesso de oferta no mercado (Gouveia N., 2001a, b, c), o Brasil tinha sido um dos sucessos desse Verão e uma aposta de continuidade para a maioria dos operadores (Publituris, 2001), como se continuou a verificar ao longo dos vários anos, com o aumento das frequências e dos destinos a serem operados em *charter*, com os indícios de excesso de oferta a começarem a dar sinais no mercado.

Essa é aliás, uma tónica que se vai repetir ao longo dos vários anos. Em 2002, a euforia pelo Brasil levou a que, em pleno Verão, se comesçassem a fazer descontos de 50% para Natal e Pipa (Gouveia N., 2002). Numa análise ao balanço do ano, Pedro Costa Ferreira afirma categoricamente que “o Brasil é contraditoriamente o destino com mais futuro e com mais problemas no presente”, salientando que apesar de ter um potencial de crescimento enorme, tinha sido alvo de apostas simultâneas de um grande número de operadores turísticos levando a desajustamentos entre a oferta e a procura (Cupido R., 2002a).

Mesmo assim, alguns factos marcantes devem ser enquadrados ao longo do tempo. Enquanto a Varig anunciava a duplicação de voos para o Nordeste (Ferreira H., 2002), as viagens Mapa Mundo e Clube VIP (Cupido R., 2002b) assinavam um acordo para o Brasil com a TAP. Como referia Pedro Costa Ferreira, as vantagens desse acordo passavam por uma maior flexibilidade dos pacotes de férias, das datas disponíveis quer nas saídas quer nos destinos. Salientava ainda que a dispersão geográfica do Brasil e a concentração da operação *charter* num determinado ponto, tirava competitividade aos operadores para outros locais, tendo-se assim negociado várias partidas (para Salvador, Recife e Fortaleza), com várias datas ao longo da semana e com manutenção de preços para saídas à partida do Porto e de Faro. Por seu lado, a TAP voltava a focar a sua mensagem como a “companhia número um da Europa para o Brasil”.

A TAP tinha, nesse Verão, voos diários para São Paulo e Recife, 6 voos para Rio de Janeiro e 3 voos para Salvador (4 a partir de Junho) e Fortaleza (Cupido R., 2002a). Este acordo foi sendo implementado ao longo dos anos. Em 2003, em pleno Congresso da APAVT, as partes voltavam a renovar esse acordo para esse Inverno (Turisver, 2003).

Por seu lado, com a saída do mercado da Transbrasil, a Varig foi ocupar esse espaço informando da abertura de voos semanais para o Nordeste, a partir de Junho, operações estas a serem realizadas para a terraBrasil (mais uma vez tirando partido de operações regulares com utilização *charter*).

A suspensão de voos da YES com a saída dos operadores e sua substituição pela White (Cupido R., 2004), com um novo avião e uma nova marca foi um dos principais factores de ruptura em

2004, ano também caracterizado por grandes atrasos nas companhias *charters*, avarias nos aviões e fenómenos naturais (furacões) que tiveram grande impacto sobre a percepção do produto *charter* (Ferreira H., 2004). Mas o ano foi igualmente surpreendido pelo pedido de uma segunda companhia designada para o Brasil, feito pela Air Luxor junto do INAC para efectuar voos regulares para aquele país (Batista I., 2004). As razões evocadas pela Air Luxor prendiam-se, acima de tudo, pela possibilidade de venda descentralizada através dos agentes de viagens e sistemas globais de distribuição (GDS), assim como, a impossibilidade de venda de lugares por segmento imposta às companhias *charters*.

Apesar das perturbações operacionais no ano, o Brasil continuava a liderar o *ranking* dos destinos preferidos dos portugueses (Gouveia N., 2004). No entanto, alguns agentes de viagens questionavam a política de promoções agressivas para o destino, ou seja, “o Brasil vai continuar em grande, até se acabar com o destino” (a Grantur, em Fevereiro, lançou uma super promoção para Fortaleza a 399 Euros, incluindo passagem aérea, hotel, transferes e meio dia de *city tour* à cidade (Turisver, 2004)). A continuada aposta pelo preço da Grantur, levou a que os restantes principais operadores turísticos cessassem os seus voos para Fortaleza, alegando “canibalização” de preços (Presstur, 2005).

A continuada aposta pelo preço nos destinos no Brasil (depois dos 399 Euros, a Grantur voltou a surpreender o mercado com a denominada “Operação Tempestade”, colocando 1.200 lugares para o Brasil a 300 Euros (Turisver, 2005a)), começava a deixar apreensivos alguns operadores. Pedro Costa Ferreira era peremptório ao afirmar, numa entrevista ao Publituris, que “a rentabilidade das operações poderá estar em risco, da mesma forma que o próprio destino. O pior que se pode fazer ao Brasil é referenciá-lo apenas por causa do preço. (...) Esta é uma situação que prejudica três intervenientes: o consumidor – uma vez que as operações baratas normalmente significam, a médio termo, uma degradação da oferta – os agentes de viagens, porque as opções baratas não dão rentabilidade, e os operadores porque opções baratas dificilmente podem ser mantidas ao longo do ano com esta dimensão” (Batista I. e Cupido R., 2005). Também Eduardo Pinto Lopes (Batista I., 2005) afirmava que se “continuava a assistir a preços de verdadeira loucura, onde os operadores, em sobre oferta e com risco na operação, têm de escoar esses lugares, muitas vezes, não ganhando, mas tentando perder menos”.

Esta situação teve igualmente impacto na organização dos operadores que, assim, se juntaram visando reduzir riscos no mercado. Como afirmava Luis Tonicha, a criação de uma plataforma de entendimento entre os operadores visando o ajustamento da oferta à procura, já estava a dar os seus efeitos, com a oferta de pacotes turísticos nesse Inverno a ser reduzida em 20% (Turisver, 2005d). No entanto, algumas dificuldades na conciliação de interesses das várias

empresas foi ditando alterações constantes da *pool* de operadores ao longo do tempo, com a saída da terraBrasil e entrada da Soltour (Turisver, 2006) e uma passagem fugaz da Entremares (Presstur, 2009a), entre outras.

A manutenção da aposta em preços competitivos, ao longo do tempo, teve o seu efeito no mercado. Ainda em 2005, fruto dos problemas que a Air Luxor começava a enfrentar, foi criada a Hi Fly (Turisver, 2005b) que garantiria a programação da Air Luxor Tours (Cunha L., 2005), ao mesmo tempo que a Grantur dava lugar ao operador Marmara (Turisver, 2005c).

Mas não só do lado dos operadores se viviam momentos difíceis. A Varig, a operar para Portugal há 40 anos, suspende os seus voos a partir de 15 de Maio para Lisboa (Schroeder M., 2006) enquanto a BRA, depois de ter sido certificada e iniciar os seus voos em Julho desse ano, como companhia regular<sup>17</sup> (Presstur, 2006), viu a sua operação suspensa em Novembro de 2007 (Presstur, 2007a, b), deixando a TAP a operar sozinha no mercado (a companhia brasileira Oceanair ainda fez uma série de voos no mercado português durante a Páscoa de 2008 (Presstur, 2008b)).

A maior alteração no mercado *charter* para o Brasil deu-se em 2008, no final do Verão. Depois de anos em que o mercado português chegou a contar com mais de um voo *charter* por dia em época alta, no Verão de 2008, a oferta *charter* tinha ficado reduzida a apenas 3 voos semanais (Porto Seguro/Salvador, Recife/Natal e Porto Seguro/Natal) (Presstur, 2008b). Já em Junho (Cunha L., 2008c), Eduardo Pinto Lopes tinha lançado um repto à APAVT no sentido de esta associação poder mobilizar um entendimento entre os operadores em prol da adequação da oferta à procura e do *pricing* a praticar.

A alteração da postura da TAP em relação ao mercado, passando a dar preço e condições para os operadores construírem os seus pacotes turísticos, levou a que os operadores concentrassem a sua operação nos voos da TAP, cancelando as suas operações *charters* (Presstur, 2008a). O aumento da capacidade da TAP, por necessidade imperativa de frota, relacionada com a troca dos aviões Airbus A310 por aviões Airbus A330 (representando mais cerca de 70 lugares por voo e por sentido de tráfego), além dos inerentes problemas relativos ao mercado, onde a valorização do real começava a deixar o destino muito caro, foram também das principais razões que levaram a esta mudança de atitude perante o mercado.

---

<sup>17</sup> Desde Outubro de 2004 que a BRA operava Portugal, como companhia *charter*, sendo responsável por assegurar, nessa época, os voos *charters* da terraBrasil para o Brasil

Aliás, 2008 foi mesmo apontado como o ano negro na oferta turística, pelos impactos negativos na rentabilidade dos agentes económicos, em particular, ao nível dos operadores turísticos (Presstur, 2009b).

Numa consulta efectuada aos vários operadores sobre este novo acordo e as suas principais vantagens (Cunha L., 2008a; Archer D., 2008), existe uma quase unanimidade no que respeita, à versatilidade na programação, conveniência para o cliente, produto regular de qualidade, além da redução do risco das operações (mais recentemente, a Abreu, através de José Manuel Ferraz, manifestou a sua satisfação pelo acordo feito que tem permitido aumentar vendas e dar flexibilidade aos seus clientes (Elias R., 2010)).

Também a Embratur, através da sua responsável em Portugal, Neila Araújo (Turisver, 2009), reconhecia que o acordo tinha trazido alguns benefícios ao turismo do Brasil, na medida em que a procura de turistas, mesmo sendo menor em volume, era geradora de maior permanência no Brasil, maior conhecimento de vários destinos internos e dando um maior contributo em divisas.

Essa mesma aposta foi reconhecida pela Presidente da Embratur, Jeanine Pires, ao considerar que, dentro do Plano Aquarela 2020 (ver ponto VI.6.), Portugal era um país de altíssima prioridade na promoção do Brasil, na medida que Portugal para o Nordeste representava a porta de entrada do Brasil para os europeus, sendo igualmente a porta de entrada para os Brasileiros na Europa (Pinheiro F., 2010a).

O acordo com a TAP levou a que, apenas em períodos de época alta, os operadores programassem voos *charters*. Períodos de Fim de Ano, Páscoa e Verão são agora os únicos momentos de alguma diminuta actividade *charter* para o Brasil.

De acordo com os dados da ANA, é fácil verificar essa actividade, sendo que, p. ex., no *reveillon* de 2008, os operadores apostaram em voos para Natal e Salvador, num voo apenas para cada destino. No ano de 2009, a Páscoa caracterizou-se por voos para esses mesmos destinos e Maceió, enquanto o Verão (Julho e Agosto) resumiu-se a um voo semanal, inicialmente triangulado entre Salvador e Natal, com o *reveillon* a apostar-se novamente em Natal e Salvador. Mesmo assim, no *reveillon* de 2009/2010, o Brasil e Portugal dominavam a oferta no mercado nacional (Viajar, 2010). Cunha L. (2009), numa análise mais junto da partida dos voos (18 de Dezembro) considerava que a Madeira e Caraíbas tinham sido os principais destinos de *reveillon*.

Começam, no entanto, a aparecer tentativas para a colocação de novos *charters*. Em 2010, o operador Iberojet (Cunha L., 2010c) anunciava a sua estreia nos *charters* para o Brasil, com um

voo triangular entre Salvador e Natal, enquanto a terraBrasil vinha igualmente anunciar novos voos *charters* para o Verão (Cunha L., 2010a), neste caso, um voo triangular para Porto Seguro/Maceió e outro para São Luis (Maranhão)/Natal. No entanto, o voo da Iberojet foi cancelado (Cunha L., 2010b) e a terraBrasil reduziu as duas operações a três voos (Presstur, 2010c). Em entrevista ao Publituris (Obadia R., 2010), Pedro Costa Ferreira considerava que era ainda cedo para avançar para uma operação *charter*, muito mais, quando considerava que a oferta estava adequada à procura.

Apesar da crise, o inquérito feito pela Associação da Hotelaria de Portugal sobre as viagens dos portugueses (Valente F. e Monteiro C., 2010), concluía que 91,05% dos portugueses iria viajar durante este ano, sendo que, 50,18% o faria para o estrangeiro. No estrangeiro, os 5 destinos preferidos, liderados pela Espanha, voltavam a incluir o Brasil em 3º lugar.

### **VII.2.2. - Enquadramento estatístico**

Dados recolhidos junto da ANA permitiram enquadrar o tráfego regular e *charter* ao longo do período de análise, ajudando a validar alguns dos momentos historicamente mencionados anteriormente.

Do ponto de vista das companhias aéreas operadas (Anexos 17a. e 17b.), o mapa permite visualizar de forma muito pragmática:

- momentos de “ascensão e queda” de algumas companhias aéreas (casos da Transbrasil, Varig, BRA e Air Luxor, que saíram do mercado);
- empresas que, além da TAP, mantêm uma forte presença no mercado ao longo dos anos (casos da White – anteriormente YES -, Sata Internacional e Euroatlantic);
- empresas que se limitaram a realizar uma série de voos (caso da Oceanair);
- empresas com intervenção pontual em períodos de instabilidade operacional (caso da Luzair).

Deve-se ainda ter em atenção que a fronteira entre tráfego regular e tráfego *charter* era muito ténue, na medida que empresas como a Transbrasil operava como companhia regular, mas efectuava voos *charters* para a terraBrasil (tal como a BRA, quando optou por ser companhia regular) e Varig (em aviões no consórcio Varig/Euroatlantic para as operações *charters*).

Numa análise aos vários destinos (Anexos 18a. e 18b.), consegue-se vislumbrar, de forma inequívoca, o início das operações não regulares em 2000 para João Pessoa e, a partir de 2001, a

abertura sistemática de novos mercados no Brasil. Do mesmo modo, as operações para São Luis do Maranhão aparecem, porque realizadas pontualmente, perfeitamente identificadas. Voos *charters* para Rio de Janeiro e São Paulo, assim como, para outros destinos menos utilizados, assumem carácter residual.

Relativamente ao tráfego regular (Anexos 19a. e 19b.) constata-se a consistência da maioria dos destinos operados no Brasil que, com algumas excepções pontuais (grupos, incentivos ou desvios de rota), mantém níveis de produção equilibrados ao longo dos anos. O destino Porto Seguro, tradicionalmente *charter*, decorre do aproveitamento de voos regulares (na altura, Varig/EuroAtlantic e BRA) para a realização desses voos. Também o início das novas apostas da TAP em Brasília (2007) e Belo Horizonte (2008) são facilmente identificáveis.

### **VII.3. A operação da TAP Portugal para o Brasil**

A TAP tem vindo, desde 2000, a apostar decisivamente no mercado do Brasil. A nova equipa de gestão, chegada à TAP em Outubro de 2000 e liderada por Fernando Pinto, conseguiu, ao longo dos anos, posicioná-la como principal *player* internacional da Europa para o Brasil, como reconhecido pelas principais revistas técnicas do sector<sup>18</sup>.

Logo na BTL em 2001, Luiz Mór deixou claro, que o objectivo passava por “transformar a TAP na porta de entrada para o Brasil, a partir da Europa, ficando com três *hubs* naquele país: Rio de Janeiro, São Paulo e Recife” (Barroso A., 2001c).

Em 2000, a operação da TAP, nesse Inverno, resumia-se a Rio de Janeiro e São Paulo no Cone Sul (9 voos, alguns dos quais triangulados entre Rio e São Paulo) e 9 voos no Nordeste (a maioria triangulados, de modo a dar cobertura aos destinos operados de Recife (5 voos), Fortaleza (3 voos), Salvador (3 voos) e Natal (1 voo). No Verão de 2010, a TAP atinge os 70 voos semanais (Jornal TAP, 2010b), com a recente abertura da rota para Campinas, a 3 de Julho, voando agora para oito destinos diferentes: Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Brasília, Salvador, Recife, Natal e Fortaleza. Na apresentação da nova rota, na BTL 2010, Luiz Mór traçou igualmente os objectivos da TAP para 2010, assentes nos seguintes vectores (Ramos F., 2010):

- ✓ Consolidar crescimento de passageiros e oferta;
- ✓ Intensificar agressividade comercial (novos produtos);

---

<sup>18</sup> A *Air Transport World* (Buyck C., 2010b) deu honra de capa à TAP sob o título “*TAP into the future*” (Abril), sendo que a *Airline Business* (Sobie B., 2008) tinha-lhe dado idêntico destaque sob o título “*Fernando Pinto – Doing a lot with a little at TAP Portugal*” (Julho)

- ✓ Melhorar taxa de ocupação;
- ✓ Reforçar controlo de custos;
- ✓ Reforçar compromisso com o turismo nacional.

Buyck C. (2010b) reconhece a estratégia de nicho para a rede da companhia, com as rotas do Brasil a superarem, pela primeira vez, em 2009, as rotas da Europa (38,5% e 36,9%, respectivamente). Fernando Pinto reconhece que, em termos de Brasil, a TAP domina o mercado que antes não era explorado, ao mesmo tempo que refere que, em vez de se voar apenas para dois aeroportos, a TAP dá uma panóplia de opções, o que também ajuda o tráfego aéreo no Brasil (Sobie B., 2008).

Os anexos 20. e 21. permitem evidenciar, por período IATA, o aumento gradual da actividade da TAP ao longo desta última década (as companhias aéreas programam a sua actividade de acordo com o denominado Verão IATA e Inverno IATA, com as mudanças a acontecerem, por norma, na última semana de Março e de Outubro).

Informação cedida pela TAP, permite-nos caracterizar de forma mais construtiva e fundamentada a evolução do tráfego e do peso dos vários mercados ao longo dos anos.

A tabela abaixo mostra-nos o crescimento do número passageiros transportados (medidos através dos bilhetes - *Flight Coupons*) de 2000 até 2009, evidenciando de forma clara (e em consonância com as estatísticas apuradas pela ANA), a aposta em novas rotas (Brasília e Belo Horizonte), a saída temporária do mercado de Natal e as apostas feitas em voos à partida do Porto (com um potencial menor que os voos à partida de Lisboa).

Segmentos	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Lisboa/Belo Horizonte	280								74.457	80.926
Lisboa/Brasília								44.315	113.466	119.305
Funchal/São Paulo	87								270	
Lisboa/Fortaleza	22.858	26.312	29.321	74.936	85.434	111.772	117.750	123.971	134.614	127.339
Lisboa/Natal	6.663	1.925				53.142	68.601	67.266	69.068	68.510
Lisboa/Recife	71.262	82.595	102.510	100.491	102.191	103.131	112.697	112.482	118.436	110.098
Lisboa/Rio de Janeiro	65.709	67.629	95.075	101.074	110.282	126.446	144.948	190.058	217.756	190.787
Lisboa/São Paulo	91.915	91.671	116.652	119.500	133.143	131.657	162.272	206.521	218.993	200.500
Lisboa/Salvador da Bahia	21.270	35.550	51.563	90.681	95.979	116.669	138.249	127.148	117.067	125.819
Porto/Recife	7.756	1.195								
Porto/Rio de Janeiro	16.513	25.893	12.480	30.578	33.109	33.986	56.957	57.457	51.648	42.193
Porto/São Paulo	13.111	20.325	22.750	24.264	25.753	26.939	50.450	53.854	52.119	38.427
Porto/Salvador da Bahia	101	324							5.792	1
<b>TOTAL</b>	<b>317.845</b>	<b>353.419</b>	<b>430.351</b>	<b>541.524</b>	<b>585.891</b>	<b>703.742</b>	<b>851.924</b>	<b>938.757</b>	<b>1.173.416</b>	<b>1.104.175</b>

Fonte: TAP Portugal

Tabela 17. - Passageiros Transportados (F/C)

Dados para o 1º trimestre de 2010 (Pinheiro F., 2010b), apontam para um crescimento de 27% em relação ao ano passado, resultantes de um aumento significativo do mercado brasileiro, o que se traduziu num aumento da taxa de ocupação que passou dos 66% para os 84%.

Informações mais recentes divulgadas pelo jornal *online* de turismo Presstur (2010a), apontam para que a TAP venha a bater o *record* de 2008 de passageiros para o Brasil já em finais de Outubro ou inícios de Novembro, sendo que, até Agosto o tráfego para o Brasil crescia 29,7% face a idêntico período no ano passado. De acordo com a directora de vendas da TAP para Portugal, Paula Canada (Presstur, 2010d), o Nordeste Brasileiro cresceu 8% no mercado português até Agosto, com Natal a crescer mais de 40%, seguido de Salvador com 6,8% (o único destino a decrescer foi Fortaleza com -2%, devido à concorrência via Cabo Verde, dos TACV).

A entrada da TAM na Star Alliance, em Maio de 2010 (Serafim A., 2010), vem reforçar ainda mais o relacionamento já existente entre as duas empresas, ao nível de voos partilhados (também conhecidos como voos em *codeshare*) e nos programas de passageiro frequente.

Sendo uma das apostas da TAP a liderança no transporte de passageiros da Europa para o Brasil, através da sua placa giratória de Lisboa (*hub*), a tabela seguinte permite evidenciar os dez principais mercados internacionais para o Brasil, liderado pela Itália (o que pode explicar, igualmente, o crescimento que o mercado italiano tem tido para o Brasil ao longo dos últimos anos que, em 2000, ocupava a sexta posição).

Pais	2000	Ranking	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Ranking
Itália	3.656	6º	9.848	<b>25.299</b>	<b>53.766</b>	<b>66.262</b>	<b>79.696</b>	<b>91.835</b>	<b>86.458</b>	<b>93.539</b>	<b>92.899</b>	<b>1º</b>
Espanha	<b>10.500</b>	<b>1º</b>	<b>22.497</b>	23.950	32.338	32.197	36.970	46.030	58.980	67.825	71.326	2º
Alemanha	10.443	2º	16.336	18.699	29.163	35.130	41.396	36.667	41.042	35.864	43.674	3º
França	5.767	3º	11.437	20.642	27.881	24.306	24.567	28.573	29.925	44.060	43.274	4º
Suiça	4.248	5º	9.219	16.273	24.701	30.979	33.741	31.009	33.427	43.466	42.763	5º
Escandinávia	1.273	9º	2.090	3.766	7.153	9.455	17.597	25.593	31.157	33.626	34.226	6º
Reino Unido	4.487	4º	7.217	8.383	13.227	12.272	16.465	17.728	22.699	29.124	24.836	7º
Holanda	1.689	8º	4.001	8.329	13.515	12.731	15.005	13.366	15.282	18.002	16.024	8º
Belux	1.198	10º	3.343	5.085	7.961	9.135	10.991	10.472	11.888	15.538	13.593	9º
EUA						1.956	1.417	1.738	2.680	4.294	4.613	10º
Cabo Verde	2.644	7º	2.458	2.099	3.345							

Fonte: TAP Portugal

Tabela 18. - Passageiros Transportados em 6<sup>as</sup> liberdades (*F/C*) – *Top 10*

A importância das linhas do Brasil para a TAP (Anexo 22.) tem vindo, consequentemente, a aumentar ao longo dos anos, sendo já responsável por quase 30% da receita global da empresa e 13% dos *F/C* da empresa. De salientar que a receita média de um bilhete para o Brasil é mais elevada o que leva a esta aparente distorção dos valores (voos da TAP para o Funchal, p. ex., têm receitas bastante mais baixas mas geradoras de um elevado número de *F/C*).

Por último, a análise do peso dos vários mercados, seja em Receita seja em *F/C*, onde se pode concluir que o mercado português e brasileiro tem vindo a perder peso ao longo dos anos, com uma maior preponderância dos mercados de 6<sup>as</sup> liberdades.

Anos	Receitas			F/C		
	Portugal	Brasil	O. Merc.	Portugal	Brasil	O. Merc.
2000	31,1%	58,7%	10,2%	30,1%	56,3%	13,6%
2001	33,1%	50,3%	16,6%	32,8%	43,0%	24,2%
2002	34,4%	44,0%	21,6%	33,6%	38,0%	28,4%
2003	38,0%	30,0%	32,0%	32,0%	30,0%	38,0%
2004	39,0%	30,4%	30,6%	34,0%	30,2%	35,8%
2005	32,7%	35,0%	32,3%	27,8%	33,5%	38,7%
2006	26,4%	43,8%	29,8%	22,9%	41,7%	35,4%
2007	23,0%	46,6%	30,4%	19,6%	47,2%	33,2%
2008	22,4%	47,9%	29,7%	18,6%	49,6%	31,8%
2009	23,7%	47,0%	29,3%	19,1%	46,8%	34,1%

Fonte: TAP Portugal

Tabela 19. – Contributo dos mercados para as linhas do Brasil (Receita e F/C) (2000-2009)

O ano de 2009, fruto do “*apport*” dos operadores turísticos, permitiu uma recuperação do mercado português quer em receita quer na produção de F/C, embora muito longe dos *records* batidos em 2004. Nesse ano, a receita do mercado português representava 39% das receitas nestas linhas, quando actualmente representa apenas 23,7%, enquanto ao nível dos F/C estes representavam 34% da actividade nestas linhas (sendo que, em 2009, se ficou abaixo dos 20% - 19,1%).

#### VII.4. Perfil do turista português que visita o Brasil

Tal como apresentado em traços gerais no capítulo VI.4. sobre a caracterização do perfil do turista que visita o Brasil, pretende-se idêntica análise em relação ao perfil do turista português, salientando-se:

- Assiste-se a um decréscimo da componente lazer no motivo de viagem (Anexo 23a.), representando 35,6% (em 2005, o valor era de 47,6%);
- Dentro do lazer, também o sol e praia vem perdendo algum peso relativo (56,1% em 2005 atingindo os 54,1% em 2008), com o crescimento da componente de natureza, ecoturismo e aventura (de 14,9% em 2005 para os 21,5% em 2008);
- Quanto ao tipo de alojamento utilizado (Anexo 23b.), a utilização de casa própria é agora o meio mais utilizado (43,8% em 2008, tendo sido de 38% para a utilização de unidades hoteleiras). De referir igualmente a crescente utilização de casa própria (8% em 2008 quando era de 5,6% em 2005 – e 0,58% em 2000), o que corrobora a importância do mercado de segunda habitação;
- O gasto médio por turista (Anexo 23c.) situa-se nos 52,58 USD em 2008, um decréscimo face aos 59,63 USD verificados em 2005 (em 2000, o valor terá sido de 79,01 USD). A utilização em lazer é superior à média verificada, situando-se nos 75,78 USD em 2008 (69,35 USD em 2005);

- A permanência média (Anexo 23d.) em lazer, ronda os 14 dias, sendo, nos “outros motivos” de 36,3 dias, certamente influenciada por permanências longas em habitação própria ou de familiares e amigos. A permanência média global foi de 25,6 dias em 2008 (22,1 dias em 2005);
- Os principais destinos visitados em lazer (Anexo 23e.), além do Rio de Janeiro, são destinos no Nordeste, com forte componente cultural (Salvador) ou praia (Natal e Pipa, em Tibau do Sul). Em 2000, os principais destinos eram Fortaleza (24,77%) e Recife com 22,05%;
- Na organização da viagem (Anexo 23f.), a *Internet* foi quem mais subiu (25,8% em 2008 contra 6,43% em 2000), sendo que, os meios físicos têm vindo a perder a sua importância (guias turísticos, *folders* e brochuras). A recomendação de amigos e parentes continua a liderar, embora tenha tido uma queda substancial em 2008 (37,6% face aos 53,7% em 2005);
- Quanto à frequência da visita, cerca de 30% (29,4%) foi ao Brasil pela primeira vez em 2008, quando, em 2000, esse valor era de 55,26%;
- Na avaliação da viagem (Anexo 23g.), não existe uma grande diferença para o perfil de turista global, com a valorização de aspectos como a hospitalidade, a gastronomia e o alojamento. Os aspectos menos valorizados foram as rodovias, os preços e transportes públicos.

Em termos globais, confrontando o perfil dos turistas portugueses com o dos turistas em geral que entram no Brasil, as maiores diferenças decorrem de um maior conhecimento do mercado (a maioria dos portugueses já foi ao Brasil mais de uma vez), investimentos locais em segunda habitação e laços culturais fortes que levam a uma menor utilização da hotelaria tradicional, a gastos médios e motivos de viagem diferentes da média dos restantes mercados internacionais, assim como, quanto aos destinos mais visitados (mais concentrados no Nordeste do Brasil).

## Capítulo VIII – Análise e discussão dos dados

### VIII.1. Enquadramento de abordagem

Nos pontos anteriores, foi possível efectuar, ao longo dos vários capítulos, quer uma revisão bibliográfica dos principais aspectos inerentes ao tema em investigação quer uma definição sobre alguns dos conceitos de base característicos do sector do turismo e do transporte aéreo, com especial ênfase ao negócio *charter*.

A incidência do tema sobre o tráfego *charter* entre Portugal e o Brasil levou-nos igualmente a uma caracterização do turismo naquele país, assim como, a um levantamento exaustivo dos fluxos aéreos (em companhias regulares ou *charters*) desde 2000. O apuramento dos dados relativos ao turismo no Brasil e do transporte aéreo entre Portugal e o Brasil, ajudaram substancialmente a circunscrever a temática em análise, com campo de evolução futura.

Assim sendo, considera-se que, face à amplitude dos temas de base em análise, foi feita uma exploração cuidadosa dos principais aspectos teóricos fundamentais à investigação do tema.

Não poderemos, contudo, deixar de referir investigações já efectuadas ao nível da convergência das políticas de Turismo e Transportes, como é o caso das conclusões encetadas por Brilha N. (2007), aquando da sua dissertação de mestrado sob o tema *Convergência Estratégica das Políticas Nacionais de Turismo e Transporte: o caso português*, onde conclui que Portugal não possui um Plano Nacional de Turismo ou mesmo um Plano Nacional de Transportes, apesar do contributo positivo dos Transportes Aéreos para o Turismo em Portugal, deixando assim, espaço de manobra para futuras investigações directa ou indirectamente relacionadas com o tema em questão.

Também as conclusões do 5º Congresso da Atividade Turística, realizado em Brasília, em Novembro de 2003, apontavam igualmente para idêntica conclusão ao nível da articulação das políticas de Transporte Aéreo e do Plano Nacional de Turismo no Brasil (Massari C., 2006).

A metodologia proposta no Capítulo III da presente dissertação está assente na seguinte pergunta de partida:

- Qual a importância do Transporte Aéreo para o desenvolvimento do turismo português para o Brasil e qual o contributo dos voos *charter* para esse desenvolvimento?

a qual encontra eco nos levantamentos de investigação e pesquisa de dados levados a efeito, que respondem com grande eficácia às questões formuladas (e que iremos relacionar ao longo do presente capítulo).

O modelo de investigação, como já mencionado, terá como base as orientações definidas por Quivy R. e Campenhoudt L. (2008), através do método hipotético-dedutivo, assente na interpretação do fenómeno estudado e num trabalho lógico, de definição de hipóteses, de conceitos e de indicadores para os quais se terão de procurar correspondentes no real.

O levantamento efectuado ao longo dos capítulos anteriores e a devida sistematização levada a efeito, partindo de conceitos gerais de turismo e transporte aéreo, sua complementaridade e interdependência, para um enfoque mais objectivo na temática em estudo, seja no turismo do Brasil seja, em particular, no comportamento dos fluxos de tráfego entre Portugal e o Brasil, permitem responder e interpretar, desde já, o fenómeno em estudo (como orientação supra de Quivy e Campenhoudt).

O objectivo principal desta dissertação, como já mencionado no Capítulo III será perceber as razões que levaram à queda e quase desaparecimento dos voos *charters* para o Brasil e questionar a validade dos argumentos apresentados, nomeadamente pelo aumento do número de voos da TAP Portugal para aquele país.

Um segundo objectivo inerente ao objectivo principal prende-se com a avaliação do posicionamento comercial da TAP na abertura dos voos aos operadores turísticos, oferecendo-lhes condições vantajosas de espaço e preço, que os levaram a cancelar as suas operações *charters* para aquele destino.

A resposta a estas questões ajudar-nos-ão a explicar as hipóteses de investigação tecidas, nomeadamente:

Hipótese 1 – Existe uma relação directa entre o nº de voos da TAP para o Brasil e o crescimento dos turistas portugueses para aquele país;

Hipótese 2 - Existe uma relação directa entre o aumento do número de voos da TAP e a queda dos voos *charters* para o Brasil;

Hipótese 3 – Existe uma relação directa entre a queda dos voos *charters* e a queda dos turistas portugueses para o Brasil;

Hipótese 4 – Existe uma relação directa entre a nova abertura comercial da TAP junto dos operadores turísticos e a queda dos voos *charters* para o Nordeste do Brasil.

Como focado em III.4., atendendo à abrangência e especificidade do tema e, conseqüentemente, do campo de análise, mesmo que circunscrito temporalmente e no seu objecto (voos *charters* de Portugal para o Brasil), era necessário igualmente definir a dimensão da amostra, tendo em atenção, neste caso, a especificidade do tema em investigação.

Essa amostra, mesmo que reduzida, visou abarcar várias sensibilidades e opiniões válidas de profissionais do sector dos transportes aéreos e do turismo, tendo em consideração os seguintes aspectos de base:

- a) Equilíbrio entre as empresas de transporte aéreo regular e não regular;
- b) Equilíbrio entre os operadores turísticos com operação tradicionalmente em voos *charters* e com operação em voos regulares;
- c) Selecção de profissionais que, mesmo não estando nas actuais funções, tiveram um papel importante e decisivo no mercado *charter* para o Brasil;
- d) Selecção dos representantes de turismo do Brasil, quer a nível nacional (Embratur) quer a nível local (Secretarias de Turismo Estaduais);
- e) Entidades oficiais portuguesas com relação directa e interesse no tema.

Sabia-se, à partida, pela especificidade do tema, pela procura de um conhecimento alargado e intemporal, que a amostra contaria com um número reduzido de participantes, cujas razões se apontam e fundamentam abaixo:

- a) As companhias aéreas regulares existentes entre Portugal e o Brasil resumem-se, hoje em dia, à TAP. Há muito as companhias brasileiras deixaram o mercado. Transbrasil, Varig e, mais tarde, a BRA, viram-se confrontadas com problemas económicos levando ao abandono do mercado português (e à sua falência, inclusive).
- b) As companhias aéreas *charters* entre Portugal e o Brasil tiveram um período áureo de desenvolvimento e intervenção no mercado aquando do “boom” dos *charters* para o Brasil. Euroatlantic Airways, YES (mais tarde White), Air Luxor (mais tarde Hi Fly) e SATA Internacional (a Luzair apenas actuou em complementaridade de equipamento, em casos pontuais) foram as empresas que maior actividade tiveram no mercado português, enquanto as companhias brasileiras se resumiram à Transbrasil (que actuava como *charter* para a terraBrasil), Varig (no consórcio com a Euroatlantic), BRA (primeiramente *charter* e depois regular) e mais tarde a Oceanair (numa presença muito pontual no mercado português). O declínio do mercado *charter* nos últimos anos levou a que o mercado se concentre unicamente nos períodos de época alta (com os voos a serem realizados maioritariamente pela companhia White).

- c) Os operadores turísticos portugueses com capacidade de alavancar voos *charters* eram (e continuam a ser) diminutos. Club 1840 (Abreu), MundoVip (antes Viagens Mapa Mundo e Clube Vip), Roteiro (antes Star Viagens e mais tarde integrado no MundoVip), terraBrasil e Air Luxor Tours, foram, ao longo do tempo, aqueles que maior contributo deram ao desenvolvimento dos *charters*. Mais tarde, a criação de uma “*pool*” de operadores abriu as portas à Travelplan e Iberojet, assim como, de forma mais fugaz, à Entremares. Outros *players* que tiveram alguma intervenção nos *charters* para o Brasil, foram a Soltrópico e a Grantur.
- d) Outros operadores turísticos/agentes de viagens que programavam o Brasil, na altura dos *charters*, faziam-no maioritariamente em programas com as companhias regulares existentes (ou com compra de espaço aos operadores anteriormente focados). Os mais conhecidos, com notoriedade e capacidade de gerar volume tinham escritórios em Portugal e Brasil, beneficiando de uma vantagem competitiva face à maioria dos seus concorrentes directos. Lusanova Tours, Convencional e Master Turismo são alguns dos intervenientes com estruturas nos dois lados do Atlântico.
- e) A selecção de entidades de turismo do Brasil quer ao nível central (Embratur) quer ao nível estadual, porque diminutas, permitiriam igualmente um complemento à presente dissertação, sobre a visão dos receptores dos fluxos turísticos (neste caso, turistas portugueses para o Nordeste do Brasil).
- f) A consulta de entidades portuguesas com interesse directo no tema, como era o caso da APAVT, com grande empenho no início dos voos *charters* para o Brasil.

Como mencionado no Capítulo III, levou-se a cabo um pré-teste ao guião apresentado, de modo a nos certificarmos sobre a clareza das questões envolvidas, com ajustamento na segunda pergunta do guião, que inicialmente poderia levar a respostas num sentido já pré-orientado.

Numa primeira fase, foi enviado o questionário para um grupo seleccionado de sujeitos da amostra, aos quais foi solicitada a devida resposta. Nalgumas situações, e quase sempre a pedido dos mesmos, optou-se por uma entrevista (gravada) com base nas perguntas do guião elaborado.

O objectivo, como preconizado em Quivy e Campenhoudt (2008), era levar a pessoa interrogada a exprimir-se sobre os temas sugeridos num número restrito de perguntas, mas relativamente amplas, de modo a deixar o campo aberto, cujas perguntas, porque abertas, não induziriam as respostas nem as relações existentes entre elas.

Assim sendo, as perguntas do guião do questionário foram as seguintes :

1. Como caracteriza a evolução do turismo português para o Brasil ao longo da última década (2000-2009)?
2. Como contextualiza a evolução do mercado *charter* neste processo?
3. Quais os principais factores que contribuíram para os resultados atingidos?
4. Nos últimos anos, assistiu-se a uma queda do número de voos *charters* para o Brasil. Que razões poderão estar na sua origem?
5. Como vê o desenvolvimento dos voos da TAP Portugal para o Brasil ao longo dos anos e quais os seus impactos no mercado *charter*?
6. Que futuro para o mercado *charter* para o Brasil? Principais oportunidades e ameaças?

sendo que, os seus principais objectivos foram, divididos em três vectores correlacionados entre si, mas facilmente identificáveis de *per si*:

- a) Enquadramento – Analisar o comportamento do mercado global entre Portugal e o Brasil (Q1.) e, em especial, o mercado *charter* (Q2.) e, conseqüentemente, analisar os principais factores e motivos que poderão ter estado na base para esse comportamento (Q3.);
- b) Constatação – Sabendo-se que o mercado *charter* decaiu nos últimos anos, analisarem-se os factores que terão estado na base desse comportamento (Q4.), ao mesmo tempo que se relaciona essa tendência com a operação da TAP (Q5.)
- c) Previsão – Indagar junto dos profissionais do sector a sua perspectiva de evolução futura para o mercado *charter* e perceber e analisar as principais causas que ditarão esse comportamento (Q6.)

Todas as entrevistas e inquéritos recebidos encontram-se em anexo à presente dissertação, uma mais valia inestimável de contributos que, em muito ajudam a perceber, fundamentar e estruturar esta temática, a inventariá-la e posicioná-la historicamente, com contributos futuros sobre o mercado *charter* entre Portugal e o Brasil, capazes de induzir o tema para futuras investigações.

Em termos globais, as respostas obtidas, agregadas por natureza, foram as seguintes:

Análise da Amostra					
	Enviados (1)	Respostas (2)	% (2)/(1)	Tipo de Resposta	
				Inquérito	Entrevista
Companhias Aéreas	4	2	50%		2
OT/AV	11	8	73%	5	3
Entidades Oficiais	2	1	50%		1
Secretarias Estaduais (BR)	5	0	0%		
<b>TOTAL</b>	<b>22</b>	<b>11</b>	<b>50%</b>	<b>5</b>	<b>6</b>

Tabela 20. – Análise da Amostra

Apesar de um nível de respostas satisfatório, em especial no que aos operadores turísticos e agentes de viagens diz respeito, pela sua importância directa na investigação, nem sempre existiu disponibilidade dos entrevistados para uma mera entrevista ou resposta a um questionário, obrigando, nalguns casos, a sucessivas insistências para a obtenção de uma resposta positiva (nem sempre conseguida).

Olhando para a amostra seleccionada, verifica-se que, apenas os inquéritos enviados para as Secretarias Estaduais de Turismo no Brasil não receberam qualquer resposta, não se podendo deixar de enaltecer as respostas dos Operadores Turísticos (OT)/Agentes de Viagens (AV).

Enquanto nas Companhias Aéreas e Entidades Oficiais houve uma maior abertura para respostas através de entrevista, no caso dos operadores turísticos privilegiou-se o questionário, a que não será alheio a época do seu envio (no início da temporada de Verão, onde a actividade de planeamento e definição de acções comerciais é mais activa e profissionalmente absorvente).

Caso se retirassem os inquéritos enviados para as Secretarias Estaduais de Turismo do Brasil a taxa de resposta atingiria os 65%. Deve-se deixar claro que as respostas das Secretarias Estaduais ajudariam a conhecer melhor a adequação das políticas comerciais de turismo desses Estados. No entanto, a sua falta de resposta não compromete a investigação, na medida em que a acção destes Estados está cada vez mais limitada (a Embratur - cuja entrevista faz parte da amostra -, é hoje o órgão responsável pela política de promoção externa do Brasil), sendo meros espectadores na captação de fluxos de tráfego (neste caso, com origem em Portugal e destino Brasil).

Mesmo considerando que os resultados apurados na amostra cobrem muito satisfatoriamente o mercado em análise, a análise qualitativa dos participantes na amostra permite reforçar que os principais intervenientes no mercado estão devidamente cobertos:

- a) Quer a TAP (Luiz Mór) quer a White (Luis Ovídio) deram o seu contributo directo em entrevista, permitindo assim abarcar a sensibilidade e visão de uma empresa aérea regular (e, como mencionado, a única actualmente existente nas rotas para o Brasil), assim como de uma empresa não regular (que teve - e tem tido -, ao longo do tempo, um papel muito importante no tráfego *charter* entre os dois países);
- b) As entrevistas e questionários dos operadores turísticos cobrem todo o período em análise e correspondem aos principais *players* do mercado: Air Luxor Tours (através de João Santos, ex-Director Geral) , Club 1840/Abreu (Diamantino Pereira e Luis Tonicha), MundoVip (através de José Manuel Antunes, ex-Administrador) e terraBrasil (através do seu fundador e actual Administrador – Eduardo Pinto Lopes), dão uma cobertura quase integral ao mercado *charter* português. O questionário da Travelplan (Fernando Bandres) permite-nos ter uma visão de um operador espanhol para um mercado que não lhe é prioritário e que, como tal, está mais apostado numa programação mais intensa para as Caraíbas);
- c) A resposta de outros operadores turísticos/agentes de viagens seleccionados, nomeadamente da Lusanova Tours (Daniel Marchante) e da Exótico *online* (cujo director geral – Miguel Ferreira - foi anteriormente quadro da Master Turismo e da Convencional e, como tal, também ele, profundo conhecedor do mercado) permitem uma visão diferente, mas circunstanciada e válida, sobre as questões formuladas;
- d) A entrevista concedida pela responsável da Embratur em Portugal (Neila Araújo) é igualmente muito importante dando uma visão de quem, não estando directamente ligada à operação, apoia e incentiva os interlocutores no mercado para que estes possam continuar a promover e vender o Brasil.

Assim sendo, como se pode constatar pelo conjunto de participantes na amostra, está-se perante um conjunto de profissionais, profundos conhecedores do tema em análise, que dão uma elevada cobertura às várias áreas de intervenção na cadeia de valor (aviação, distribuição turística – grossistas (operadores turísticos) e retalhistas (agentes de viagens) - e promoção turística).

## **VIII.2. Análise das entrevistas/questionários**

Pelas várias entrevistas efectuadas e questionários recebidos, pode-se afirmar que o leque de respostas cobre global e substancialmente muitos dos aspectos recolhidos e falados ao longo da investigação, vindo corroborar muitas das situações mencionadas.

Apesar das entrevistas se encontrarem em anexo, nos pontos seguintes far-se-á uma breve resenha e sintetização das várias respostas obtidas, de modo a mais facilmente poderem ser enquadradas dentro dos objectivos e hipóteses formuladas:

1. Como caracteriza a evolução do turismo português para o Brasil ao longo da última década (2000-2009)?

A análise às respostas dos vários participantes permite constatar diferentes abordagens e interpretações quer se tratem de companhias aéreas, operadores turísticos e agentes de viagens ou órgãos de promoção turística.

As companhias aéreas colocam uma maior tónica na resposta a aspectos ligados aos acordos bilaterais e à abertura dos mercados. Luis Ovídio, até pelo seu percurso profissional no INAC, faz uma excelente caracterização do processo de abertura aos *charters* e da importância que tal representou para o desenvolvimento dos voos *charters* para aquele país.

Por seu lado, para Luiz Mór, a abertura dos acordos bilaterais aos *charters* só ajudou a desenvolver os destinos e, com isso, beneficiando a TAP que, paulatinamente, foi apoiando a abertura de novos voos regulares para esses destinos já trabalhados e promovidos pelos *charters*. Um outro aspecto em evidência diz respeito ao *hub* da TAP entre a Europa e o Brasil “o que permitia equilibrar e dar sustentação às rotas e à rede da empresa”.

Também José Manuel Antunes, Luis Tonicha e João Santos, até pelo papel que desempenharam nesta fase inicial e de futura consolidação dos voos *charters* para o Brasil, caracterizam de forma bastante objectiva e pragmática o processo de abertura aos *charters* e o impacto daí decorrente, desde a montagem do primeiro voo para João Pessoa (por impossibilidade de operar Recife ou Natal, já explorados pela TAP) até aos primeiros voos para Maceió, com taxas de ocupação extremamente elevadas.

Eduardo Pinto Lopes e Daniel Marchante identificam várias fases do processo de desenvolvimento do mercado ao longo dos anos, com especial relevância para o contributo dado pelos *charters* no desenvolvimento dos destinos.

Os restantes participantes reconhecem a abertura a novos destinos anteriormente desconhecidos dos portugueses (Diamantino Pereira), ao dinamismo dos operadores (Miguel Ferreira), sendo que Neila Araújo enaltece o contributo dos *charters* para o desenvolvimento do turismo para o Brasil, salientando, ao mesmo tempo, a importância que os incentivos à promoção tiveram para o apoio ao crescimento do turismo ao longo dos anos.

Mesmo assim, pode-se afirmar que existe uma (quase) unanimidade de que o destino teve um comportamento crescente ao longo dos anos. Apenas Fernando Bandres prefere focar a sua análise no decréscimo que o mesmo tem vindo a sofrer ao longo dos últimos anos, uma vez, como já anteriormente mencionado, não ser um mercado prioritário para este operador.

Em termos globais, constata-se que a abertura do mercado aos *charters* é o principal motivo focado em 9 das 11 respostas da amostra, pela alteração estrutural que a mesma representou, a partir dessa data, não só pela importância (e novidade) mas principalmente pelo impacto directo no desenvolvimento dos fluxos turísticos entre os dois países.

## 2. Como contextualiza a evolução do mercado *charter* neste processo?

Não se pode dissociar o crescimento do turismo português para o Brasil sem uma referência e uma relação directa ao desenvolvimento dos *charters* para aquele país. Da análise às várias respostas, apenas Fernando Bandres vê que os *charters* tiveram um papel prejudicial no crescimento do turismo e na imagem de alguns destinos (por má selecção das opções hoteleiras).

Contudo, existe uma posição muito clara dos restantes participantes na amostra de que os *charters* foram fundamentais e deram um contributo decisivo ao desenvolvimento do turismo entre Portugal e o Brasil.

Algumas das citações abaixo não deixam dúvidas sobre essa importância:

- Sem os voos *charters* não teria havido um desenvolvimento nem dos destinos nem das operadoras nacionais (Luis Tonicha)
- Os *charters* alavancaram os destinos turísticos (José Manuel Antunes)
- A introdução dos *charters* neste destino contribuíram decisivamente para o seu desenvolvimento (Diamantino Pereira)
- O *charter* abre portas para qualquer destino. Coloca esse destino na montra (Neila Araújo)
- Muitos dos destinos ainda hoje não seriam conhecidos e comercializados no mercado português (Miguel Ferreira)
- O destino Brasil foi determinante para a evolução do mercado *charter* (João Santos)

Luiz Mór chama-lhe inclusive um “círculo virtuoso de crescimento”, na medida em que os *charters*, existindo procura aumentam a sua capacidade e investimento, o que torna os destinos

mais conhecidos e, como tal, aumentam a sua procura, reconhecendo igualmente que “quanto mais crescer o mercado, melhor para a companhia aérea regular”.

Denota-se, no entanto, que alguns dos participantes (Eduardo Pinto Lopes e Neila Araújo) colocam também a tónica no excesso de oferta e saturação do destino (embora estes aspectos sejam mais evidentes na Q4.), pelo seu impacto directo no comportamento futuro (e actual) dos *charters*. No entanto, Luis Ovídio considera que não terá sido o excesso de oferta que levou a um cansaço do destino, mas sim à vontade dos turistas em procurar novas alternativas.

### 3. Quais os principais factores que contribuíram para os resultados atingidos?

O quadro abaixo sintetiza os factores destacados pelos vários participantes na amostra, sendo que, alguns são geradores de um maior consenso, destacando-se o imaginário do destino na população portuguesa (factor gerador de procura), o lançamento das operações *charters* (factor gerador de oferta) e as promoções e publicidade efectuadas pelos operadores turísticos (factor potenciador de procura). Também a facilidade da língua e o efeito cambial, bastante atractivo aquando do início das operações *charters* e que contribuiu igualmente para o desenvolvimento do turismo entre Portugal e o Brasil, são factores de referência na análise.

Factores que contribuíram para os resultados obtidos	Aviação		Operadores turísticos (com charters)						OT/AV (rep. Brasil)		Promoção	TOTAL
	LGM	LO	DP	EPL	FB	JMA	JS	LT	DM	MF	NA	
Investimentos portugueses	o											1
Mercado de 2ª habitação	o											1
Facilidade da língua	o	o					o	o		o		5
Imaginário do destino	o	o				o	o	o	o			6
Câmbio	o	o				o	o			o		5
Promoção institucional do destino	o								o		o	4
Criação do Ministério do Turismo	o										o	2
Lançamento das operações charters	o	o				o	o	o	o			6
"Hub" da TAP	o	o										2
Aumento rendimento disponível		o										1
Disponibilidade de aviões/lugares		o								o		2
Promoção/publicidade dos operadores		o	o	o		o	o	o				6
Competitividade no pricing/destino										o		1
Novidade do destino								o	o			2
Oportunidade mercado corporate								o				1
Sobreoferta				o						o		2
Crise económica					o							1

Tabela 21. – Factores que contribuíram para o desenvolvimento do turismo para o Brasil

### 4. Nos últimos anos, assistiu-se a uma queda do número de voos *charters* para o Brasil. Que razões poderão estar na sua origem?

O quadro seguinte visa igualmente sintetizar os principais aspectos considerados relevantes pelos representantes da amostra, devendo-se, desde já destacar o impacto sentido pela saturação/massificação do mercado (Luiz Mór chama-lhe também esgotamento do mercado,

enquanto João Santos prefere caracterizá-lo como banalização, dados os preços – *dumping* - muitas vezes praticados para o Nordeste Brasileiro).

Razões para a queda dos voos <i>charters</i>	Aviação		Operadores turísticos (com <i>charters</i> )						OT/AV (rep. Brasil)		Promoção	TOTAL
	LGM	LO	DP	EPL	FB	JMA	JS	LT	DM	MF	NA	
Excesso de oferta	o		o	o			o					4
Competitividade dos destinos	o	o			o					o		4
Valorização do real/câmbio	o	o				o		o		o		5
Qualidade das infraestruturas	o											1
Falta de diferenciação dos produtos	o											1
Saturação/Massificação do mercado	o		o			o	o	o	o	o	o	8
Dimensão do mercado português	o										o	2
Entrada dos operadores espanhóis	o	o				o						3
Abertura/Oferta da TAP	o	o	o			o		o		o		6
Tudo Incluído (Caraíbas)		o		o		o				o		4
Guerra de preços							o					1
Produto TAP (flexibilidade/preço)						o		o		o		3
Redução do risco dos operadores	o					o				o		3
Orbest (A330)						o						1
Ciclo do produto									o			1

Tabela 22. – Razões que levaram à queda dos voos *charters* para o Brasil

Será importante transcrever, para uma melhor caracterização daquilo que se passava no mercado, uma passagem da entrevista de Luiz Mór quando afirma que “cada operadora colocava no mercado a capacidade relativa ao mercado e não ao seu peso relativo nesse mercado, o que se veio a traduzir num excesso de lugares e, conseqüentemente, uma grande pressão sobre o preço” (apesar do tempo passado, Luiz Mór, João Santos e Daniel Marchante têm ainda bem presente o preço de 399 €, a que se chegou a vender um pacote de uma semana de férias no Brasil).

Um outro factor igualmente importante e valorizado nas respostas tem a ver com a abertura da TAP aos operadores turísticos. Como refere José Manuel Antunes “o acordo da TAP com os operadores turísticos fez com que esses mesmos operadores pudessem continuar a programar os seus destinos mas com menos risco (que antes os levava a perderem dinheiro por dificuldades em encher os seus *charters*), dando-lhes mais segurança e diversificação nos destinos e flexibilidade de opções.”. Neila Araújo considera mesmo que se “juntou a fome com a vontade de comer”, pois a TAP conseguiu uma solução para o número adicional de lugares decorrentes da introdução do Airbus A330 (por substituição do A310) e os operadores tiveram, assim, a oportunidade de continuar a programar os seus destinos, mas com menos riscos.

5. Como vê o desenvolvimento dos voos da TAP Portugal para o Brasil ao longo dos anos e quais os seus impactos no mercado *charter*?

Como preconizado por Luiz Mór, a estratégia de crescimento sustentado da TAP ao longo do tempo para o Brasil, através do “estudo de novas oportunidades para novas linhas”, levou ao

plano de expansão em curso, culminando com a recente abertura de Campinas, no Estado de São Paulo.

A renovação da frota de longo curso da TAP, pela troca dos Airbus A310 pelos Airbus A330, com maior capacidade, levou à alteração da política comercial da TAP perante os operadores turísticos.

Como afirma Luiz Mór, “como tínhamos esse espaço disponível no avião, foi a oportunidade para se fazer um acordo com as operadoras e tentar ajudar a trazer alguma racionalidade ao negócio”. Sempre de acordo com Mór “a situação criada era boa para as operadoras, que assim poderiam continuar a colocar no mercado os seus programas e era bom para a TAP que assim rentabilizava esse espaço adicional.”

Pode-se afirmar que o mercado percebeu essa alteração comercial da TAP, pois existe uma grande sintonia entre as respostas de Mór e muitos dos participantes na amostra (mesmo que não respondida de forma directa nesta questão, essa abordagem está patente ao longo do questionário/entrevistas dos participantes na amostra).

Um dos aspectos mais focados prende-se com a redução do risco (José Manuel Antunes, Eduardo Pinto Lopes ou mesmo Luis Ovídio), flexibilidade do produto (Luis Ovídio, José Manuel Antunes) e efeito regulador que esta solução trouxe para o mercado (Diamantino Pereira), enxugando-o do excesso de oferta até aí existente. João Santos enaltece a visão de Fernando Pinto na rentabilização das rotas europeias operadas em complemento com o Brasil.

#### 6. Que futuro para o mercado *charter* para o Brasil? Principais oportunidades e ameaças?

Existem algumas interrogações de fundo sobre o futuro dos *charters* para o Brasil. É certo que, a haver, estes estarão cada vez mais confinados a períodos de época alta (Verão, Páscoa e Fim do Ano).

O mercado e os participantes da amostra reconhecem que, enquanto a TAP assim o desejar, não vai haver espaço para novos *charters* regulares ao longo do ano.

Existe igualmente uma consciência colectiva que os *charters* irão voltar. José Manuel Antunes é o mais peremptório ao afirmar que “o aumento das ocupações nos voos da TAP poderá levar a que, se esta começar a aumentar os preços para os operadores turísticos, venha a surgir novas oportunidades de voos *charters*”. Aliás, referindo-se a esta situação (mas espelhado na questão anterior) “o ciclo está a acabar outra vez, porque a TAP está com ocupações muito altas nos

voos do Nordeste o que levará naturalmente a que a TAP deixe de ter interesse em fazer esses preços *charters* dentro dos voos regulares o que poderá abrir um novo ciclo de voos para o Brasil” (a TAP, em notícia do Presstur (2010c), afirmou que mantém o acordo com os operadores mas que está a proceder a alguns ajustamentos (reduções) em operadores onde a capacidade se mostra excessiva).

Outras posições são igualmente importantes a ter em consideração e que vão ao encontro dos aspectos já anteriormente focados:

- O mercado *charter* para o Brasil vai continuar em *stand by* à procura de novas oportunidades. (...) Dificilmente, nos próximos anos, assistiremos a um retomar da actividade *charter*, tal como tivemos oportunidade de conhecê-la há uns anos atrás, com voos *charters* (quase) diários. (Miguel Ferreira)
- *Charter* vai voltar em épocas de maior procura mas de forma mais organizada entre operadores (*pooles*) (Eduardo Pinto Lopes)
- Pessoalmente não antevejo um futuro auspicioso para as *charters* a operarem para o Brasil no panorama actual (Luis Tonicha)
- Os *charters* vão voltar. Os destinos são cíclicos. (João Santos)
- Vai ser muito arriscado voltar a ter *charter* para o Brasil fora do período de procura em Portugal (Neila Araújo)
- Futuro negro! Enquanto existir o produto TAP – excelentes tarifas e disponibilidade de lugares – dificilmente existirão séries de *charters* (Diamantino Pereira)

No fundo, apesar de algum optimismo moderado, verifica-se que, desde que a TAP assim o deseje, o mercado está devidamente controlado e pouco receptivo a correr novos riscos, satisfeitos com um produto de qualidade, que dá flexibilidade nas opções e com preços/disponibilidade adequadas. Como refere Luis Ovídio “a TAP vai continuar a dominar e, como tal, não vai dar espaço para que os *charters* voltem a entrar”.

Um outro factor que poderá desbalancear esta situação é o câmbio. Como refere Luiz Mór “a principal razão que define fluxos é o câmbio. Câmbio é a grande questão. Aliás, essa é uma ameaça não só para as *charters* mas também para as regulares”.

### **VIII.3. Análise e relação de dados**

No ponto anterior foi possível, através de um relato qualitativo recolhido através de entrevistas e questionários levados a efeito junto de profissionais do sector do turismo e do transporte aéreo,

inventariar e resumir os principais aspectos focados e enaltecidos ao longo das questões formuladas.

Como se constatou, existe uma percepção muito actual sobre a evolução do tráfego *charter* entre Portugal e o Brasil ao longo dos anos, mais propriamente desde a sua autorização a partir de 2000, do mesmo modo que os participantes na amostra conseguiram evidenciar alguns factores explicativos da actual situação do mercado *charter* entre os dois países.

Considera-se relevante, nesta fase da investigação, verificar a adequação dos objectivos propostos inicialmente relacionados com a informação e dados entretanto recolhidos e que venham, deste modo, ajudar a caracterizar os resultados obtidos ao nível das hipóteses formuladas.

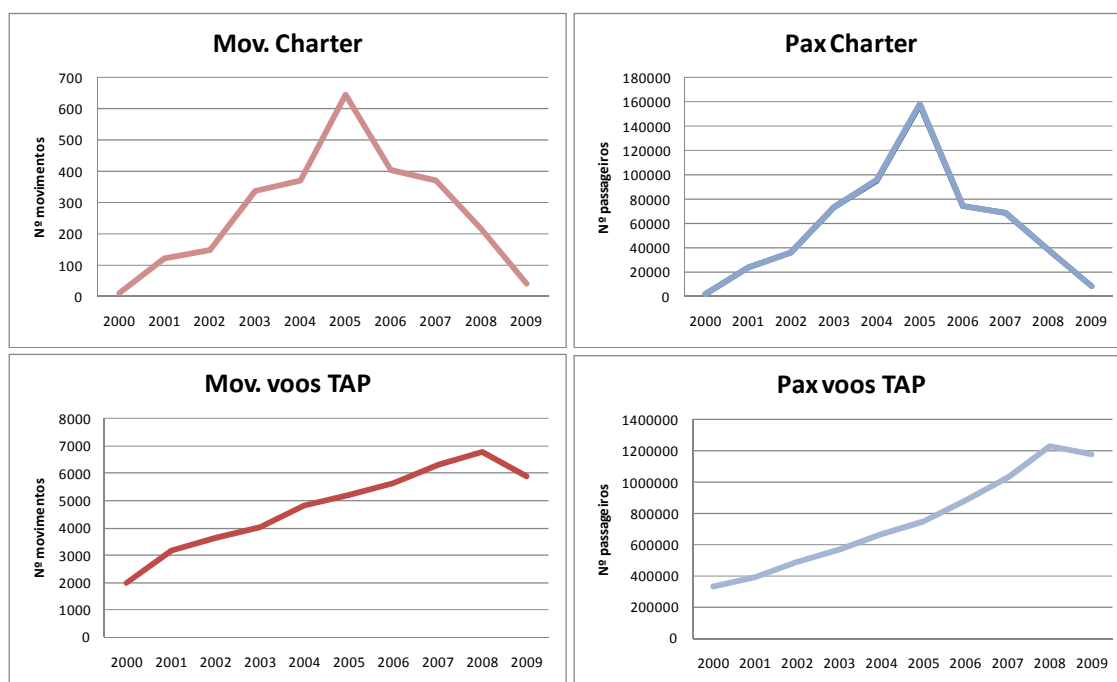
Sendo o objectivo principal desta dissertação perceber as razões que levaram à queda e quase desaparecimento dos voos *charters* para o Brasil verifica-se, quer pelos dados apurados quer pelas entrevistas efectuadas, que a principal razão está na atitude da TAP ao continuar a apostar no mercado do Brasil com a continuada e sistemática abertura de novas rotas e/ou reforço das já existentes, ao mesmo tempo que foi assistindo à falência de outros operadores aéreos (neste caso, brasileiros) que foram saindo do mercado.

Com maior ou menor validade e objectividade na resposta todos os entrevistados (com excepção de Fernando Bandres) reconhecem essa situação:

- Aposta no *hub* da TAP em Lisboa, como plataforma giratória de tráfego, permitindo aumentar o fluxo da Europa e dar sustentabilidade ao aumento da oferta de voos (Luiz Mór, Q3)
- O aumento da oferta da TAP, aumentando os destinos e oferecendo condições aos operadores permitiram que estes, sem risco, pudessem começar a programar as suas operações com esta companhia aérea (Luis Ovídio, Q4)
- O aumento do número de voos da TAP ao longo dos anos e a abertura de novos destinos veio condicionar, cada vez mais, o desenvolvimento de voos *charters* para o Brasil (José Manuel Antunes, Q5)
- A introdução de novas linhas da TAP para o Brasil e o aumento das suas frequências, vieram travar por completo a importância dos voos *charters* (Diamantino Pereira, Q4)
- Uma cobertura extensa dos destinos pela TAP com quase 60 voos semanais para todos os destinos abrangidos pelos *charter* (Luis Tonicha, Q4)

- Redução drástica da oferta *charter* e estabelecimento de monopólio TAP (2008-2009) (Eduardo Pinto Lopes, Q1)
- Paralelamente, Fernando Pinto, apercebendo-se das potencialidades do Brasil (...) e da posição geográfica de Portugal na Europa, teve a visão, muito oportuna, de viabilização da companhia que geria, rentabilizando as rotas europeias operadas na Europa pela TAP em complemento com o Brasil (João Santos, Q5)
- Considero correcta e positiva a estratégia desenvolvida pela TAP quanto aos voos de e para o Brasil que permitiram à empresa se posicionar em algumas cidades do Nordeste como a única companhia com voos directos para a Europa (Daniel Marchante, Q5)
- A aposta feita em Lisboa como centro de distribuição de tráfego entre a Europa e o Brasil (e vice-versa) tem permitido dar sustentabilidade aos voos e à capacidade adicional que vai colocando no mercado (Miguel Ferreira, Q5)
- A TAP viu que existia potencial de mercado, porque viu que havia procura e com isso cresceu nos seus voos (Neila Araújo, Q5)

Os gráficos abaixo ajudam a situar e a enquadrar esta problemática:



Fonte: ANA

Figura 22. – Movimentos e Passageiros em voos regulares e *charters*

Pode-se concluir que os *charters* para o Brasil viveram o seu período nobre em 2005 (como reconhecido por Neila Araújo e Luis Tonicha) tendo-se, a partir desse ano, assistido a uma redução drástica da sua presença. Estamos perante um caso de verdadeira “ascensão e queda dos

voos *charters* de Portugal para o Brasil”, que (quase) desapareceram em 2009 (mantendo-se igual tendência em 2010).

O aumento do número de voos da TAP não prova cabalmente, contudo, ser esta a principal razão que levou à queda dos voos *charters* para o Brasil. Os dados da ANA demonstram que, com excepção de 2009 decorrente da crise financeira e de confiança nos mercados, a TAP sempre aumentou o seu número de voos e de passageiros para o Brasil. Se é certo que, até 2005, se verificou um crescimento dos voos regulares da TAP e do mercado *charter*, a partir desse ano, a TAP continuou a crescer os seus voos e passageiros, enquanto os *charters* diminuíram drasticamente a sua operação.

Numa análise aos voos da TAP para o Nordeste, desde 2004 que a TAP tem voos diários para Recife, Fortaleza e Salvador pelo que, já muitos dos actuais destinos *charters* estavam cobertos por essa capacidade. A (re)entrada da TAP em Natal com três voos semanais (que era o principal destino *charter* dos operadores), capacidade essa reforçada em 2005 e 2006 (com mais frequências semanais) veio colocar uma maior “pressão” sobre a oferta *charter* dos operadores, que já, em 2006, reduziram a sua presença neste destino.

Um segundo objectivo prende-se com o posicionamento comercial da TAP ao longo dos anos, em particular, a partir da abertura dos voos regulares aos operadores turísticos, levando-os a cancelar as suas operações *charters*.

Mais uma vez, existe um reconhecimento muito forte dos participantes na amostra desta realidade e das razões e do “timing” que levaram a TAP a tomá-la.

Como reafirma Luiz Mór, “a troca dos A310 pelos A330, no momento em que não havia essa necessidade de aumentar a oferta, mas por necessidades da sua renovação, veio aumentar o número de lugares no mercado. (...) Como tínhamos esse espaço disponível no avião, foi a oportunidade para se fazer um acordo com as operadoras e tentar ajudar a trazer alguma racionalidade ao negócio. Era bom para as operadoras que, durante a época baixa, continuavam a programar os seus destinos com lugares à disposição e era bom para a TAP que assim rentabilizava esse espaço adicional.” (Q5).

Essa nova aposta comercial foi devidamente reconhecida pela maioria dos participantes na amostra, nomeadamente:

- A partir do momento que passaram a existir mais voos TAP e estes começaram a oferecer melhores condições tarifárias aos operadores turísticos, maior flexibilidade na

construção dos pacotes turísticos, sem risco, os operadores preferiram começar a voar com esta (Luis Ovídio, Q5)

- O aumento da capacidade da TAP ao longo dos anos, quer nos novos destinos quer na entrada dos A330, e do preço que a própria TAP pulverizou no mercado e, mais recentemente, o acordo da TAP com os operadores turísticos, fez com que esses mesmos operadores pudessem continuar a programar os seus destinos mas com menos risco económico na operação (José Manuel Antunes, Q4)
- A alteração da frota da TAP dos A310 para os A330, que representaram mais lugares no mercado, levaram a TAP a negociar (finalmente) com os operadores o que secou o mercado *charter*, pois os operadores continuaram a programar os seus destinos, sem risco, com melhor conveniência de horários (os passageiros não estavam limitados aos 7 dias dos pacotes) e com um produto de reconhecida qualidade (Miguel Ferreira, Q1)
- A TAP cresceu no número de lugares de avião (mais 70 lugares por voo) e acabou por ter procura para esses lugares negociando esse espaço com os operadores portugueses (Neila Araújo, Q5).
- A concorrência em termos de condições e flexibilidade que a mesma (leia-se TAP) dá às operadoras turísticas nacionais não dá qualquer hipótese de sucesso às companhias *charter* (Luis Tonicha, Q5)
- O desenvolvimento dos voos TAP contribuíram para regular o mercado e seleccionar o produto. (...) Sem essa pressão os operadores seleccionaram o produto e não se arriscam a colocar no mercado produtos de inferior qualidade (Diamantino Pereira, Q5)
- Retracção na oferta *charter* a partir do momento em que se aproximaram os valores tarifários com menor risco nas opções com a TAP (Eduardo Pinto Lopes, Q5)
- A grelha de voos operados semanalmente pela TAP (...) veio proporcionar a possibilidade de cancelamento quase total dos *charters* operados pelos principais operadores turísticos portugueses para esses destinos pois a oferta de lugares pela TAP era e é suficiente para o fluxo de passageiros embarcados em Portugal (Daniel Marchante, Q5).

Mais uma vez, apenas Fernando Bandres parece menos sensível a esta particularidade, a que não será alheio o facto de o Brasil não ser um destino prioritário para a Travelplan que, como operador espanhol, está mais apostado nas Caraíbas.

Também a imprensa especializada deu especial cobertura a esta associação da TAP com os operadores turísticos. Não só o Publituris, como o jornal de turismo *online* Presstur (e como devidamente comentado em VII.2.1.) deram particular destaque a esta nova realidade comercial

entre a TAP e os operadores turísticos nacionais (o Publituris efectuou, inclusive, algumas reportagens sobre a visão deste novo acordo e a posição dos vários operadores (Cunha L., 2008a; Archer D., 2008)).

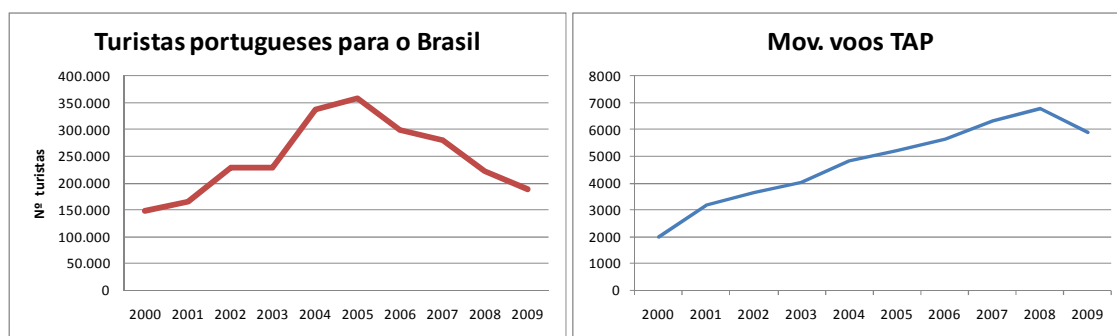
Assim sendo, verifica-se que o objectivo delineado fica devidamente demonstrado, com o reconhecimento quer do mercado quer da imprensa especializada do novo posicionamento de mercado da TAP para com os operadores turísticos, em 2008, cuja mudança de filosofia de actuação teve um impacto devastador nas operações *charters* entre Portugal e o Brasil.

Passando agora à análise das hipóteses formuladas tem-se que:

### **Hipótese 1 – Existe uma relação directa entre o nº de voos da TAP para o Brasil e o crescimento dos turistas portugueses para aquele país**

Embora existindo uma consciência prévia, mesmo por parte dos participantes da amostra que a TAP tem tido um papel fulcral no desenvolvimento do turismo para o Brasil, os dados apurados não validam a presente hipótese.

Um relação directa entre os dados de voos da TAP e o número de turistas portugueses para esse mercado, permite evidenciar, de forma clara, que o número de voos da TAP se mostra crescente ao longo dos anos, enquanto o nº de turistas diminui a partir de 2005.

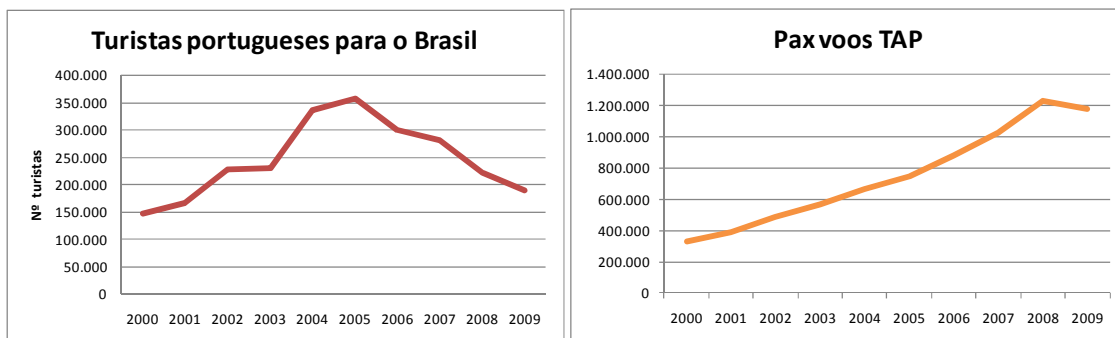


Fonte:Embratur, ANA

Figura 23 – Relação entre turistas portugueses e nº de voos da TAP para o Brasil

O coeficiente de correlação é de 0,497, o que indicia algumas fragilidades na relação dos indicadores estatísticos e falta de robustez na hipótese formulada.

Mesmo que, alternativamente, se formulasse idêntica análise com os passageiros da TAP para o Brasil, como se pode constatar na figura seguinte, as conclusões levariam a idênticos resultados face aos pressupostos da conclusão supra. Neste caso, o coeficiente de correlação é ainda menos robusto na ordem dos 0,246.



Fonte: Embratur, ANA

Figura 24 – Relação entre turistas portugueses e nº de passageiros da TAP para o Brasil

A análise destes valores são assim explicativos da aposta da TAP no desenvolvimento da sua placa giratória em Lisboa no tráfego de/para Europa e o Brasil.

Como focado por Luiz Mór “à medida que se desenvolvia o mercado, quer por iniciativa dos *charters* quer das regulares que operavam para Portugal, íamos desenvolvendo em paralelo, quer novos voos para o Brasil quer o nosso *hub* de Lisboa, o que permitia equilibrar e dar sustentação às rotas e à rede da empresa. A TAP ia tendo produto para responder ao mercado português, ao mesmo tempo que lhe permitia ter produto na Europa para vender e fazer crescer o negócio.”

Relativamente à amostra, alguns participantes realçam esse facto de forma precisa e clara:

- Mas esse volume de voos da TAP também tem uma grande parte de passageiros que não são portugueses, mas ligações da Europa e muitos brasileiros (Neila Araújo, Q5)
- a aposta da TAP no lançamento continuado de novos destinos (colocando Lisboa como placa giratória entre a Europa e o Brasil) (Miguel Ferreira, Q2)
- a estratégia desenvolvida pela TAP quantos aos voos de e para o Brasil que permitiram à empresa se posicionar em algumas cidades do Nordeste com voos directos para a Europa (Daniel Marchante, Q5)
- A TAP ao associar o turismo de lazer e de negócios gerou um efeito multiplicador que associado a uma oferta adequada em horários no intra europeu fez crescer a procura e, por consequência, a oferta (Eduardo Pinto Lopes, Q5)
- A isto não podemos deixar de mencionar o aumento da oferta de lugares (...), assim como, a placa giratória (hub) que a TAP montou em Lisboa para o tráfego da Europa para o Brasil (José Manuel Antunes, Q1)

Já em 2001, aquando da BTL (Barroso A., 2001c), a TAP aproveitou para anunciar a sua nova estratégia, visando transformar a TAP na porta de entrada para o Brasil, a partir da Europa, situação igualmente reconhecida pelas prestigiadas revistas *Airline Business* (Sobie B., 2008) ou *Air Transport World* (Buyck C., 2010, p. 23), sendo que esta última enumera, de forma clara, que “a TAP persegue uma estratégia de nicho para a sua rede, ligando a Europa com um número crescente de destinos em África e na América do Sul através do seu *hub* em Lisboa.”

O que se verifica é que, se olharmos para a Tabela 19., o aumento dos voos da TAP para o Brasil tem levado a uma diminuição do peso do mercado português para o Brasil que em 2000 representava 31,1% dos Proveitos e 30,1% dos *flight coupons*, valor esse que caiu para os 23,7% dos proveitos e 19,1% dos *F/C* em 2009.

Estes dados são por si só explicativos de que o aumento de voos da TAP para o Brasil não foi afectado pelo aumento do mercado português para aquele país, mas sim pela satisfação de tráfego de 6<sup>as</sup> liberdades que passaram os proveitos dos 10,2% em 2000 para os 29,3% em 2009, sendo que, no caso dos *F/C* estes evoluíram dos 13,6% para os 34,1%.

## **Hipótese 2 - Existe uma relação directa entre o aumento do número de voos da TAP e a queda dos voos *charters* para o Brasil;**

Olhando para as estatísticas existentes e disponibilizadas quer pela TAP quer pela ANA não se pode afirmar, com base nesses dados, que foi o aumento do número de voos da TAP que levou à queda dos voos *charters* para o Brasil.

Como se pode constatar na Figura 22., enquanto os movimentos e passageiros *charters* assumem um comportamento de uma distribuição normal (com um período de forte ascensão mas também de forte queda), o tráfego da TAP tem-se mantido crescente ao longo dos anos (com excepção de 2009). No entanto, de acordo com os últimos dados disponibilizados, como noticiado pelo Presstur (2010a), a TAP irá bater o recorde de passageiros transportados para o Brasil em 2008, colocando-a novamente na senda do crescimento (enquanto o tráfego *charter* estará ao nível dos diminutos números de 2009).

A correlação estabelecida entre os movimentos TAP e os movimentos *charters* é de 0,424, sendo de apenas 0,071 no caso dos passageiros, o que atesta a fragilidade da hipótese definida.

Um dos problemas associados aos voos *charters*, de acordo com a amostra, prende-se principalmente com a saturação/massificação do mercado (onde lateralmente se pode incluir também o excesso de oferta).

Quanto ao primeiro caso, já em 2001, José Manuel Antunes alertava para o excesso de oferta no mercado (Gouveia N., 2010c). Como afirmava “houve operadores que assumiram compromissos em termos de oferta acima das suas capacidades de venda, ou noutra perspectiva, que não tiveram em conta o arrefecimento da procura, registaram-se fenómenos de excesso de oferta com proliferação de ofertas especiais e promoções (inclusive em Agosto) (...)”.

Não deixa de ser contudo curioso constatar que esta problemática é recorrente, ano após ano, com os operadores a reafirmarem, quase sempre, após a época de Verão, que este foi caracterizado por fenómenos de excesso de oferta e de banalização do destino (Cupido R., 2002a; Gouveia N., 2004; Batista I. e Cupido R., 2005).

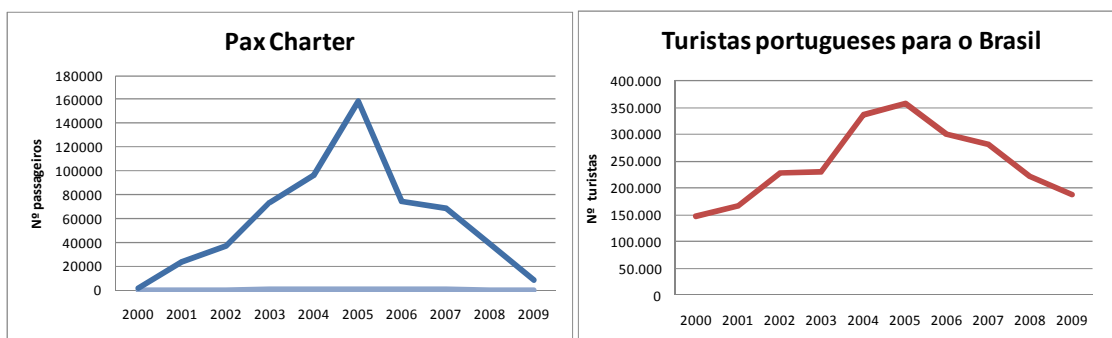
Luiz Mór caracteriza, de forma extremamente perspicaz e objectiva, esta situação ao mencionar que “cada operadora colocava no mercado a capacidade relativa ao mercado e não ao seu peso relativo nesse mercado, o que se veio a traduzir num excesso de lugares e, conseqüentemente, uma grande pressão sobre o preço. Quando há um excesso de oferta, cai o preço, os mais fortes sobrevivem, os mais fracos abandonam o mercado e volta-se a um equilíbrio na oferta na próxima estação. O mercado vai-se ajustando” (Q4).

Olhando para as respostas dos participantes da amostra, verificamos que 8 (dos 11) alegam que foi a massificação ou saturação do destino a principal causa que levou à queda dos voos *charters* para o Brasil, sendo que, apenas quatro dos participantes considera que o excesso de oferta teve um impacto directo nessa queda.

### **Hipótese 3 – Existe uma relação directa entre a queda dos voos *charters* e a queda dos turistas portugueses para o Brasil**

Pode-se dizer que existe uma forte correlação entre o comportamento evidenciado pelos passageiros transportados em voos *charters* e o turismo português para o Brasil. O coeficiente de correlação é de 0,924.

Até pela relatividade da escala dos dados em discussão, o tráfego charter apresenta amplitudes mais denotadas ao longo dos anos, com um “peak” de passageiros em 2005, ano em que o número de turistas portugueses para o Brasil atingiu o seu máximo, com 357.740 turistas.



Fonte: ANA, Embratur

Figura 25 – Relação entre o nº de passageiros *charters* e os turistas portugueses para o Brasil

O nº de voos *charters* e os turistas portugueses para o Brasil evidencia igualmente uma forte correlação de 0,919.

Dos participantes na amostra não existe uma relação directa ao tema, embora exista uma profunda noção de que o mercado *charter* foi essencial à dinamização do turismo para o Brasil.

Como menciona Luiz Mór, “era importante a entrada dos operadores para desenvolver o destino (...) o destino torna-se mais conhecido e, como tal, tem mais procura” (Q2). Também José Manuel Antunes é pragmático ao afirmar que “nenhum destino se constrói, em especial com grandes correntes de massas, se não for através de voos *charters*. Os voos *charters* alavancam os destinos turísticos”(Q2). Por último, Neila Araújo considera igualmente que “o *charter* abre portas para qualquer destino. Coloca esse destino na montra. Passa de um roteiro num mero catálogo para um produto na vitrina da agência, dando-lhe grande exposição.” (Q2).

No entanto, não existe uma relação directa, pelo menos na ideia dos participantes na amostra, de que a queda dos *charters* tenha sido um dos principais factores que levaram à quebra do número de turistas portugueses para o Brasil, tal como os números ajudam a validar.

**Hipótese 4 – Existe uma relação directa entre a nova abertura comercial da TAP junto dos operadores turísticos e a queda dos voos *charters* para o Nordeste do Brasil**

Embora não possa ser medido quantitativamente, os dados recolhidos junto dos participantes da amostra demonstram que existe uma forte relação entre a abertura comercial da TAP aos operadores turísticos e o cancelamento das suas operações *charters*.

Parafraseando Luiz Mór, como já anteriormente apresentado, “como tínhamos esse espaço disponível no avião, foi a oportunidade para se fazer um acordo com as operadoras e tentar ajudar a trazer alguma racionalidade ao negócio. Era bom para as operadoras que, durante a

época baixa, continuavam a programar os seus destinos com lugares à disposição e era bom para a TAP que assim rentabilizava esse espaço adicional.”

Tratou-se, efectivamente, de uma oportunidade para os operadores turísticos que, fragilizados num Verão já de si bastante conturbado e com impacto nos resultados apurados, viram assim uma oportunidade de poderem continuar a programar o Brasil, sem risco na operação e com um produto de qualidade e flexibilidade.

Até Luis Ovidio, mesmo tendo sido a White a empresa que mais sofreu com esta alteração estratégica com impacto comercial, reconhece que “a partir do momento que passaram a existir mais voos da TAP e estes começaram a oferecer melhores condições tarifárias aos operadores turísticos, sem risco, os operadores preferiram começar a voar com esta. Cada vez menos existe uma fronteira entre regular e não regular, mas o facto de não existir risco para os operadores com as regulares e a flexibilidade que lhes é permitida na combinação de opções, porque existem voos diários para os vários destinos, acabaram com o mercado *charter*.” (Q5)

Risco, flexibilidade, regularidade e qualidade são alguns dos adjectivos que mais foram mencionados aquando do levantamento efectuado junto dos participantes da amostra:

- O acordo da TAP com os operadores turísticos fez com que esses pudessem continuar a programar os seus destinos mas com menos risco económico da operação (...), dando-lhes mais segurança e diversificação nos destinos e flexibilidade nas opções. Se é certo que os *charters* alavancam destinos, têm, pelo tipo de operação, obrigatoriedade de 7 ou 14 dias o que, com voo regular diário aumenta a flexibilidade de escolha de forma exponencial (José Manuel Antunes, Q4)
- Uma cobertura extensa dos destinos pela TAP (...) para todos os destinos abrangidos pelos *charter*, com grande flexibilidade que o voo regular oferece, nomeadamente o número de dias de estadia e as portas de entrada e saída (...) (Luis Tonicha, Q4)
- Mas a abertura da TAP aos operadores turísticos, oferecendo-lhes tarifas competitivas, que lhes permitiram continuar a programar o Brasil, com flexibilidade nos destinos (permitindo realizar roteiros e circuitos variados), sem risco, numa altura em que os operadores perdiam dinheiro foi juntar o “útil ao agradável” com ganhos para todas as partes (Miguel Ferreira, Q4)
- Retracção na oferta *charter* a partir do momento em que se aproximaram os valores tarifários com menor risco nas opções da TAP (Eduardo Pinto Lopes, Q5)

- O desenvolvimento dos voos TAP contribuiu para regular o mercado e seleccionar o produto (...) e não se arriscam a colocar no mercado produtos de inferior qualidade (Diamantino Pereira, Q5)
- Continuando a haver suficiente oferta em voos regulares não considero haver espaço para a operação em *charter*, pois a responsabilidade em garantia pelo pagamento dos voos fretados é incomportável face à actual procura (Daniel Marchante, Q6)
- A TAP ganhou a cota de mercado dos clientes de qualidade que gosta do destino (Fernando Bandres, Q5)
- Os operadores continuam com os seus voos, com os seus pacotes, voando agora em condições regulares (Neila Araújo, Q5)

Apenas João Santos parece menos sensível a esta questão, embora, na sua entrevista tenha deixado transparecer que, face à banalização do destino, os clientes tenham começado a optar pela TAP.

Do mesmo modo que o mercado, pelo menos através da amostra representativa do sector, percebeu esta alteração comercial da postura TAP perante os operadores turísticos, também a imprensa generalizada do turismo nacional teve oportunidade de o mencionar e transcrever, como provam o *Jornal Publituris* (Cunha L., 2008a; Archer D., 2008), o jornal *online* *Presstur* (2008a) ou o *Jornal Ambitur* (Elias R., 2010), entre outros.

Nessas notícias, onde foram recolhidos depoimentos de profissionais do sector existe, como já mencionado anteriormente, quase unanimidade quanto à versatilidade na programação, conveniência para o cliente, regularidade e qualidade no produto oferecido, além da redução de risco na operação.

Assim sendo, considera-se devidamente validada a corrente hipótese, dado existir uma relação directa entre a nova postura comercial da TAP Portugal de abertura aos operadores turísticos e o impacto que tal acção teve no cancelamento das operações *charters*.

## **IX – Conclusões e recomendações**

O transporte aéreo tem sido, e continuará cada vez mais a sê-lo, um dos pilares essenciais ao desenvolvimento do turismo. Essa exigência é ainda mais notória, quando as acessibilidades e as características geográficas e morfológicas não favorecem a mobilidade das populações e, conseqüentemente, a atractividade dos turistas.

O turismo é, e continuará a ser, um dos principais motores do desenvolvimento económico, social e ambiental da nossa sociedade, cuja indústria se encontra ao nível das principais indústrias mundiais (petrolífera ou automóvel), assumindo, cada vez mais, o conceito de *constelação*, dados os impactos com uma multiplicidade de sectores e actividades directa ou indirectamente consigo inter-relacionados, obrigando a processos de planeamento cuidados, de modo a continuar a garantir a sustentabilidade e regeneração dos recursos envolvidos.

Também o transporte aéreo, ao nível da aviação comercial, e apesar das dificuldades inerentes à fraca rentabilidade da indústria, se encontra ao nível das principais indústrias mundiais (farmacêutica) contribuindo com impactos económicos directos, indirectos e induzidos, geradores de rentabilidade nos vários negócios da cadeia de valor.

Apesar do estudo do turismo, quer do ponto de vista académico quer do ponto de vista operacional, continuar a ser amplamente discutido e aprofundado, a interligação entre turismo e transportes, como refere Page S., continua a apresentar algumas fragilidades no campo de análise interdisciplinar.

O tema de partida, assente no caso de estudo dos voos *charter* entre Portugal e o Brasil, obrigou a uma vasta recolha de informação que permitisse criar os alicerces para responder aos objectivos e hipóteses de investigação propostas.

Ao longo dos capítulos IV a VII procedeu-se a uma revisão da bibliografia de suporte à investigação, em particular no que respeita a turismo e transporte aéreo e na interacção entre ambos, assim como, a uma actualização dos vários indicadores mais utilizados em aviação e turismo, quer junto da ICAO e IATA quer da OMT, entre outras fontes credíveis.

Pela importância para a investigação, procedeu-se igualmente a uma revisão da bibliografia inerente à temática *charter*, enaltecendo os aspectos mais críticos no negócio. Mesmo assim, considerou-se igualmente relevante caracterizar o negócio das *LCC's*, pela actualidade e impactos directamente sentidos nas empresas *charters*.

A caracterização do turismo para o Brasil, em geral, e de Portugal para o Brasil, em particular, permitiram focar a análise nos aspectos directamente ligados aos fluxos de tráfego entre os dois países, onde o transporte *charter* foi essencial.

Foram efectuadas, para essa revisão bibliográfica, pesquisas e análises documentais de interesse para o tema em questão, assim como, foram consultadas fontes electrónicas que permitiram uma análise, tão actual quanto possível, sobre alguns dos indicadores mais importantes do turismo e do transporte aéreo. Também a consulta de jornais de turismo nacionais, mesmo não sendo uma fonte científica, mas sendo a única fonte capaz de situar a temática temporalmente, foram igualmente consideradas.

A validação dos objectivos e hipóteses propostas levaram à realização de entrevistas/questionários a uma amostra seleccionada de profissionais do sector do turismo e do transporte aéreo. Mesmo que reduzida, considera-se a amostra representativa do sector, em particular ao nível dos operadores turísticos que tradicionalmente contratavam *charters* para o Brasil e companhias aéreas utilizadas.

A possibilidade de divulgação das entrevistas/questionários dos participantes da amostra foi uma mais valia muito importante para um melhor conhecimento e caracterização histórica do início dos voos *charter* para o Brasil e das vicissitudes vividas pelo mercado, desde 2000 até aos dias de hoje. A opinião fundamentada sobre o futuro dos *charters* deixa igualmente campo de manobra e um contributo de partida para futuras investigações directa ou indirectamente relacionadas com o tema.

Da análise dos dados e da sua inter-relação com as opiniões dos vários participantes da amostra, consideram-se validadas as Hipóteses 3 e 4 que sugerem, respectivamente que, existe uma relação directa entre a queda dos voos *charters* para o Brasil e o número de turistas portugueses para aquele país, por um lado, e por outro lado, que existe uma relação directa entre a nova abertura comercial da TAP junto dos operadores turísticos e a queda dos voos *charters* para o Nordeste do Brasil.

É certo que, mesmo não sendo totalmente explicativo do fenómeno em estudo, a queda dos voos *charters* de Portugal para o Brasil, está associada a uma queda do número de turistas para aquele mercado. Do mesmo modo, embora qualitativamente, existe um forte reconhecimento pelos profissionais do sector que, só a abertura da TAP aos operadores é que permitiu uma maior conjugação de esforços entre os vários *players* do mercado e a supressão dos *charters* para o Brasil, até aí existentes.

Mesmo existindo uma percepção geral prévia, do papel fulcral que a TAP tem tido no desenvolvimento do turismo para o Brasil, os dados apurados não permitem uma validação da Hipótese 1, ou seja, não existe uma relação directa entre o número de voos (e mesmo do número de passageiros) da TAP para o Brasil e o crescimento de turistas portugueses para aquele país.

Aliás, enquanto o nº de voos da TAP tem subido ao longo dos anos para o Brasil, o turismo português tem caído para aquele mercado, com menos 150 mil turistas nos últimos anos. Esta situação, até decorrente dos dados da TAP, é bem patente no crescimento que o tráfego de 6<sup>as</sup> liberdades (outros mercados) tem verificado ao longo dos anos. E não deixa de ser relevante verificar que, sendo a Itália actualmente o principal mercado europeu de turistas para o Brasil e, igualmente, o principal mercado de 6<sup>as</sup> liberdades da TAP, possa existir uma relação directa entre a importância dos voos da TAP e o crescimento desse mercado no Brasil (mesmo sabendo-se que a Itália mantém regularmente voos *charters* para o Nordeste do Brasil).

Por outro lado, apesar da evidência aparente dos dados analisados, também a Hipótese 2, que estabelece uma relação directa entre o aumento do número de voos da TAP e a queda dos voos *charters* para o Brasil, apresenta dificuldades na sua validação.

Sendo plausível que o aumento dos voos da TAP possa ter criado maiores “pressões” para o desenvolvimento dos voos *charters* para o Brasil, não existe uma relação directa explicativa para a sua queda. Até ao ano de 2005, os *charters* rivalizaram em crescimento com a TAP, só começando a perder a sua influência a partir desse ano, mais por fenómenos de excesso de oferta e saturação e banalização do destino (como reconhecido pelos participantes na amostra) do que pelo efeito da própria TAP.

Pelos dados fornecidos pela própria TAP consegue-se vislumbrar, mais uma vez, que apesar da maior oferta de voos para o Brasil, é o tráfego do Brasil ou de outros mercados que mais eficazmente alimentam essa capacidade adicional.

Mesmo que algumas fragilidades resultantes da amostra e dados disponibilizados possam enviesar algumas das conclusões supra, considera-se, mesmo assim, que a metodologia escolhida e utilizada para a investigação levada a efeito, permitiu responder aos objectivos inicialmente traçados, validando algumas das hipóteses em causa, nomeadamente ao nível da relação entre *charters* e turistas e da cooperação comercial entre a TAP e os operadores, encetada a partir de Setembro de 2008.

O objectivo central desta investigação prendeu-se, essencialmente, com esse enquadramento de mercado, ou seja, analisar o aparecimento dos voos *charters* para o Brasil, os factores de

sucesso que levaram ao desenvolvimento do turismo para aquele país (onde Portugal chegou a ser o principal mercado europeu) e a queda abrupta desses mesmos *charters* que tanto contribuíram para o sucesso alcançado e para a abertura do mercado e, em particular, de alguns destinos até aí desconhecidos dos portugueses em geral.

Mesmo sabendo-se que muitas das relações históricas, culturais e, mesmo até, económicas de Portugal são estabelecidas com os mercados de África e com o Brasil, onde a língua e os laços do passado mostram maior afinidade, é também no turismo que muitas dessas relações melhor se retratam.

Um último comentário, pela importância que terá num futuro próximo, relativo às opiniões dos participantes da amostra relativamente ao futuro dos *charters* para o Brasil em Portugal.

Há uma opinião generalizada – e quase unânime – que o panorama *charter* para o Brasil jamais será como nos áureos anos de 2004/2005, onde, em média, se teve mais de um voo *charter* diário para aquele país.

Existe igualmente um consenso que, pelo menos no curto prazo, apenas haverá potencial, ainda que limitado, para a realização de alguns voos na Páscoa, no Verão e no Fim do Ano. Efectivamente, olhando para os dois últimos anos, para os dados da ANA e para a imprensa especializada, esse tem sido o *modus operandi*. Na Páscoa realizaram-se três voos para Maceió, no Verão três voos para Porto Seguro/Maceió e, para o fim do ano, estão previstos três voos para Salvador e Natal.

José Manuel Antunes, aquando da sua entrevista, tinha considerado que o ciclo se estava a acabar, uma vez que a TAP estava com elevadas ocupações para o Nordeste do Brasil, o que poderia levar a uma tentativa de aumento de preços e/ou revisão das condições contratuais.

Certo é que, em função desses resultados apurados, como traduzidos em entrevista de Paula Canada, directora de vendas para Portugal da TAP, ao Presstur (2010b), a TAP está já a proceder a ajustamentos nos lugares cedidos aos operadores, o que, poderá levar a curto prazo a maiores exigências da companhia aérea, seja na materialização do espaço contratado seja na alteração das tarifas aéreas propostas aos operadores turísticos.

Não deixará de ser um assunto a manter em observação, pela oportunidade de evolução futura, que merece o devido acompanhamento.

Finalmente e apesar da originalidade do presente trabalho, é vasto o campo de exploração futura, não só no que ao transporte aéreo diz respeito mas, em particular, quanto à temática *charter*.

Não se pretendendo ser exaustivo, deixa-se, contudo, algumas ideias e pistas para futuras investigações, muitas das quais, porque actuais, permitirão criar alguns alicerces sobre este(s) tema(s):

- a) Comparação entre o comportamento *charter* para o Brasil e Cabo Verde, já que a TAP acaba de negociar com os operadores turísticos, para o corrente Inverno Iata 2010/11, idêntica parceria nos voos para o Sal tendo tido, como consequência imediata, o também fim dos *charters* para esse destino;
- b) O que aconteceria aos actuais *charters* anuais para as Caraíbas (contratados pelos operadores espanhóis), caso a TAP decidisse operar para esses destinos? Teria o mesmo tipo de impacto que o verificado nos voos para o Brasil? (será que, pela verticalização do negócio dos operadores espanhóis e pela importância que representa para estes as Caraíbas, a TAP conseguiria idêntico sucesso comercial, como aconteceu no Brasil?);
- c) Comparação entre a situação do mercado *charter* vivida em Portugal e Itália, ao nível do desenvolvimento *charter* entre aquele país e o Brasil. A Itália é, actualmente, o grande produtor *charter* para o Brasil. Qual o impacto do tráfego regular da TAP no desvio de tráfego *charter*? (será que, em Itália, se deu o fenómeno inverso a Portugal, ou seja, foi pela aposta e promoção da TAP para o Brasil que se abriu o mercado aos *charters*? Será que o facto de a Itália ser actualmente o principal mercado turístico para o Brasil se deve à aposta e aos voos da TAP também?);
- d) Que futuro para as companhias *charters* portuguesas? (Apesar da reduzida dimensão do país, Portugal tem actualmente cinco empresas *charters* activas como sejam, a Euroatlantic, Hi Fly, Luzair, Orbest e White, falando-se numa nova companhia baseada na Madeira – Fly MI (Madeira Islands)).

Mesmo sabendo-se que o presente trabalho é um contributo válido para um tema pouco explorado academicamente, está-se certo que, com as ideias de investigação formuladas, se pode continuar a desenvolver esta temática, cujo campo de actuação está longe de se esgotar nas propostas supra.

## Bibliografia

### • Livros Técnicos

Almeida C. (2010), *Do contrato de Transporte Aéreo e da Responsabilidade Civil do Transportador Aéreo*, Edições Almedina, Coimbra, Portugal

Barrett S. (2008), “The Emergence of the Low Cost Carrier Sector”, em Graham A. *et al.* (eds.), *Aviation and Tourism – Implications for the leisure travel*, Ashgate Publishing Limited, Surrey, England, pp.103-118

Beaver A. (2005), *A Dictionary of Travel and Tourism terminology*, CABI Publishing, Oxon, UK

Bjelcic B. (2007), “The Business Model of Low Cost Airlines – Past, Present, Future” em Gross S. and Schroder A. (eds.), *Handbook of Low Cost Airlines: Strategies, Business Process and Market Environment*, Erich Smith Verlag GmbH et Co., Berlin, Germany, pp. 11-30

Carvalho A. L. (2000), “Transportes”, em Ansarah M. (ed.), *Turismo: como aprender como ensinar – 2*, Senac São Paulo, São Paulo, Brasil, pp. 87-145

Cooper *et al.* (2008), *Tourism: principle and practice*, Pearson Education Limited, Essex, England

Debbage K. (2005), “Managing the Tourism System - Airlines, airports and international aviation” em Pender L. and Sharpley R. (eds.), *The management of Tourism*, Sage Publications, Ltd, London, UK, pp. 28-46

Doganis R. (2010), *Flying Off Course – the economics of international airlines*, Routledge, New York, NY, U.S.A.

Doganis R. (2006), *The Airline Business*, Routledge, New York, NY, U.S.A.

Doganis R. (2002), *Flying Off Course – the economics of international airlines*, Routledge, New York, NY, U.S.A.

Duval D. (2007), *Tourism and Transport: Modes, Networks and Flows*, Channel View Publications, Clevedon, England

Eco U. (2008), *Como se faz uma tese em Ciências Humanas*, Editorial Presença, Lisboa, Portugal

Espirito S. Jr., R. (2008), “Brazil”, em Graham A. *et al.* (ed.), *Aviation and Tourism – Implications for the leisure travel*, Ashgate Publishing Limited, Surrey, England, pp. 257-265

Espirito S. Jr., R. *et al.* (2006), “Transporte Aéreo – Dimensões do desenvolvimento e de integração” em Carvalho C. e Barbosa L. (eds.), *Discussões e propostas para o turismo no Brasil – O observatório de inovação do turismo*, Senac Nacional, Rio de Janeiro, Brasil, pp. 45-126

Farias A. *et al.* (2008), “Perspectivas do Turismo Brasileiro: cenários e tendências”, em Andrade J. P. *et al.* (eds.), *A economia do turismo no Brasil*, Editora Senac, Distrito Federal, pp. 181-222

Holloway J. C. e Tailor N. (2006), *The Business of Tourism*, Pearson Education Limited, Essex, England

Holloway S. (2008), *Straight and Level: Practical Airline Economics*, Ashgate, Hampshire, England

Holloway S. (2003), *Straight and Level: Practical Airline Economics*, Ashgate, Hampshire, England

Lopes E. (2010), *A constelação do turismo na Economia Portuguesa*, Ed. Jornal Sol, Lisboa, Portugal

Massari C. (2006), “O Observatório de Inovação do Turismo” em Carvalho C. e Barbosa L. (eds.), *Discussões e propostas para o turismo no Brasil – O observatório de inovação do turismo*, Senac Nacional, Rio de Janeiro, Brasil, pp. 13-44

Middleton V. *et al.* (2009), *Marketing in Travel and Tourism*, Butterworth-Heinemann, Burlington, MA, USA

Quivy R. e Campenhoudt L. (2008), *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, Gradiva, Lisboa, Portugal

Page S. (2009), *Transport and Tourism*, Pearson Education Limited, Essex, England

Pender L. (2005), “Managing the Tourism System - Introduction” em Pender L. and Sharpley R. (eds.), *The management of Tourism*, Sage Publications, Ltd, London, UK, pp. 1-13

Perez A. S. et al. (2001), *Apuntes de Metodología de la investigación en Turismo*, Organización Mundial de Turismo, Madrid, España

Shaw S. (2007), *Airline Marketing and Management*, Ashgate, Hampshire, England

Shaw S. (2004), *Airline Marketing and Management*, Ashgate, Hampshire, England

Teckentrup F. (2007), “Low Cost Airlines from a charter perspective – Analysis of Strategic Options for Charter Airlines and Positioning of Condor” em Gross S. and Schroder A. (eds.), *Handbook of Low Cost Airlines: Strategies, Business Process and Market Environment*, Erich Smith Verlag GmbH et Co., Berlin, Germany, pp. 123-132

Theobald W. F. (2005), “The meaning, Scope and Measurement of Travel and Tourism, em Theobald W. F. (ed.), *Global Tourism*, Elsevier Inc., Burlington, MA, U.S.A., pp. 5-24

Vasigh B. et al. (2008), *Introduction to Air Transport Economics: from theory to applications*, Ashgate, Hampshire, England

Veal A. J. (2006), *Research Methods for Leisure and Tourism A practical Guide*, FT Prentice Hall, Pearson Education Limited, Essex, England

Williams G. (2008), “The future of Charter Operations”, em Graham A. et al (eds.), *Aviation and Tourism – Implications for the leisure travel*, Ashgate Publishing Limited, Surrey, England, pp. 85-102

• **Artigos científicos, teses e dissertações**

Brilha N. (2007), *Convergência Estratégica das Políticas Nacionais de Turismo e Transporte: o caso português*, Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro, Portugal

Burkart A. J. (1993), “Package Holidays by Air”, *Tourism Review*, Volume 26, Issue 2, pp. 54-64

Buyck C. (2010b), “TAP into the future”, *Air Transport World*, April 2010, pp. 22-25

Darcy Olmos, M. (2010), "Aircraft Asset Management: Tools & airline strategies during a world market downturn", *14<sup>th</sup> ATRS World Conference 2010*, Paper, 6-9<sup>th</sup> July 2010, Porto, Portugal

Dhiren S. (2007), *A gestão do risco na indústria da Aviação – o caso do Jet Fuel*, Dissertação de Mestrado, ISCTE, Lisboa, Portugal

Dunn G. (2010), "Air Berlin in oneworld leap", *Airline Business*, September 2010, p. 14

Edra F. (2005), *A relação entre Turismo e Transporte Aéreo no Brasil*, Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Rio de Janeiro, COPPE, Brasil

Flint P. (2010), "A Profit Roller Coaster", *Air Transport World*, July, pp. 24-43

Graham F. *at al.* (2007), "The transferability of the low-cost model to long-haul airline operations", *Tourism Management*, Volume 28, Issue 2, pp. 391-398

Kingsley-Jones M. e Morrison M. (2010), "Emirates keeps faith in A380", *Airline Business*, July, p. 22

Knibb D. (2010a), "Liberalization: Breaking the bilateral web", *Airline Business*, May, pp. 32-39.

Knibb D. (2010b), "Stepping Stones", *Airline Business*, September, pp. 46-52

Kopper C. (2009), "The breakthrough of the package tour in Germany after 1945", *Journal of Tourism History*, Vol. 1, N° 1, pp. 67-92

Lobbenberg A. (1995), "Strategic responses of charter airlines to Single Market integration", *Journal of Air Transport Management*, Volume 2, Issue 2, pp. 67-80

Morrell P. (2008), "Can long-haul low-cost airlines be successful?", *Research in Transportation Economics*, Volume 24, Issue 1, pp. 61-67

Moutinho J. (2010), "O mercado dos charters", *Sirius magazine*, Mai/Jun, pp. 60-62

Papatheodorou A. (2002), "Civil Aviation regimes and leisure tourism in Europe", *Journal of Air Transport Management*, Volume 8, Issue 6, pp. 381-388

Pilling M. (2010), "Stronger packaging", *Airline Business*, October, pp. 56-59

Reals K. (2009), “Airlines push for liberalization”, *Airline Business*, January, pp. 32-39

Sobie B. (2008), “Final Hurdle”, *Airline Business*, July, pp. 32-38

Theusen L. (2004), “Vertical Integration in the European Package Tour Business”, *Annals of Tourism Research*, Volume 31, Number 2, pp. 475-478

Wahab S. (1993), “Tourism and Air Transport”, *Tourism Review*, Volume 28, Issue 4, pp. 146-151

Williams G. (2001b), “Will Europe’s charter services carriers be replaced by “no-frills” scheduled airlines?”, *Journal of Air Transportation*, Volume 7, Issue 5, pp. 277-286

#### • **Relatórios Técnicos**

Allegiant Air (2010), *Allegiant Travel Company Reports Second Quarter 2010 Financial Results*, Las Vegas, 21 Jul 2010

Airbus (2009), *Global Market Forecast 2009-2029*, Airbus S.A.S., Blagnac, France

ANA – Aeroportos de Portugal, *Relatórios de Tráfego (2000-2010)*, Lisboa, Portugal

ATAG (2008), *The economic and social benefits of air transport 2008*, Air Transport Action Group, Geneva, Switzerland

ATAG (2005), *The economic & social benefits of air transport*, Air Transport Action Group, Geneva, Switzerland

ATAG (2000), *The economic benefits of air transportation – 2000 Edition*, Air Transport Action Group, Geneva, Switzerland

Bisignani G. (2010), *The State of the Industry*, 66<sup>th</sup> IATA Annual General Meeting and World Air Transport Summit, IATA, Berlin, Germany

Bisignani G. (2009), *The State of the Industry*, 65<sup>th</sup> IATA Annual General Meeting and World Air Transport Summit, IATA, Kuala Lumpur, Malaysia

Boeing (2010), *Current Market Outlook 2010-2029*, Boeing Commercial Airplanes, Seattle, U.S.A.

Boeing (2009), *Current Market Outlook 2009-2028*, Boeing Commercial Airplanes, Seattle, U.S.A.

CAPA (2009), *Global LCC Outlook Report*, Centre for Asia Pacific Aviation, Sydney, Australia

Embraer (2010), *Embraer Market Outlook 2010-2029*, 7th edition

Embratur (2010a), *Anuário Estatístico de Turismo – 2010*, Volume 37, Ano Base 2009, Brasília, Brasil

Embratur (2010b), *Estatísticas Básicas do Turismo*, Embratur, Brasília, Abril 2010

Embratur (2010c), *Estudo da Demanda Turística Internacional 2004-2008*, Ministério do Turismo, Brasília, Brasil

Embratur (2009a), *Anuário Estatístico de Turismo – 2009*, Volume 36, Ano Base 2008, Brasília, Brasil

Embratur (2009b), *Estudo da Demanda Turística Internacional 2005-2007*, Ministério do Turismo, Brasília, Brasil

Embratur (2009c), *Plano Aquarela 2020 – Marketing Turístico Internacional do Brasil*, Embratur, Dezembro 2009, Brasil

Embratur (2008), *Anuário Estatístico Embratur - 2008*, Volume 35, 2008, Brasília, Brasil

Embratur (2007), *Anuário Estatístico Embratur - 2007*, Volume 34, 2007, Brasília, Brasil

Embratur (2006), *Anuário Estatístico Embratur - 2006*, Volume 33, 2006, Brasília, Brasil

Embratur (2005a), *Anuário Estatístico Embratur - 2005*, Volume 32, 2005, Brasília, Brasil

Embratur (2005b), *Estatísticas Básicas do Turismo*, Embratur, Abril 2005

Embratur (2004), *Estudo da Demanda Turística Internacional 2003*, Brasília, Brasil

Embratur (2003), *Estudo da Demanda Turística Internacional 2002*, Ministério do Turismo, Brasília, Brasil

Embratur (2002), *Estudo da Demanda Turística Internacional 2001*, Ministério do Esporte e Turismo, Brasília, Brasil

Embratur (2001), *Estudo da Demanda Turística Internacional 2000*, Ministério do Esporte e Turismo, Brasília, Brasil

European Commission (2009), “Study on the Competitiveness of the EU tourism industry”, Ecorys SCS Group, The Netherlands

Helgstrand A. (1976), “*Charters – Yesterday, Today & Tomorrow*”, Brussels, Belgium

IATA (2010a), *Financial Forecast – Back into Profit except for Europe*, June 2010

IATA (2010b), *Financial Forecast – Recovery Picks up pace bur still 2-speed*, March 2010

IATA (2010c), *Financial Forecast – Strong Upcycle in 2010 but weaker 2011*, September 2010

IATA (2010f), *IATA Economic Briefing – The impact of Eyjafjallajokull’s volcanic ash plume*, May 2010

IATA (2010g), *IATA Economics briefing: Airline Business Confidence Index – April 2010 Survey*”, April 2010

IATA (2010h), *IATA Economics briefing: Airline Business Confidence Index – July 2010 Survey*”, July 2010

IATA (2010i), *IATA Economics briefing: Airline Business Confidence Index – October 2010 Survey*”, October 2010

IATA (2009a), *Financial Forecast – Green shoots face severe headwings*, June 2009

IATA (2009b), *Financial Forecast – Losses Expected to continue into 2010*, September 2009

IATA (2009c), *IATA Traffic forecast 2009-2013*, Geneva, November

ICAO (2010a), *Annual Report of the Council (Doc 9921)*, International Civil Aviation Organization ICAO

ICAO (2009), *Annual Report of the Council (Doc 9916)*, International Civil Aviation Organization ICAO

ICAO (2008), *Annual Report of the Council (Doc 9898)*, International Civil Aviation Organization ICAO

ICAO (2007), *Outlook for Air Transport to the Year 2025* (circular 313), International Civil Aviation Organization, Montreal, Canada, September 2007

ICAO (2006a), *Convention on International Civil Aviation* (Doc 7300/9), ICAO, Montreal, Canada

ICAO (1944), *Convention on International Civil Aviation*, ICAO, Montreal, Canada

Infraero (2010a), *Estatísticas de Aeroportos, Movimento de Voos Charter 2008-2010*, Brasília

Multilateral Agreement on Commercial Rights on Non-Scheduled Services among the Association of Southeast Asian Nations (1971), Manila, 13 de Março de 1971

Multilateral Agreement on Commercial Rights on Non-Scheduled Air Services in Europe (1956), Paris, 30 de Abril de 1956

Steinen E. *et al.* (2009), *The Economic Benefits of Opening Aviation Markets between the EU and Brazil – Executive Summary*, Booz&Co, London, UK

TAP Portugal, *Drafts de horários (2000-2010)*, Lisboa

United Nations (2010), *International Recommendations for Tourism Statistics 2008, United Nations*, New York, USA

UNWTO (2010a), *Tourism Highlights*, 2010 edition, World Tourism Organization, Madrid, Spain

UNWTO (2010b), *UNWTO World Tourism Barometer*, Interim Update, April 2010, World Tourism Organization, Madrid, Spain

UNWTO (2010c), *UNWTO World Tourism Barometer*, Interim Update, August 2010, World Tourism Organization, Madrid, Spain

UNWTO (2010d), *UNWTO World Tourism Barometer*, Volume 8, nº 1, January 2010, World Tourism Organization, Madrid, Spain

UNWTO (2010e), *UNWTO World Tourism Barometer*, Volume 8, nº 2, June 2010, World Tourism Organization, Madrid, Spain

UNWTO (2009a), *Panorama del turismo internacional*, Edición 2009, Organización Mundial de Turismo, Madrid, España

UNWTO (2009b), *UNWTO World Tourism Barometer*, Volume 7, nº 1, January 2009, World Tourism Organization, Madrid, Spain

UNWTO (2008), *Tourism Market Trend*, 2007 Edition, World Overview, Madrid, Spain

UNWTO (2001), *Tourism 2020 Vision*, Global Forecast and Profiles of Market Segments, Vol. 7, World Tourism Organization, Madrid, Spain

UNWTO (2000), *Tourism 2020 Vision*, Americas, Vol. 2, World Tourism Organization, Madrid, Spain

Williams G. (2001a), *The Charter Industry's response to the Low Cost Threat*, Association for European Transport, 2001

WTTC (2010), *Travel & Tourism Economic Impact*, World Travel & Tourism Council, London, United Kingdom

#### • **Sítios consultados**

ANAC (2010a), “Empresas de Linhas Aéreas não Regulares – atualizado a 20/08/10”, consultado em <http://www.anac.gov.br/empresas/Arquivos/pdf/EmpresasNaoregulares.pdf> (acedido em 24 de Agosto de 2010)

ANAC (2010b), “Empresas de Linhas Aéreas não Regulares – atualizado a 26/05/10”, consultado em <http://www.anac.gov.br/empresas/empNaoRegul.asp> (acedido em 4 Julho de 2010)

ATA (2010), “World Airlines – Annual Results”, consultado em <http://www.airlines.org/Economics/DataAnalysis/Pages/AnnualResultsWorldAirlines.aspx> (acedido em 30 de Maio de 2010)

Cannon M. (2002), “Fly America – More than just a name”, It's law – Federal Assistance Law Division, Vol. 14, 13 Feb 2002, consultado em [www.ogc.doc.gov/ogc/fl/fald/itl/itlv14.pdf](http://www.ogc.doc.gov/ogc/fl/fald/itl/itlv14.pdf) (acedido em 14 de Junho de 2010)

CAPA (2010), Air Berlin to join oneworld; Ryanair CEO planning trans-Atlantic venture in 2015, consultado em <http://www.centreforaviation.com/news/share-market/2010/07/27/air->

berlin-to-join-oneworld-ryanair-ceo-planning-trans-atlantic-venture-in-2015/page1 (acedido em 31 de Julho de 2010)

Cunha L. (2010b), “Iberojet cancela *charter* Natal/Salvador”, consultado em <http://www.publituris.pt/2010/07/01/iberojet-cancela-charter-para-natalsalvador/> (acedido em 28 de Agosto de 2010)

Cunha L. (2008b), “Pinto Lopes lança repto à APAVT”, consultado em <http://www.publituris.pt/2008/06/26/pinto-lopes-lanca-repto-a-apavt-adequar-a-oferta-a-procura/> (acedido em 28 de Agosto de 2010)

EuroAtlantic Airways (2010), “10 anos de voos *charters* para o Brasil”, consultado em [http://www.euroatlantic.pt/downloads/pt\\_26\\_04\\_2010.pdf](http://www.euroatlantic.pt/downloads/pt_26_04_2010.pdf) (acedido em 24 de Agosto de 2010)

*Hosteltur* (2010), “China superará este año a España en el ranking mundial de llegadas de turistas, según el WTTC”, consultado em [http://www.hosteltur.com/noticias/70371\\_china-superara-este-ano-espana-ranking-mundial-llegadas-turistas-wttc.html?utm\\_medium=newsletter](http://www.hosteltur.com/noticias/70371_china-superara-este-ano-espana-ranking-mundial-llegadas-turistas-wttc.html?utm_medium=newsletter) (acedido em 26 de Agosto de 2010)

IATA (2010d), “Four Cornerstones of Change – IATA launches Vision 2050, 7 June 2010”, consultado em <http://www.iata.org/pressroom/pr/Pages/2010-06-07-02.aspx> (acedido em 7 de Julho de 2010)

IATA (2010e), “IATA Cuts 2010 Loss Forecast in Half - Strong Start to 2010”, consultado em <http://www.iata.org/pressroom/pr/Pages/2010-03-11-01.aspx> (acedido em 11 de Março de 2010)

IATA (2010i), IATA Monthly Traffic – International Traffic Analysis: Air Transport Market Analysis, acedido em [http://www.iata.org/whatwedo/economics/Pages/traffic\\_analysis.aspx](http://www.iata.org/whatwedo/economics/Pages/traffic_analysis.aspx) (informação do comportamento mensal do tráfego de passageiros e carga)

ICAO (2010b), “Passenger Traffic to rebound in 2010 after disastrous 2009”, consultado em <http://icaopressroom.wordpress.com/2010/07/14/passenger-traffic-to-rebound-in-2010-after-disastrous-2009/> (acedido em 20 de Julho de 2010)

ICAO (2006b), “Strong Air Traffic growth projected through to 2008”, consultado em [http://www.icao.int/icao/en/nr/2006/pio200608\\_e.pdf](http://www.icao.int/icao/en/nr/2006/pio200608_e.pdf) (acedido em 10 de Junho de 2010)

ICAO (2002), “One Year after 11 September events ICAO forecasts World Air passengers Traffic will exceed 2000 levels in 2003”, consultado em [http://www.icao.int/icao/en/nr/2002/pio200210\\_e.pdf](http://www.icao.int/icao/en/nr/2002/pio200210_e.pdf) (acedido em 10 de Junho de 2010)

ICAO (1997), “Growth in Air Traffic to continue – ICAO releases Long-Term Forecasts”, consultado em [http://www.icao.int/icao/en/nr/1997/pio199704\\_e.pdf](http://www.icao.int/icao/en/nr/1997/pio199704_e.pdf) (acedido em 10 de Junho de 2010)

ICAO (1992), “World Airline Passenger traffic to recover through to 1994”, consultado em [http://www.icao.int/icao/en/nr/1992/pio199208\\_e.pdf](http://www.icao.int/icao/en/nr/1992/pio199208_e.pdf) (acedido em 10 de Junho de 2010)

Infraero (2010b), Estatísticas de Aeroportos, Movimento Operacional Acumulado da Rede Infraero, consultado em <http://www.infraero.gov.br/movi.php?gi=movi&PHPSESSID=j6io1fiu4uhsaud6kunbfjaff6> (acedido em 4 de Julho de 2010)

Kaminski-Morrow D. (2010), “Farnborough: Emirates orders 30 more 777-300 ERs”, consultado em <http://www.flightglobal.com/articles/2010/07/19/344690/farnborough-emirates-orders-30-more-777-300ers.html> (acedido em 22 de Julho de 2010)

Leiper Tourism System, figura consultada em <http://www.montrealceca2008.org/images/conference/19/1.jpg> (acedido em 15 de Fevereiro de 2010)

Mapa do Brasil, acedido em [http://www.mercuri.com.br/mapa\\_brasil\\_regioes.gif](http://www.mercuri.com.br/mapa_brasil_regioes.gif) (consultado em 7 de Agosto de 2010)

May J. C. (2010), “May: Focus needed on competitiveness”, Aviation Week, consultado em [http://www.aviationweek.com/aw/generic/story\\_channel.jsp?channel=comm&id=news/avd/2010/07/13/11.xml](http://www.aviationweek.com/aw/generic/story_channel.jsp?channel=comm&id=news/avd/2010/07/13/11.xml) (acedido em 15 de Julho de 2010)

Ministério do Turismo (2010), “Dados e Fatos – Estudos, pesquisas e dados sobre o setor do turismo - Receita Cambial”, consultado em <http://www.turismo.gov.br/dadosefatos/> (acedido em 14 de Agosto de 2010)

Morrisson M. e Learmount D. (2007), “Ryanair boss Michael O’Leary plans launch of transatlantic no-frills airline with fleet of 50 Airbus A350s or Boeing 787s” consultado em <http://www.flightglobal.com/articles/2007/04/11/213208/ryanair-boss-michael-oleary-plans-launch-of-transatlantic-no-frills-airline-with-fleet-of-50.html> (acedido em 31 de Julho de 2010)

Open Skies – The Unique All Business Airline, consultado em [https://www.flyopenskies.com/home/fr\\_fr](https://www.flyopenskies.com/home/fr_fr) (acedido em 15 de Agosto de 2010)

*Presstur* (2010a), “TAP já tem garantido recorde de passageiros nos voos de e para o Brasil”, consultado em <http://www.presstur.com/site/news.asp?news=27132> (acedido em 10 de Outubro de 2010)

*Presstur* (2010b), “TAP mantém acordo com operadores para o Brasil mas faz ajustamentos de capacidades”, consultado em <http://www.presstur.com/site/news.asp?news=27124> (acedido em 10 de Outubro de 2010)

*Presstur* (2010c), “TerraBrasil reduz operação *charter* Brasil a três partidas na segunda quinzena de Agosto, consultado em <http://www.presstur.com/site/news.asp?news=26008> (acedido em 28 de Agosto de 2010)

*Presstur* (2010d), “Turismo português no Nordeste brasileiro volta a crescer em Agosto”, consultado em <http://www.presstur.com/site/news.asp?news=27125> (acedido em 10 de Outubro de 2010)

*Presstur* (2009a), “Entremares anuncia saída do grupo de operadores que contratam *charters* em conjunto”, consultado em <http://www.presstur.com/site/news.asp?news=22587> (acedido em 26 de Agosto de 2010)

*Presstur* (2009b), “2008 já foi ano negro na operação turística Agências cresceram, mas perderam rentabilidade”, consultado em <http://www.presstur.com/site/news.asp?news=22837> (acedido em 28 de Agosto de 2010)

*Presstur* (2008a), “*Charters* para o Brasil acabam em Setembro Pacotes turísticos passam a ser com voos TAP”, consultado em <http://www.presstur.com/site/news.asp?news=16380> (acedido em 28 de Agosto de 2010)

*Presstur* (2008b), “OceanAir estreia-se a voar de e para Portugal contratada por operadores portugueses” consultado em <http://www.presstur.com/site/news.asp?news=13781> (acedido em 26 de Agosto de 2010)

*Presstur* (2008c), “Tráfego para o nordeste brasileiro eclipsa-se”, consultado em <http://www.presstur.com/site/news.asp?news=16680> (acedido em 28 de Agosto de 2010)

*Presstur* (2007a), “BRA entre com pedido de recuperação judicial”, consultado em <http://www.presstur.com/site/news.asp?news=12764> (acedido em 28 de Agosto de 2010)

*Presstur* (2007b), “Companhia pediu suspensão de voos: BRA pára de voar a partir de amanhã”, consultado em <http://www.presstur.com/site/news.asp?news=12573> (acedido em 28 de Agosto de 2010)

*Presstur* (2006), “BRA começa em Julho voos regulares do Brasil para Portugal e Espanha”, consultado em <http://www.presstur.com/site/news.asp?news=6489> (acedido em 28 de Agosto de 2010)

*Presstur* (2005), “Mundovip e Club 1840 cessam *charters* para Fortaleza e terraBrasil pondera continuação da operação”, consultado em <http://www.presstur.com/site/news.asp?news=1018> (acedido em 26 de Agosto de 2010)

Schroeder M. (2006), “Varig suspende vôo próprio para Lisboa”, consultado em [http://www.panrotas.com.br/noticia-turismo//varig-suspende-voo-proprio-para-lisboa\\_21654.html?pesquisa=1](http://www.panrotas.com.br/noticia-turismo//varig-suspende-voo-proprio-para-lisboa_21654.html?pesquisa=1) (acedido em 26 de Agosto de 2010)

Sousa A. (2010), “Whitejets inicia operações com ocupação média de 82%”, consultado em [http://panrotas.com.br/noticia-turismo/aviacao/whitejets-inicia-operacoes-com-ocupacao-media-de-82\\_59619.html](http://panrotas.com.br/noticia-turismo/aviacao/whitejets-inicia-operacoes-com-ocupacao-media-de-82_59619.html) (acedido em 15 de Julho de 2010)

*Turisver* (2006), “Mexidas na “pool” de operadores”, consultado em <http://www.turisver.com/article.php?id=22486> (acedido em 26 de Agosto de 2010)

*Turisver* (2005a), “Brasil desde 300 euros com a Grantur”, consultado em <http://www.turisver.com/article.php?id=10983> (acedido em 25 de Agosto de 2010)

*Turisver* (2005b), “Marca Hi Fly substitui Air Luxor”, consultado em <http://www.turisver.com/article.php?id=15010> (acedido em 25 de Agosto de 2010)

*Turisver* (2005c), “Nasce o operador Marmara acaba a Grantur”, consultado em <http://www.turisver.com/article.php?id=16540> (acedido em 25 de Agosto de 2010)

*Turisver* (2005d), “Segundo Luís Tonicha os efeitos da diminuição da oferta para o Brasil já se faz sentir”, consultado em <http://www.turisver.com/article.php?id=15370> (acedido em 25 de Agosto de 2010)

*Turisver* (2004), “Grantur com super promoção para Fortaleza”, consultado em <http://www.turisver.com/article.php?id=5256> (acedido em 25 de Agosto de 2010)

*Turisver* (2003), “Mundovip e TAP anunciam novo acordo para o Brasil”, consultado em <http://www.turisver.com/article.php?id=4012> (acedido em 25 de Agosto de 2010)

Vilarasau D. (2010a), “Iberia, relegada como primera aerolinea en España”, consultado em [http://www.hosteltur.com/noticias/70534\\_iberia-relegada-como-primera-aerolinea-espana.html](http://www.hosteltur.com/noticias/70534_iberia-relegada-como-primera-aerolinea-espana.html) (acedido em 4 de Setembro de 2010)

Vilarasau D. (2010b), “Las low cost se apoderan del mercado emisor a España”, consultado em [http://www.hosteltur.com/noticias/69827\\_low-cost-se-apoderan-mercado-emisor-espana.html](http://www.hosteltur.com/noticias/69827_low-cost-se-apoderan-mercado-emisor-espana.html) (acedido em 30 de Julho de 2010)

Webjet (2010), “Webjet – Nossa história”, consultado em <http://www.webjet.com.br/empresa/novosite/v3/historia.asp> (acedido em 16 de Agosto de 2010)

#### • **Imprensa especializada e generalista**

Afonso P. (2010), “UE e Brasil querem céu aberto”, *Publituris*, 14 de Maio, p. 36

Archer D. (2008), “O regresso do Brasil”, *Publituris*, 24 de Outubro, p. 10

Barroso A. (2001a), “ Boom de *charters* para o Brasil: Três séries no Verão e duas na Páscoa”, *Publituris*, 15 de Janeiro, p. 108

Barroso A. (2001b), “*Charters* para Portugal dominaram a maior edição de sempre da BNTM 2001”, *Publituris*, 15 de Abril, p. 6

Barroso A. (2001c), “ TAP quer 24 frequências para o Brasil”, *Publituris*, 1 de Fevereiro, p. 35

Barroso A. (2000a), “Aviação Comercial - Abreu e TAP formam companhia charter”, *Publituris*, 15 de Janeiro, p.86

Barroso A. (2000b), “Pernambuco quer mais voos para o Recife”, *Publituris*, 15 de Novembro, p. 33

Barroso A. (2000c), “Transporte Aéreo Luso Brasileiro – Seis voos para a Paraíba”, *Publituris*, 15 de Agosto, p. 38

- Barroso A. (1999), “TAP encerra linha de Natal”, *Publituris*, 20 de Novembro, p. 1
- Batista I. (2005), “Eduardo Pinto Lopes – Queremos transportar 26.000 passageiros para o Brasil este ano”, *Publituris*, 15 de Maio, pp. 30-32
- Batista I. (2004), “Air Luxor expectante quanto aos voos regulares para o Brasil e Cabo Verde”, *Publituris*, 15 de Novembro, p. 108
- Batista I. e Cupido R. (2005), “Mundovip – O pior que se pode fazer ao Brasil é assinalá-lo como uma opção barata”, *Publituris*, 15 de Maio, p. 26
- Botelho F. (2000), “Editorial – Fortaleza 2000: Transição para o futuro”, *Publituris*, 1 de Dezembro, p. 3
- Costa T. P. (2001), “Novo operador - Air Luxor Tours no mercado marca a 1 de Abril”, *Publituris*, 15 de Fevereiro, pp. 14-15
- Cunha L. (2010a), “Em busca do tempo perdido”, *Publituris*, 7 de Maio, pp. 8-9
- Cunha L. (2010c), “Iberojet estreia-se nos *charters* para o Brasil”, *Publituris*, 19 de Março, p. 20
- Cunha L. (2009), “Madeira e Caraíbas são principais destinos de reveillon”, *Publituris*, 18 de Dezembro, p. 8
- Cunha L. (2008a), “Brasil com TAP é solução possível e mais vantajosa para clientes finais”, *Publituris*, 5 de Setembro, p. 14
- Cunha L. (2005), “Hi Fly mantém programação Air Luxor Tours”, *Publituris*, 1 de Novembro, p. 23
- Cupido R. (2004), “TAP renova com White”, *Publituris*, 15 de Dezembro, p. 44
- Cupido R. (2002a), “Operadores mercado – Unanimidade nas contradições”, *Publituris*, 15 de Outubro, pp. 14-20
- Cupido R. (2002b), “VMM e Club Vip assinam com TAP”, *Publituris*, 1 de Maio, p. 15
- Elias R. (2010), “Optimismo para o segmento das viagens”, *Ambitur*, Junho 2010, pp. 8-9

- Esteves T. (2010), “A China está a oito anos de se tornar a rainha do turismo”, *Publituris*, 27 de Agosto, p. 13
- Ferreira H. (2004), “Operadores Verão atribulado – Atrasos, avarias, furacões e alguma especulação provocam insatisfação”, *Publituris*, 1 de Outubro, p. 19
- Ferreira H. (2002), “Duplicação de voos - Varig abre sete voos semanais para o Nordeste”, *Publituris*, 15 de Maio, p. 58
- Ferreira H. (2001), “Transbrasil cessa operações”, *Publituris*, 15 de Dezembro, p. 38
- Ferreira H. e Botelho F. (2000), “Fortaleza – APAVT 2000 – Congresso de Transição”, *Publituris*, 1 de Dezembro, pp. 1, 9-18
- Fiúza M. (2010), “TAP sem medo da abertura do espaço aéreo entre Brasil e Europa”, *Jornal Expresso*, nº 1965, Caderno Economia, p. 18
- Gouveia N. (2004), “Destinos em alta e em baixa – ao sabor das promoções”, *Publituris*, 1 de Setembro, p. 14
- Gouveia N. (2002), “Operação Verão – Sector turístico na corda bamba?”, *Publituris*, 1 de Agosto, p. 12
- Gouveia N. (2001a), “António Pinto, Viagens Mapa Mundo – Não se registou qualquer crescimento em termos reais”, *Publituris*, 15 de Outubro, p. 10
- Gouveia N. (2001b), “Eduardo Pinto Lopes, terraBrasil – Crescimento e volume de negócios duplicou”, *Publituris*, 15 de Outubro, p. 14
- Gouveia N. (2001c), “José Manuel Antunes, Club Vip - Registaram-se fenómenos de excesso de oferta”, *Publituris*, 15 de Outubro, p. 10
- Jornal TAP (2010a), “Acordo entre União Europeia e Brasil”, *Jornal TAP* nº 77, Maio 2010, pp. 22-23
- Jornal TAP (2010b), “Mais um destino no Brasil:Campinas”, *Jornal TAP* nº 78, Julho 2010, p. 9
- Obadia R. (2010), “Mundovip e a resposta ao “novo consumidor”, *Publituris*, 28 de Maio, pp. 8-9

Pinheiro F. (2010a), “Portugal “impulsiona” o Brasil”, *Jornal Sol*, Economia e Negócios, 7 de Maio, p. 16

Pinheiro F. (2010b), “TAP cresce 30% no mercado brasileiro”, *Jornal Sol*, Economia e Negócios, 30 de Abril, p. 9

*Publituris* (2001), “Última Hora – Verão Air Luxor – *charters* mantêm-se para 2002”, 1 de Outubro, p. 48

*Publituris* (2000a), “Apresentação – YES já está no ar”, 15 de Junho, p. 40

*Publituris* (2000b), “Coluna Confidencial - Acordo”, 15 de Maio, p. 56

*Publituris* (2000c), “Coluna Confidencial - Natal”, 15 de Janeiro, p. 104

*Publituris* (2000d), “Coluna Confidencial – Natal”, 1 de Fevereiro, p. 40

*Publituris* (2000e), “Coluna Confidencial - TAP”, 15 de Fevereiro, p. 48

*Publituris* (2000f), “Conclusões e Recomendações - Congresso da APAVT, Fortaleza, 25 a 30 de Novembro de 2000”, 1 de Dezembro, p. 12

*Publituris* (2000g), “Congresso da APAVT 2000 vai propor liberalização de voos Brasil-Portugal, nº 774, 15 de Maio, p. 24

*Publituris* (2000h), “Portugal-Brasil – Revisão do acordo aéreo dá 18 voos a cada país”, 1 de Agosto, p. 46

*Publituris* (2000i), “Portugal quer céus abertos até ao Brasil”, 15 de Junho, p. 1, 42

*Publituris* (2000j), “Última Hora - Yes Air arranca a 3 de Junho com Club 1840”, 15 de Abril, p. 1

*Publituris* (1999), “Coluna Confidencial – Take Off”, 15 de Dezembro, p. 48

Ramos F. (2010), “TAP quer aumentar passageiros e consolidar oferta em 2010”, *Turisver*, 5 de Fevereiro, p. 39

Serafim A. (2010), “Entrada na Star Alliance aproxima TAP e TAM”, *Jornal Sol*, Economia e Negócios, 14 de Maio, p. 10

*Turisver* (2009), “Destinos vão reforçar a aposta em Portugal”, 20 de Novembro, p. 46

Valente F. e Monteiro C. (2010), “Crise? Qual crise?”, *Publituris*, 28 de Maio, pp. 31-32

Vargas A. e Cedrés N. (2010), “TUI Travel – Avanzando con paso firme”, *Hosteltur*, nº 190, Enero 2010, pp. 56-60

*Viajar* (2010), “Brasil e Portugal dominam oferta”, Outubro de 2009 - 2ª quinzena, pp. 16-19

Vieira A. R. (2001), “Famtrip Club 1840 – Maceió recebe portugueses ”, *Publituris*, 1 de Maio, pp. 10-12

#### • **Legislação consultada**

Comissão das Comunidades Europeias (2005), “Desenvolver a agenda da política externa comunitária no sector da aviação”, COM (2005) 79 final de 11 de Março, Bruxelas

Comissão Europeia (2010a), “Avanço importante nas negociações Céu Aberto da segunda fase, entre a UE e os EUA: Vice-Presidente Kallas saúda projecto de acordo”, IP/10/371, 25 Março, Bruxelas

Comissão Europeia (2010b), “Comissão Europeia propõe a abertura do mercado da aviação com o Brasil”, IP/10/546, 6 de Maio, Bruxelas

Commission of the European Communities (2010), “Developing an EU civil aviation policy towards Brazil”, COM (2010) 210 final, 5 May, Brussels

Commission of the European Communities (2008), “Single European Sky II: towards more sustainable and better performing aviation”, COM (2008) 389 final, Brussels

Diário do Governo nº 98, Iª Série (1948), 28 de Abril, Carta de Ratificação da Convenção sobre Aviação Civil Internacional

Diário do Governo nº 39, Iª Série (1947), Decreto-Lei nº 36158 de 17 de Fevereiro de 1947 que aprova a Convenção sobre Aviação Civil Internacional

Diário da República nº 104-A, Série I-A (2003a), Decreto do Presidente da República nº 23/2003 que ratifica o Acordo Aéreo sobre Serviços Aéreos entre a República Portuguesa e a República Federativa do Brasil

Diário da República nº 104-A, Série I-A (2003b), Resolução da Assembleia da República nº 38/2003, que aprova o Acordo Aéreo sobre Serviços Aéreos entre a República Portuguesa e a República Federativa do Brasil

Diário da República nº 95, Série I-A (1999), Decreto-Lei nº 138/99 de 23 de Abril, que regula a fixação das obrigações de serviço público e ajudas do Estado relativamente a serviços aéreos para regiões insulares, periféricas ou em desenvolvimento

Diário da República nº 278, Série I-A (1992), Decreto nº 47/92, que aprova para ratificação o Acordo sobre Transportes Aéreos Regulares entre a República Portuguesa e a República Federativa do Brasil

Diário da República nº 169, Série I (1989), Decreto-Lei nº 234/89 de 25 de Julho, que estabelece o regime de licenciamento da actividade de transporte aéreo regular no interior do Continente

Diário da República nº 23, 1ª Série (1982), Decreto-lei nº 19/82 de 28 de Janeiro que estabelece as normas sobre o transporte aéreo não regular

Diário da República nº 68, 1ª Série (1979), Portaria nº 129/79 de 22 de Março que define as normas de actuação sobre os voos para viagens turísticas

Diário da República nº 152, 1ª Série (1977), Decreto-lei nº 274/77 de 4 de Julho que define as normas de actuação de serviços aéreos internacionais em sobrevoo e na utilização de aeroportos por transportadoras regulares e não regulares

Diário da União nº 6058 (2007), Decreto nº 6058 de 8 de Março, que promulga o acordo sobre Serviços Aéreos entre a República Federativa do Brasil e a República Portuguesa

European Commission (2010a), “Europe, the world's Nº 1 tourist destination – a new political framework for tourism in Europe”, COM (2010) 352 final, Brussels, Belgium

European Commission (2010b), “EU to negotiate an ambitious air transport agreement with Brazil”, IP/10/1342, 15 October, Brussels

European Commission (2010c), “International Aviation: United States - EU-US Open Skies: A new era in transatlantic aviation”, consultado em <http://ec.europa.eu/transport>

/air/international\_aviation/country\_index/united\_states\_en.htm (acedido em 15 de Agosto de 2010)

European Commission (2010d), “International Aviation: United States - EU-US Open Skies: A new era in transatlantic aviation – Memorandum of Consultations accompanying the Second Stage Agreement”, consultado em [http://ec.europa.eu/transport/air/international\\_aviation/country\\_index/united\\_states\\_en.htm](http://ec.europa.eu/transport/air/international_aviation/country_index/united_states_en.htm) (acedido em 15 de Agosto de 2010)

European Commission (2010e), Tourism: keeping Europe the world’s top destination, Memo/10/289, Brussels; Belgium

European Commission (2007), “Air Transport Agreement between the EU and US”, Information Note, 6th March 2007

European Union (2007), “Decision of the Council and the Representatives of the Governments of the Member States of the European Union, meeting within the Council of 25 April 2007 on the signature and provisional application of the Air Transport Agreement between the European Community and its Member States, on the one hand, and the United States of America, on the other hand - Air Transport Agreement”, Official Journal of the European Union, 2007/339/EC, L134, 25 May 2007

Jornal Oficial da União Europeia (2008), Regulamento (CE) N° 300/2008 do Parlamento Europeu e do Conselho, 11 de Março de 2008, relativo ao estabelecimento de regras comuns no domínio da segurança na aviação civil

Parlamento Europeu e Conselho da União Europeia (2004), Regulamento (CE) n.º 847/2004 de 29 de Abril de 2004 relativo à negociação e aplicação de acordos de serviços aéreos entre Estados-Membros e países terceiros

#### • Dicionários consultados

Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa (2003), Antônio Houaiss e Mauro Vilar, Instituto de Lexicografia e Banco de dados da Língua Portuguesa, Temas e Debates, Porto, Portugal

Dicionário da Língua Portuguesa 2008 (2007), Dicionários Editora, Porto Editora, Porto, Portugal

## Anexos

### Anexo 1.

#### Chegadas de turistas internacionais por região (1990–2009)

Chegadas de Turistas Internacionais (milhões)											
Regiões	1990	1995	2000	2005	2006	2007		2008		2009 *	
						Valor	Var.	Valor	Var.	Valor	Var.
Europa	262,6	309,1	392,2	441,0	463,9	485,4	4,6%	487,3	0,4%	460,0	-5,6%
Ásia e Pacífico	55,8	82,0	110,1	153,6	166,0	182,0	9,6%	184,0	1,1%	181,6	-1,3%
América	92,8	109,0	128,2	133,3	135,8	142,9	5,2%	146,9	2,8%	140,1	-4,6%
África	15,2	18,8	26,5	35,8	39,6	43,2	9,1%	44,3	2,5%	45,6	2,9%
Oriente Médio	9,6	13,7	24,9	37,8	40,9	46,9	14,7%	56,0	19,4%	53,2	-5,0%
<b>Mundo</b>	<b>436,1</b>	<b>532,6</b>	<b>681,9</b>	<b>801,5</b>	<b>846,2</b>	<b>900,4</b>	<b>6,4%</b>	<b>918,5</b>	<b>2,0%</b>	<b>880,5</b>	<b>-4,1%</b>

Fonte: UNWTO (2010a, 2009a, 2008)

\* Dados Provisórios

Anexo 2.

Peso relativo (%) das chegadas de turistas internacionais por região (1990-2009)

Chegadas de Turistas Internacionais (%)								
Regiões	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008	2009 *
Europa	60,2%	58,0%	57,5%	55,0%	54,8%	53,9%	53,1%	52,2%
Ásia e Pacífico	12,8%	15,4%	16,1%	19,2%	19,6%	20,2%	20,0%	20,6%
América	21,3%	20,5%	18,8%	16,6%	16,0%	15,9%	16,0%	15,9%
África	3,5%	3,5%	3,9%	4,5%	4,7%	4,8%	4,8%	5,2%
Oriente Médio	2,2%	2,6%	3,7%	4,7%	4,8%	5,2%	6,1%	6,0%
<b>Mundo</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: UNWTO (2010a, 2009a, 2008)

\* Dados Provisórios

Anexo 3.

Chegadas de turistas internacionais por motivo da visita (1990-2009)

<b>Chegadas de Turistas Internacionais por motivo de visita (%)</b>								
<b>Motivo de visita</b>	<b>1990</b>	<b>1995</b>	<b>2000</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009*</b>
Lazer, recreação e férias	56,0%	52,7%	51,7%	50,4%	50,6%	51,0%	51,0%	51,0%
Negócios	13,6%	15,0%	15,9%	15,2%	15,5%	15,0%	15,0%	15,0%
VFA, saúde, religião, outros	21,9%	25,1%	25,2%	27,0%	26,7%	27,0%	27,0%	27,0%
Não especificado	8,5%	7,2%	7,2%	7,4%	7,2%	7,0%	7,0%	7,0%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: UNWTO (2010a, 2009a, 2008)

\* Dados Provisórios

Anexo 4.

Peso das receitas do turismo internacional por região (1990-2009)

Receitas do Turismo Internacional (%)								
Regiões	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008	2009 *
Europa	53,8%	52,1%	48,7%	51,5%	50,8%	50,8%	50,2%	48,4%
Ásia e Pacífico	15,6%	18,8%	17,9%	19,9%	21,1%	21,8%	22,2%	23,8%
América	26,2%	24,3%	27,5%	21,4%	20,8%	20,0%	19,9%	19,4%
África	2,4%	2,1%	2,2%	3,2%	3,3%	3,4%	3,2%	3,3%
Oriente Médio	1,9%	2,7%	3,7%	4,0%	4,0%	4,1%	4,5%	5,1%
<b>Mundo</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: UNWTO (2010a, 2009a, 2008)

\* Dados Provisórios

Anexo 5.

Peso do Tráfego Mundial de Passageiros (PKP) por regiões (%)

<b>Região</b>	<b>1980</b>	<b>1985</b>	<b>1990</b>	<b>1995</b>	<b>2000</b>	<b>2005</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
Europa	33,5%	31,3%	31,2%	24,7%	26,6%	27,0%	28,5%	28,1%
Ásia e Pacífico	14,7%	16,3%	18,2%	24,7%	24,4%	26,0%	26,8%	27,1%
América do Norte	40,9%	41,6%	41,3%	40,5%	39,0%	35,9%	32,4%	31,4%
América Latina e Caraíbas	5,5%	5,0%	4,6%	4,8%	4,7%	4,3%	4,4%	4,5%
Médio Oriente	2,6%	3,1%	2,5%	3,0%	3,1%	4,5%	5,5%	6,7%
África	2,7%	2,7%	2,2%	2,3%	2,2%	2,3%	2,4%	2,3%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: ICAO (2010a, 2009, 2006b, 2002, 1997, 1992)

## Anexo 6.

### Transporte Aéreo – Indicadores da Indústria (2000-2011)

Transporte Aéreo - Indicadores da Indústria												
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009E	2010F	2011F
<b>RECEITA (mil milhões Usd)</b>												
Passageiros	256	239	238	249	294	323	365	398	439	369	427	448
Carga	40	39	38	40	47	48	53	59	64	49	64	67
Outros	33	29	30	33	38	42	47	53	61	65	69	76
<b>TOTAL RECEITA</b>	<b>329</b>	<b>307</b>	<b>306</b>	<b>322</b>	<b>379</b>	<b>413</b>	<b>465</b>	<b>510</b>	<b>564</b>	<b>483</b>	<b>560</b>	<b>591</b>
<b>CUSTOS (mM Usd)</b>												
Combustível	46	43	40	44	65	91	107	134	189	113	137	145
Outros Custos	272	276	270	279	311	318	343	356	384	371	402	430
<b>TOTAL CUSTOS</b>	<b>318</b>	<b>319</b>	<b>311</b>	<b>323</b>	<b>376</b>	<b>409</b>	<b>450</b>	<b>490</b>	<b>573</b>	<b>484</b>	<b>539</b>	<b>575</b>
<b>LUCRO OPERACIONAL (mM Usd)</b>	<b>10,7</b>	<b>-11,8</b>	<b>-4,8</b>	<b>-1,4</b>	<b>3,3</b>	<b>4,3</b>	<b>15,0</b>	<b>19,9</b>	<b>-8,9</b>	<b>-1,2</b>	<b>20,6</b>	<b>15,4</b>
% margem	3,3	-3,8	-1,6	-0,4	0,9	1,0	3,2	3,9	-1,6	-0,3	3,7	2,6
<b>LUCRO LÍQUIDO (mM Usd)</b>	<b>3,7</b>	<b>-13</b>	<b>-11,3</b>	<b>-7,5</b>	<b>-5,6</b>	<b>-4,1</b>	<b>3,6</b>	<b>12,9</b>	<b>-16,0</b>	<b>-9,9</b>	<b>8,9</b>	<b>5,3</b>
% margem	1,1	-4,2	-3,7	-2,3	-1,5	-1,0	0,8	2,5	-2,8	-2,1	1,6	0,9
<b>Indicadores</b>												
Passageiros (Milhões)	1672	1640	1639	1691	1888	2.022	2.124	2.281	2.271	2.228	2.395	2.508
Pass. Yield (%)	-1,8	-4,4	0,3	3,3	1	2,7	7,4	3	9,9	-14	4,5	5,3
Petróleo - Brent (Usd/barril)	28,8	24,7	25,1	28,8	38,3	54,5	65,1	73	99	62	79	79
BELF (%) (ponderado)	61,5	61,3	61,9	60,9	61,9	62	61,3	60,8	63,8	63,4	64,5	63,3
LF (%) (ponderado)	61,9	59	60,9	60,7	62,5	62,6	63,3	63,3	62,8	63,2	66,1	65

Fonte: Até 2008 – ICAO; 2009-2010: IATA - 2009E: Estimado; 2010F – Forecast. Valores excluem itens contabilísticos de natureza extraordinária, assim como operações de perdas relacionadas com operações de fixação de preços de combustível (*fuel hedging*). LF global (ponderando passageiros e carga) in IATA (2010c, 2009a)

## Anexo 7.

### Fluxos do tráfego aéreo mundial por região (RPK's) – 1998 a 2028

Rank	1998	2008	2018	2028
1	EUA - Doméstico	EUA - Doméstico	EUA - Doméstico	EUA - Doméstico
2	Intra - Europa Ocidental	Intra - Europa Ocidental	Intra - Europa Ocidental	China - Doméstico
3	EUA - Europa Ocidental	EUA - Europa Ocidental	China - Doméstico	Intra - Europa Ocidental
4	Japão - EUA	China - Doméstico	EUA - Europa Ocidental	EUA - Europa Ocidental
5	Ásia - Europa Ocidental	Ásia - Europa Ocidental	Ásia - Europa Ocidental	China - Europa Ocidental
6	Ásia - EUA	América do Sul - Europa Ocid.	América do Sul - Europa Ocid.	América do Sul - Europa Ocid.
7	China - Doméstico	Japão - EUA	China - Europa Ocidental	Ásia - Europa Ocidental
8	Japão - Doméstico	Europa Ocid. - Doméstico	Europa Central - Europa Ocid.	Ásia - China
9	Europa Ocid. - Doméstico	China - Europa Ocidental	Japão - EUA	Europa Central - Europa Ocid.
10	América do Sul - Europa Ocid.	Europa Central - Europa Ocid.	Ásia - China	Índia - Doméstico

Fonte: Airbus (2009)

## Anexo 8.

### Comparativo de vantagens de custos entre companhias *charter* e *LCC's*

Sources of cost advantage<sup>a</sup>

Characteristic	No-frills scheduled	Integrated charter	Independent charter
Larger aircraft		✈	(✈)
Longer sectors		✈	(✈)
Higher load factor		✈	✈
Higher aircraft utilisation	(✈)	✈	(✈)
Higher labour productivity		✈	(✈)
Lower distribution costs		✈	✈
Lower passenger service costs	✈		
Lower landing fees	(✈)	✈	(✈)
Lower insurance premiums		✈	(✈)
Lower aircraft leasing costs		✈	(✈)
Lower admin & finance costs		✈	(✈)

<sup>a</sup>Note: Brackets indicate that the advantage does not apply to all carriers in the category.

Fonte: Williams G. (2001b)

Anexo 9.

Comparação do produto entre *LCC's*, Companhias *Charters* e Companhias Tradicionais

<b>Companhias Aéreas Tradicionais</b> <i>(Full Service Airlines)</i>	<i>Charter</i>	<i>Low Cost</i>
Jornais, bebidas e alimentação gratuita	Bebidas e alimentação gratuita	<i>Itens</i> em venda
Atribuição de lugares a bordo	Atribuição de lugares a bordo	<i>Free seating</i>
Baixa densidade de lugares	Alta densidade de lugares	Alta densidade de lugares
<i>Load Factor</i> baixo	<i>Load Factor</i> alto	<i>Load Factor</i> alto
Aeroportos em <i>hub's</i> (cidade)	Aeroportos em " <i>resort</i> "	Aeroportos secundários
Voos diurnos	Alguns voos noturnos	Voos diurnos
<i>Interlining</i> disponível	Ponto a ponto	Ponto a ponto
<i>Lounge</i> nos aeroportos	Sem <i>lounge</i>	Sem <i>lounge</i>
Compra do bilhete junto à data de partida	Compra antecipada	Compra do bilhete junto à data de partida
Venda de bilhetes em lojas próprias	Operadores turísticos	<i>Internet</i>
Venda de bilhetes nos agentes de viagens	Não	Não
Flexibilidade na venda de " <i>one way ticktes</i> "	Não	Sim
Bilhetes sem restrições	Pacotes turísticos	Bilhetes sem restrições
Programa de passageiro frequente	Não	Não
Alta densidade de voos	Um/dois voos semanais	Alta densidade de voos
Sem penalidades por não comparência de embarque – <i>no show</i> (apenas nas tarifas mais altas)	Sem penalidade ( <i>no show</i> )	Sem penalidade ( <i>no show</i> )

Fonte: Barrett S. (2008)

Anexo 10.  
Mapa do Brasil



Fonte: [http://www.mercuri.com.br/mapa\\_brasil\\_regioes.gif](http://www.mercuri.com.br/mapa_brasil_regioes.gif)

Anexo 11.

Chegadas de Turistas ao Brasil por país emissor (2004-2009)

Países Emissores	Chegadas de Turistas por País Emissor (2004 - 2009)															
	2004			2005		2006		2007		2008			2009			
	Total	% Total	Ranking	Total	% Total	Total	% Total	Total	% Total	Total	% Total	% 08/07	Total	% Total	% 09/08	Ranking
Argentina	922.484	19,2%	1º	992.299	18,5%	933.061	18,6%	921.679	18,3%	1.017.675	20,2%	10,4%	1.211.159	25,2%	19,0%	1º
Estados Unidos da América	705.997	14,7%	2º	793.559	14,8%	721.633	14,4%	695.749	13,8%	625.506	12,4%	-10,1%	603.674	12,6%	-3,5%	2º
Itália	276.563	5,8%	6º	303.878	5,7%	287.898	5,7%	268.685	5,3%	265.724	5,3%	-1,1%	253.545	5,3%	-4,6%	3º
Alemanha	294.989	6,2%	5º	308.598	5,8%	277.182	5,5%	257.740	5,1%	254.264	5,0%	-1,3%	215.595	4,5%	-15,2%	4º
França	224.160	4,7%	7º	263.829	4,9%	275.913	5,5%	254.367	5,1%	214.440	4,2%	-15,7%	205.860	4,3%	-4,0%	5º
Uruguai	309.732	6,5%	4º	341.647	6,4%	255.349	5,1%	226.111	4,5%	199.403	3,9%	-11,8%	189.412	3,9%	-5,0%	6º
Portugal	336.988	7,0%	3º	357.640	6,7%	299.211	6,0%	280.438	5,6%	222.558	4,4%	-20,6%	183.697	3,8%	-17,5%	7º
Paraguai	204.758	4,3%	8º	249.030	4,6%	198.958	4,0%	212.022	4,2%	217.709	4,3%	2,7%	180.373	3,8%	-17,1%	8º
Espanha	155.421	3,2%	9º	172.979	3,2%	211.741	4,2%	216.891	4,3%	202.624	4,0%	-6,6%	174.526	3,6%	-13,9%	9º
Inglaterra	150.336	3,1%	11º	169.514	3,2%	169.627	3,4%	176.970	3,5%	181.179	3,6%	2,4%	172.643	3,6%	-4,7%	10º
Chile	155.026	3,2%	10º	169.953	3,2%	176.357	3,5%	260.439	5,2%	240.087	4,8%	-7,8%	170.491	3,6%	-29,0%	11º
Bolívia	60.239	1,3%	17º	68.670	1,3%	55.169	1,1%	61.990	1,2%	84.072	1,7%	35,6%	83.454	1,7%	-0,7%	12º
Perú	56.647	1,2%	18º	60.251	1,1%	64.002	1,3%	96.336	1,9%	93.693	1,9%	-2,7%	78.975	1,6%	-15,7%	13º
Colômbia	42.163	0,9%	20º	47.230	0,9%	50.103	1,0%	45.838	0,9%	96.846	1,9%	111,3%	78.010	1,6%	-19,4%	14º
Holanda	102.480	2,1%	12º	109.708	2,0%	86.122	1,7%	83.566	1,7%	81.936	1,6%	-2,0%	75.518	1,6%	-7,8%	15º
Suíça	83.113	1,7%	13º	89.789	1,7%	84.816	1,7%	72.763	1,4%	61.169	1,2%	-15,9%	72.736	1,5%	18,9%	16º
México	65.707	1,4%	15º	73.118	1,4%	70.862	1,4%	58.804	1,2%	77.193	1,5%	31,3%	68.028	1,4%	-11,9%	17º
Japão	60.806	1,3%	16º	68.066	1,3%	74.638	1,5%	63.381	1,3%	81.270	1,6%	28,2%	66.655	1,4%	-18,0%	18º
Canadá	66.895	1,4%	14º	75.100	1,4%	62.603	1,2%	63.983	1,3%	62.681	1,2%	-2,0%	63.296	1,3%	1,0%	19º
Venezuela	44.257	0,9%	19º	48.598	0,9%	50.471	1,0%	46.019	0,9%	62.622	1,2%	36,1%	53.886	1,1%	-14,0%	20º
Outros	474.942	9,9%		594.714	11,1%	611.535	12,2%	662.063	13,2%	707.448	14,0%	6,9%	600.684	12,5%	-15,1%	
<b>TOTAL</b>	<b>4.793.703</b>	<b>100,0%</b>		<b>5.358.170</b>	<b>100,0%</b>	<b>5.017.251</b>	<b>100,0%</b>	<b>5.025.834</b>	<b>100,0%</b>	<b>5.050.099</b>	<b>100,0%</b>	<b>0,5%</b>	<b>4.802.217</b>	<b>100,0%</b>	<b>-4,9%</b>	
	<b>16,0%</b>			<b>11,8%</b>		<b>-6,4%</b>		<b>0,2%</b>		<b>0,5%</b>		<b>-4,9%</b>				

Fonte: Embratur (2010a, 2009, 2008-2005a)

Anexo 12.

Chegadas de Turistas ao Brasil por país emissor e via de acesso (2009)

Chegadas de Turistas por País Emissor e via de acesso (2009)														
Países Emissores	2009				Aérea				Marítima		Terrestre		Fluvial	
	Total	% Total	% 09/08	Ranking	Nº Turistas	% 2009	% Total	Ranking	Nº Turistas	% 2009	Nº Turistas	% 2009	Nº Turistas	% 2009
<b>América</b>														
Argentina	1.211.159	25,2%	19,0%	1º	502.487	41,5%	15,0%	2º	34.529	2,9%	<b>665.966</b>	<b>55,0%</b>	8.157	0,7%
Estados Unidos da América	603.674	12,6%	-3,5%	2º	<b>571.365</b>	<b>94,6%</b>	17,1%	1º	10.360	1,7%	21.654	3,6%	295	0,0%
Uruguai	189.412	3,9%	-5,0%	6º	61.500	32,5%	1,8%	15º	949	0,5%	<b>125.973</b>	<b>66,5%</b>	990	0,5%
Paraguai	180.373	3,8%	-17,1%	8º	36.343	20,1%	1,1%	19º	27	0,0%	<b>140.266</b>	<b>77,8%</b>	3.737	2,1%
Chile	170.491	3,6%	-29,0%	11º	<b>137.521</b>	<b>80,7%</b>	4,1%	7º	898	0,5%	32.063	18,8%	9	0,0%
Bolívia	83.454	1,7%	-0,7%	12º	34.715	41,6%	1,0%	20º	73	0,1%	<b>48.658</b>	<b>58,3%</b>	8	0,0%
Perú	78.975	1,6%	-15,7%	13º	<b>52.756</b>	<b>66,8%</b>	1,6%	14º	247	0,3%	24.450	31,0%	1.522	1,9%
Colômbia	78.010	1,6%	-19,4%	14º	<b>61.257</b>	<b>78,5%</b>	1,8%	10º	492	0,6%	16.173	20,7%	88	0,1%
México	68.028	1,4%	-11,9%	17º	<b>63.618</b>	<b>93,5%</b>	1,9%	12º	725	1,1%	3.685	5,4%	0	0,0%
Canadá	63.296	1,3%	1,0%	19º	<b>55.680</b>	<b>88,0%</b>	1,7%	16º	2.465	3,9%	5.061	8,0%	90	0,1%
Venezuela	53.886	1,1%	-14,0%	20º	<b>45.235</b>	<b>83,9%</b>	1,4%	18º	151	0,3%	8.496	15,8%	4	0,0%
<b>Europa</b>														
Itália	253.545	5,3%	-4,6%	3º	<b>233.267</b>	<b>92,0%</b>	7,0%	3º	3.997	1,6%	16.261	6,4%	20	0,0%
Alemanha	215.595	4,5%	-15,2%	4º	<b>186.173</b>	<b>86,4%</b>	5,6%	4º	6.689	3,1%	22.533	10,5%	200	0,1%
França	205.860	4,3%	-4,0%	5º	<b>180.546</b>	<b>87,7%</b>	5,4%	6º	4.958	2,4%	18.992	9,2%	1.364	0,7%
Portugal	183.697	3,8%	-17,5%	7º	<b>178.799</b>	<b>97,3%</b>	5,3%	5º	3.088	1,7%	1.806	1,0%	4	0,0%
Espanha	174.526	3,6%	-13,9%	9º	<b>138.730</b>	<b>79,5%</b>	4,1%	8º	2.477	1,4%	33.305	19,1%	14	0,0%
Inglaterra	172.643	3,6%	-4,7%	10º	<b>142.799</b>	<b>82,7%</b>	4,3%	9º	6.154	3,6%	21.256	12,3%	2.434	1,4%
Holanda	75.518	1,6%	-7,8%	15º	<b>67.151</b>	<b>88,9%</b>	2,0%	11º	829	1,1%	7.530	10,0%	8	0,0%
Suiça	72.736	1,5%	18,9%	16º	<b>64.038</b>	<b>88,0%</b>	1,9%	17º	2.039	2,8%	6.632	9,1%	27	0,0%
Japão	66.655	1,4%	-18,0%	18º	<b>54.646</b>	<b>82,0%</b>	1,6%	13º	293	0,4%	11.704	17,6%	12	0,0%
Outros	600.684	12,5%	-15,1%		<b>480.280</b>	<b>80,0%</b>	14,3%		34.265	5,7%	66.488	11,1%	19.651	3,3%
<b>TOTAL</b>	<b>4.802.217</b>	<b>100,0%</b>	<b>-4,9%</b>		<b>3.348.906</b>	<b>69,7%</b>	<b>100,0%</b>		<b>115.705</b>	<b>2,4%</b>	<b>1.298.972</b>	<b>27,0%</b>	<b>38.634</b>	<b>0,8%</b>

Fonte: Embratur (2010a)

Anexo 13.

Chegadas de Turistas ao Brasil por país emissor, via de acesso e Estado Federal (2009)

Chegadas de Turistas por País Emissor e via de acesso e Estado (2009)														
Países Emissores	2009				Aérea				Marítima		Terrestre		Fluvial	
	Total	% Total	% 09/08	Ranking	Nº Turistas	% 2009	% Total	Ranking	Nº Turistas	% 2009	Nº Turistas	% 2009	Nº Turistas	% 2009
<b>Estados</b>														
Amazonas	37.135	0,8%	7,4%		32.807	88,3%	1,0%				4.328	11,7%		
Bahia	143.509	3,0%	-19,6%	5º	141.121	98,3%	4,2%	3º	2.388	1,7%				
Ceará	98.882	2,1%	0,3%		88.724	89,7%	2,6%	4º	10.158	10,3%				
Distrito Federal	28.983	0,6%	-1,7%		28.983	100,0%	0,9%							
Mato Grosso do Sul	58.395	1,2%	18,0%				0,0%				58.395	100,0%		
Minas Gerais	49.079	1,0%	144,0%		49.079	100,0%	1,5%							
Pará	20.791	0,4%	-15,4%		12.491	60,1%	0,4%						8.300	39,9%
Paraná	663.237	13,8%	9,6%	3º	21.032	3,2%	0,6%				638.678	96,3%	3.527	0,5%
Pernambuco	88.818	1,8%	8,7%		71.849	80,9%	2,1%		16.969	19,1%				
Rio Grande do Norte	54.211	1,1%	-23,1%		53.447	98,6%	1,6%		764	1,4%				
Rio Grande do Sul	613.274	12,8%	-1,5%	4º	82.740	13,5%	2,5%	5º	4.147	0,7%	516.923	84,3%	9.464	1,5%
Rio de Janeiro	908.667	18,9%	18,6%	2º	886.357	97,5%	26,5%	2º	22.310	2,5%				
Santa Catarina	127.826	2,7%	21,8%		54.678	42,8%	1,6%		23.590	18,5%	49.558	38,8%		
São Paulo	1.842.796	38,4%	-19,5%	1º	1.811.101	98,3%	54,1%	1º	31.695	1,7%				
Outras Unidades da Federação	66.614	1,4%			14.497	21,8%	0,4%		3.684	5,5%	31.090	46,7%	17.343	26,0%
<b>TOTAL</b>	<b>4.802.217</b>	<b>100,0%</b>	<b>-4,9%</b>		<b>3.348.906</b>	<b>69,7%</b>	<b>100,0%</b>		<b>115.705</b>	<b>2,4%</b>	<b>1.298.972</b>	<b>27,0%</b>	<b>38.634</b>	<b>0,8%</b>

Fonte: Embratur (2010a)

Anexo 14.

Receitas turísticas no Brasil por meses (2007-2009)

Meses	2007		2008			2009		
	Milh. USD	% Total	Milh. USD	% 08/07	% Total	Milh. USD	% 09/08	% Total
Janeiro	484	9,8%	595	22,9%	10,3%	495	-16,8%	9,3%
Fevereiro	414	8,4%	495	19,6%	8,6%	433	-12,5%	8,2%
Março	434	8,8%	518	19,4%	9,0%	494	-4,6%	9,3%
Abril	388	7,8%	439	13,1%	7,6%	388	-11,6%	7,3%
Mai	374	7,6%	426	13,9%	7,4%	354	-16,9%	6,7%
Junho	341	6,9%	426	24,9%	7,4%	403	-5,4%	7,6%
Julho	398	8,0%	468	17,6%	8,1%	445	-4,9%	8,4%
Agosto	431	8,7%	499	15,8%	8,6%	456	-8,6%	8,6%
Setembro	343	6,9%	468	36,4%	8,1%	401	-14,3%	7,6%
Outubro	436	8,8%	481	10,3%	8,3%	451	-6,2%	8,5%
Novembro	440	8,9%	443	0,6%	7,7%	469	5,9%	8,8%
Dezembro	469	9,5%	527	12,3%	9,1%	516	-2,1%	9,7%
<b>Total</b>	<b>4953</b>	<b>100,0%</b>	<b>5785</b>	<b>16,8%</b>	<b>100,0%</b>	<b>5305</b>	<b>-8,3%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Embratur (2010b), Ministério do Turismo (2010)

### Anexo 15a.

#### Perfil da procura turística internacional - Motivo da visita (2000-2008)

Motivo	2000	2005	2006	2007	2008
Lazer *	57,01	44,4	44,1	44,3	42,7
Negócios, Eventos e Convenções	27,86	29,1	28,1	27,4	27
Outros motivos	15,13	26,5	27,8	28,3	30,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

\* Em 2000, a categoria designava-se Turismo

Fonte: Embratur (2010c, 2001)

### Anexo 15b.

#### Perfil da procura turística internacional - Tipo de alojamento utilizado (2000-2008)

Tipo de Alojamento utilizado	2000	2005	2006	2007	2008
Hotel, Flat ou Pousada	72,8	59,6	56,6	55,5	53,8
Casa de amigos ou parentes	17	24,3	26,1	25,9	27,3
Casa alugada	3,2	8,1	8	7,4	8,4
Casa própria	1,9	2,8	3,4	4,3	3,9
Camping ou albergue	1,4	2	2,4	2,7	3,4
Resort *	-	1,7	2,1	2,5	2,1
Outros	3,7	1,5	1,4	1,7	1,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

\* Em 2000, a categoria não existia estando englobada nos Outros

Fonte: Embratur (2010c, 2001)

Nota: O conceito de Pousada no Brasil está mais associado a um tipo de alojamento informal (tipo Pensão ou Albergaria, no actual quadro legislativo português) e não à noção de Pousada como conhecido em Portugal. Mesmo assim, existem Pousadas que, pelo seu requinte e serviço, mais se parecem com pequenos hotéis de charme

Anexo 15c.

Perfil da procura turística internacional – Destinos mais visitados (2000-2008)

<b>Destinos mais visitados</b>	<b>2000</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
Rio de Janeiro (RJ)	34,1	31,5	30,2	30,2	29,1
Foz de Iguaçu (PR)	12,9	17	17,1	16,1	19
Florianópolis (SC)	18,7	12,1	15,1	15,3	16,9
São Paulo (SP)	19,6	13,6	12,6	13,7	14,9
Savador (BA)	13,5	11,5	11,4	10,2	8,7

Fonte: Embratur (2010c, 2001)

Anexo 15d.

Perfil da procura turística internacional – Tomada de decisão (2000-2008)

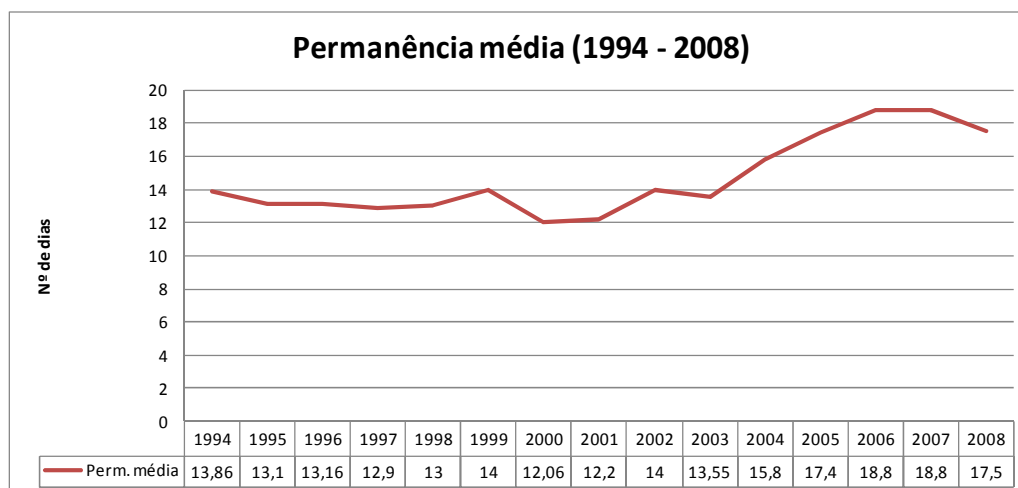
<b>Tomada de decisão</b>	<b>2000</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
Amigos e parentes	44,1	43,1	39,7	38,4	30,7
Internet	6,8	19,9	19,9	24,4	27,6
Viagem corporativa	-	16,9	19,5	17,9	17,1
Agência de viagens	-	-	8,5	8,6	13,6
Guias turísticos impressos	16,9	8,4	7,5	5,8	6,5
Feiras, eventos e congressos	-	-	-	1,3	1,6
Folders e brochuras	-	1,1	0,4	0,5	0,4
Outros *	32,2	10,6	4,5	3,1	2,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

\* 2000: Outros - Televisão: 13,7%; Revista - 5,1%; Jornal - 3,4%; Outros meios de comunicação: 10,1%

Fonte: Embratur (2010c, 2001)

Anexo 15e.

Perfil da procura turística internacional – Permanência média (1994-2008)



Fonte: Embratur (2010c, 2005b, 2004-2001)

Anexo 15f.

Perfil da procura turística internacional – Avaliação da viagem (2005-2008)

Avaliação da viagem (%)	2005		2006		2007		2008	
	Positivo	Negativo	Positivo	Negativo	Positivo	Negativo	Positivo	Negativo
<b>Infraestruturas</b>								
. Limpeza pública	78,7	21,3	78,3	21,7	78,4	21,6	80,1	19,9
. Segurança pública	78,6	21,4	76,8	23,2	78,8	21,2	79,8	20,2
. Serviço de Taxi	89,6	10,4	89,7	10,3	90,5	9,5	90,8	9,2
. Transportes públicos	84,6	15,4	83	17	82,2	17,8	83	17
. Telecomunicações	77	23	78,8	21,2	79,8	20,2	76,6	23,4
. Sinalização turística	75,4	<b>24,6</b>	74,6	25,4	73,8	26,2	75,4	24,6
<b>Infraestruturas Turísticas</b>								
. Aeroportos	86,9	13,1	85,9	14,1	80,2	19,8	82,2	17,8
. Rodovias	-	-	84,1	15,9	66,8	<b>33,2</b>	63,8	<b>36,2</b>
. Restaurante	95	5	94,9	5,1	95,1	4,9	95,6	4,4
. Alojamento	95,5	4,5	95,2	4,8	95,6	4,4	94,5	5,5
. Diversão noturna	91,9	8,1	90,2	9,8	91,4	8,6	90,1	9,9
<b>Serviços Turísticos</b>								
. Guias de turismo	90,8	9,2	90,3	9,7	91,9	8,1	90,1	9,9
. Informação turística	87,3	12,7	85,5	14,5	86,5	13,5	86,2	13,8
. Hospitalidade	<b>98</b>	2	<b>98</b>	2	<b>97,5</b>	2,5	<b>98,2</b>	1,8
. Gastronomia	96,1	3,9	95	5	96	4	96	4
. Preços	-	-	68,1	<b>31,9</b>	67,4	32,6	66,6	33,4

Fonte: Embratur (2010c)

## Anexo 16.

### Desembarque de passageiros nos aeroportos brasileiros (1995-2009)

Desembarque de passageiros (1995 -2008)												
Mês	Voos Nacionais				Voos Internacionais				TOTAL			
	Regulares	% Cresc.	Não Regulares	% Cresc.	Regulares	% Cresc.	Não Regulares	% Cresc.	Regulares	% Cresc.	Não Regulares	% Cresc.
1995	15.150.666		1.622.748		2.936.081		413.912		18.086.747		2.036.660	
2000	26.934.289	77,8%	2.037.033	25,5%	5.195.010	76,9%	222.643	-46,2%	32.129.299	77,6%	2.259.676	11,0%
2001	30.071.216	11,6%	2.544.680	24,9%	4.800.901	-7,6%	189.515	-14,9%	34.872.117	8,5%	2.734.195	21,0%
2002	30.250.808	0,6%	2.694.476	5,9%	4.528.445	-5,7%	101.669	-46,4%	34.779.253	-0,3%	2.796.145	2,3%
2003	28.534.658	-5,7%	2.207.379	-18,1%	5.203.193	14,9%	172.157	69,3%	33.737.851	-3,0%	2.379.536	-14,9%
2004	33.727.312	18,2%	2.827.213	28,1%	5.851.906	12,5%	333.304	93,6%	39.579.218	17,3%	3.160.517	32,8%
2005	39.877.656	18,2%	3.218.172	13,8%	6.438.579	10,0%	349.654	4,9%	46.316.235	17,0%	3.567.826	12,9%
2006	43.618.632	9,4%	2.727.196	-15,3%	5.943.665	-7,7%	423.514	21,1%	49.562.297	7,0%	3.150.710	-11,7%
2007	47.549.518	9,0%	2.452.951	-10,1%	6.056.219	1,9%	358.934	-15,2%	53.605.737	8,2%	2.811.885	-10,8%
2008	46.583.326	-2,0%	2.119.156	-13,6%	6.270.576	3,5%	263.687	-26,5%	52.853.902	-1,4%	2.382.843	-15,3%
2009	53.915.987	15,7%	2.108.157	-0,5%	6.306.466	0,6%	204.487	-22,5%	60.222.453	13,9%	2.312.644	-2,9%

Fonte: Embratur (2010b, 2005b)

Anexo 17a.

Movimentos de aeronaves entre Portugal/Brasil  
Companhias aéreas (2000-2009)

Companhia Aérea	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Voos não regulares										
Air Luxor		30	46	108	176	217	2			
British Airways										2
BRA					29	214	173	16		
Euroatlantic	10	12	4	52	13	14	73	61	44	
Luzair						8		16		
OceanAir									13	
Sata Internacional		10		14	6	4	29	104	98	2
TAM									1	
TAP Portugal		9			1			2	2	
Transbrasil		1								
Varig		4	6		4		26	11		
White							100	162	58	35
YES		56	91	165	143	188	3			
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>122</b>	<b>147</b>	<b>339</b>	<b>372</b>	<b>645</b>	<b>406</b>	<b>372</b>	<b>216</b>	<b>39</b>
Voos Regulares										
BRA							161	371		
TAP Portugal	1.984	3.168	3.637	4.017	4.838	5.223	5.647	6.324	6.770	5.880
Transbrasil	728	284								
Varig	730	800	793	814	1.120	1.007	403			
<b>TOTAL</b>	<b>3.442</b>	<b>4.252</b>	<b>4.430</b>	<b>4.831</b>	<b>5.958</b>	<b>6.230</b>	<b>6.211</b>	<b>6.695</b>	<b>6.770</b>	<b>5.880</b>

Nota: Não inclui tráfego de ligação e aviação executiva

Fonte: ANA – Aeroportos de Portugal

Anexo 17b.

Tráfego comercial de passageiros entre Portugal/Brasil  
Companhias aéreas (2000-2009)

Companhia Aérea	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Voos não regulares										
Air Luxor		5.457	12.913	20.524	53.949	63.148	553			
British Airways										535
BRA					5.556	48.704	29.930	1.291		
Euroatlantic	1.557	3.100	930	11.790	2.953	2.851	12.068	10.332	6.175	
Luzair						2.238		2.483		
OceanAir									2.780	
Sata Internacional		2.191		2.360	1.248	584	5.075	17.628	17.404	452
TAM									230	
TAP Portugal		826			32			334	191	
Transbrasil		185								
Varig		309	657		531		4.983	1.945		
White							21.242	34.622	11.552	7.224
YES		11.329	21.977	38.459	31.529	40.029	566			
<b>TOTAL</b>	<b>1.557</b>	<b>23.397</b>	<b>36.477</b>	<b>73.133</b>	<b>95.798</b>	<b>157.554</b>	<b>74.417</b>	<b>68.635</b>	<b>38.332</b>	<b>8.211</b>
Voos Regulares										
BRA							23.606	47.298		
TAP Portugal	331.345	392.134	488.808	567.879	666.568	745.734	878.874	1.027.410	1.233.185	1.176.777
Transbrasil	107.266	36.042								
Varig	102.595	99.868	111.834	136.831	207.728	188.691	78.295			
<b>TOTAL</b>	<b>541.206</b>	<b>528.044</b>	<b>600.642</b>	<b>704.710</b>	<b>874.296</b>	<b>934.425</b>	<b>980.775</b>	<b>1.074.708</b>	<b>1.233.185</b>	<b>1.176.777</b>

Nota: Não inclui tráfego de ligação e aviação executiva

Fonte: ANA – Aeroportos de Portugal

Anexo 18a.

Movimento de aeronaves entre Portugal/Brasil – Destinos (2000-2009)

Companhias aéreas não regulares

Destinos	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Voos não regulares										
Brasília							1		2	
Belém		1								
Fortaleza		3	16	60	63	79	17	15	6	
João Pessoa	10	20								
Maceió		52	28	74	25	13	23	2	2	6
Manaus				1			2			
Natal		20	91	152	180	279	226	136	85	20
Porto Seguro			1	42	11	85	47	63	70	
Recife		11		1	42	93	29	77	12	
Rio de Janeiro		1	6	4	4	94	1	3		
Salvador		6	3	5	47		36	69	38	11
São Luis							11	5		
São Paulo		8	2			2	13	2	1	2
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>122</b>	<b>147</b>	<b>339</b>	<b>372</b>	<b>645</b>	<b>406</b>	<b>372</b>	<b>216</b>	<b>39</b>

Nota: Não inclui tráfego de ligação e aviação executiva

Fonte: ANA – Aeroportos de Portugal

Anexo 18b.

Tráfego comercial de passageiros entre Portugal/Brasil – Destinos (2000-2009)

Companhias aéreas não regulares

Destinos	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Voos não regulares										
Brasília							72		191	
Belém		185								
Fortaleza		365	2.129	8.452	19.604	22.617	1.870	2.085	604	
João Pessoa	1.577	4.617								
Maceió		11.190	10.289	14.956	8.475	9.248	2.210	348	452	1.388
Manaus				160			190			
Natal		3.447	21.977	35.674	39.139	53.117	41.047	27.181	12.770	4.348
Porto Seguro			109	12.193	3.710	32.455	14.813	13.845	15.237	
Recife		1.922		175	12.826	23.137	5.289	14.446	3.946	
Rio de Janeiro		102	586	433	519		72	372		
Salvador		845	832	1.090	11.257	16.606	5.757	9.032	4.902	1.940
São Luis							1.663	1.054		
São Paulo		724	555		268	374	1.434	272	230	535
<b>TOTAL</b>	<b>1.577</b>	<b>23.397</b>	<b>36.477</b>	<b>73.133</b>	<b>95.798</b>	<b>157.554</b>	<b>74.417</b>	<b>68.635</b>	<b>38.332</b>	<b>8.211</b>

Nota: Não inclui tráfego de ligação e aviação executiva

Fonte: ANA – Aeroportos de Portugal

### Anexo 19a.

#### Movimento de aeronaves entre Portugal/Brasil – Destinos (2000-2009)

##### Companhias aéreas regulares

Voos Regulares										
Belém		2								
Belo Horizonte									455	473
Brasília								237	662	633
Fortaleza	112	174	278	505	787	744	738	762	699	642
Maceió							18			
Manaus										
Natal	51	11	1	29	260	412	506	553	470	436
Porto Alegre	2			18	28					
Porto Seguro			2				22	48		
Recife	669	745	658	696	722	772	796	843	698	627
Rio de Janeiro	1.060	1.620	1.684	1.698	1.943	1.555	1.499	1.740	1.582	1.213
Salvador	123	297	497	635	862	823	830	730	711	657
São Paulo	1.425	1.403	1.310	1.250	1.356	1.924	1.802	1.782	1.493	1.199
<b>TOTAL</b>	<b>3.442</b>	<b>4.252</b>	<b>4.430</b>	<b>4.831</b>	<b>5.958</b>	<b>6.230</b>	<b>6.211</b>	<b>6.695</b>	<b>6.770</b>	<b>5.880</b>

Nota: Não inclui tráfego de ligação e aviação executiva

Fonte: ANA – Aeroportos de Portugal

### Anexo 19b.

#### Tráfego comercial de passageiros entre Portugal/Brasil – Destinos (2000-2009)

##### Companhias aéreas regulares

Destinos	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Voos Regulares										
Belém	311	378								
Belo Horizonte	129								77.068	84.823
Brasília								45.806	116.250	123.862
Fortaleza	31.839	27.352	51.314	83.077	114.902	122.705	122.785	133.462	141.821	135.373
Maceió							793			
Manaus					66					
Natal	7.586	815	132	2.348	37.615	58.202	76.173	86.233	75.555	74.855
Porto Alegre	326									
Porto Seguro			1.165	5.216	18.092	6.852	11.355	11.346		
Recife	100.851	112.407	102.088	113.401	116.232	128.736	132.264	128.648	124.472	118.463
Rio de Janeiro	160.813	150.617	142.672	161.661	193.709	198.686	219.060	258.604	283.669	250.257
Salvador	21.888	43.646	67.769	97.403	133.089	138.582	156.455	134.253	131.448	133.288
São Paulo	217.463	192.829	235.502	241.604	260.591	280.662	261.800	276.356	282.902	255.856
<b>TOTAL</b>	<b>541.206</b>	<b>528.044</b>	<b>600.642</b>	<b>704.710</b>	<b>874.296</b>	<b>934.425</b>	<b>980.685</b>	<b>1.074.708</b>	<b>1.233.185</b>	<b>1.176.777</b>

Nota: Não inclui tráfego de ligação e aviação executiva

Fonte: ANA – Aeroportos de Portugal

## Anexo 20.

### Voos TAP para o Brasil (2000-2010) – Verão IATA

	Ver 00	Ver 01	Ver 02	Ver 03	Ver 04	Ver 05	Ver 06	Ver 07	Ver 08	Ver 09	Ver 10
<b>Lisboa/Rio de Janeiro</b>				6/7 (thru OPO)	6/7 (thru OPO)	7/7	7/7	3/7 + 4/7 thru OPO	12/7	12/7	12/7
<b>Porto/Rio de Janeiro</b>								3/7 thru LIS	3/7	3/7	3/7
<b>Lisboa/São Paulo (GRU)</b>				7/7 (thru OPO)	7/7 (thru OPO)	7/7	7/7	4/7 + 3/7 thru OPO	11/7	11/7	11/7
<b>Lisboa/São Paulo (VCP)</b>											3/7
<b>Porto/São Paulo (GRU)</b>								3/7 thru LIS	3/7	3/7	3/7
<b>Lisboa/Brasília</b>	n.d.	n.d.	n.d.					3/7	6/7	7/7	7/7
<b>Lisboa/Belo Horizonte</b>									5/7	5/7	6/7
<b>Lisboa/Recife</b>				7/7	7/7	7/7	7/7	7/7	7/7	7/7	7/7
<b>Lisboa/Fortaleza</b>				3/7	7/7	7/7	7/7	7/7	7/7	7/7	7/7
<b>Lisboa/Salvador</b>				5/7	7/7	7/7	7/7	7/7	6/7	7/7	7/7
<b>Porto/Salvador</b>									1/7		
<b>Lisboa/Natal</b>					3/7	4/7	5/7	5/7	5/7	5/7	4/7

Nota: GRU - Aeroporto de Guarulhos; VCP - Aeroporto de Vila Rica

Fonte: TAP Portugal

## Anexo 21.

### Voos TAP para o Brasil (2000-2010) – Inverno IATA

	Inv 00/01	Inv 01/02	Inv 02/03	Inv 03/04	Inv 04/05	Inv 05/06	Inv 06/07	Inv 07/08	Inv 08/09	Inv 09/10
<b>Lisboa/Rio de Janeiro</b>	4/7 (1 via OPO)	5/7 (thru OPO)	6/7 (thru OPO)	6/7 (thru OPO)	6/7 (thru OPO) + 1 cont GRU	6/7 thru OPO	3/7 + 4/7 via OPO	8/7 + 3/7 via OPO	10/7	10/7
<b>Porto/Rio de Janeiro</b>							3/7	4/7 via LIS	2/7	2/7
<b>Lisboa/São Paulo (GRU)</b>	5/7 (1 via OPO)	7/7 (thru OPO)	7/7 (thru OPO)	7/7 (thru OPO)	6/7 (thru OPO) + 1 via GIG	7/7 thru OPO	3/7 + 4/7 via OPO	8/7 + 3/7 via OPO	11/7	10/7
<b>Porto/São Paulo (GRU)</b>							3/7	3/7 via LIS	2/7	2/7
<b>Lisboa/Brasília</b>								5/7	7/7	6/7
<b>Lisboa/Belo Horizonte</b>								5/7 (eff 1Fev)	5/7	5/7
<b>Lisboa/Recife</b>	5/7 (1 via OPO)	5/7	7/7	7/7	7/7	7/7	7/7	7/7	6/7	6/7
<b>Lisboa/Fortaleza</b>	3/7 (1 via SSA)	2/7 (via REC)	3/7	4/7	7/7	7/7	7/7	7/7	7/7	6/7
<b>Lisboa/Salvador</b>	3/7 (2 via FOR)	3/7	5/7	6/7	7/7	7/7	7/7	7/7	7/7	6/7
<b>Lisboa/Natal</b>	1/7 (via REC)				3/7	6/7	6/7	5/7	4/7	4/7

Nota: GRU - Aeroporto de Guarulhos

Fonte: TAP Portugal

Anexo 22.

Peso do mercado do Brasil para a rede TAP (2000-2010)

Anos	Peso do Brasil	
	Receita	F/C
2000	15%	6%
2001	17%	7%
2002	19%	8%
2003	21%	10%
2004	23%	10%
2005	25%	11%
2006	29%	12%
2007	29%	15%
2008	29%	14%
2009	29%	13%

Fonte: TAP Portugal

Anexo 23a.

Perfil da procura do turista português no Brasil

Motivo da visita (2000-2008)

Motivo	2000	2005	2006	2007	2008
Lazer *	82,32	47,6	43,9	42,5	35,6
Negócios, Eventos e Convenções	8,83	18,6	17,6	17,5	18,2
Outros motivos	8,8	33,8	38,5	40	46,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

\* Em 2000, a categoria designava-se Turismo

Fonte: Embratur (2010c, 2001)

Anexo 23b.

Perfil da procura do turista português no Brasil

Tipo de alojamento utilizado (2000-2008)

Tipo de Alojamento utilizado	2000	2005	2006	2007	2008
Hotel, Flat ou Pousada	85,13	54	45,6	42,5	38
Casa de amigos ou parentes	10,5	32,8	40	42,2	43,8
Casa alugada	2,92	1,1	2,3	1,6	2,3
Casa própria	0,58	5,6	5,1	6,7	8
Camping ou albergue		0,4	0,3	0,3	1
Resort *	-	4,8	5,4	5,4	6,6
Outros	0,87	1,3	1,3	1,3	0,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

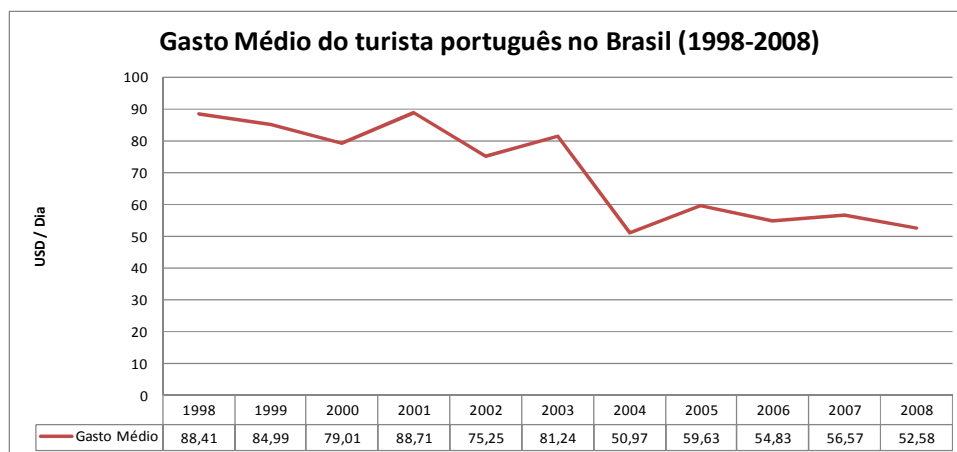
\* Em 2000, a categoria não existia estando englobada nos Outros

Fonte: Embratur (2010c, 2001)

Nota: O conceito de Pousada no Brasil está mais associado a um tipo de alojamento informal (tipo Pensão ou Albergaria, no actual quadro legislativo português) e não à noção de Pousada como conhecido em Portugal. Mesmo assim, existem Pousadas que, pelo seu requinte e serviço, mais se parecem com pequenos hotéis de charme

Anexo 23c.

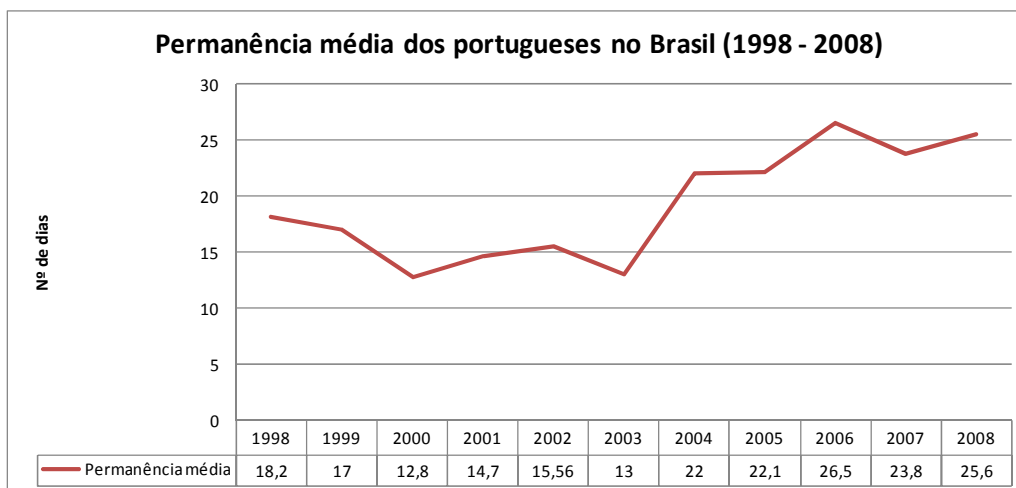
Gasto médio do turista português no Brasil (1998-2008)



Fonte: Embratur (2010c, 2009b, 2005b, 2004-2001)

Anexo 23d.

Perfil da procura do turista português no Brasil – Permanência média (1998-2008)



Fonte: Embratur (2010c, 2005b, 2004-2001)

Anexo 23e.

Perfil da procura do turista português no Brasil

Destinos mais visitados em lazer (2000-2008)

Destinos mais visitados	2000	2005	2006	2007	2008
Rio de Janeiro (RJ)	20,68	16,7	17,3	19,6	17,5
Savador (BA)	13,86	15,2	12,7	15,3	17,3
Natal (RN)	12,05	18,3	17,6	17,5	12,4
Tibau do Sul (Pipa) (RN)	-	7,9	9,9	6,7	9,9
Fortaleza (CE)	24,77	14,3	9,6	6,6	9,1

Nota: Em 2000, a avaliação era global. Anos seguintes - visita em lazer

Fonte: Embratur (2010c, 2001)

Anexo 23f.

Perfil da procura do turista português no Brasil

Organização da viagem (2000-2008)

Tomada de decisão	2000	2005	2006	2007	2008
Amigos e parentes	44,97	53,7	50,9	51,6	37,6
Internet	6,43	16,5	18,8	16,9	25,8
Viagem corporativa	-	7,3	10,4	8,3	12,1
Agência de viagens		-	12,9	17,7	18,9
Guias turísticos impressos		6,3	2,5	2,6	2,2
Feiras, eventos e congressos		-	-	1	1,8
Folders e brochuras	4,09	1,4	0	0,3	0,1
Outros *	44,5	14,8	4,5	1,6	1,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

\* 2000: Outros - Televisão: 25,3%; Revista - 3,5%; Jornal - 1,2%; Outros meios de comunicação: 14,5%

Fonte: Embratur (2010c, 2001)

Anexo 23g.

Perfil da procura do turista português no Brasil

Avaliação da viagem (2005-2008)

Avaliação da viagem (%)	2005		2006		2007		2008	
	Positivo	Negativo	Positivo	Negativo	Positivo	Negativo	Positivo	Negativo
<b>Infraestruturas</b>								
. Limpeza pública	59,1	<b>40,9</b>	60,2	39,8	64,1	35,9	62,5	37,5
. Segurança pública	72,6	27,4	67,2	32,8	69,8	30,2	71,9	28,1
. Serviço de Taxi	88,5	11,5	89,5	10,5	89,9	10,1	88,1	11,9
. Transportes públicos	73,6	26,4	71,2	28,8	72,3	27,7	69	31
. Telecomunicações	79,6	20,4	77,6	22,4	78,1	21,9	71,8	28,2
. Sinalização turística	61,9	38,1	63,5	36,5	64,2	35,8	65,7	34,3
<b>Infraestruturas Turísticas</b>								
. Aeroportos	87	13	83,4	16,6	82,5	17,5	84,4	15,6
. Rodovias	-	-	41	<b>59</b>	48	<b>52</b>	36,5	<b>63,5</b>
. Restaurante	94	6	92,4	7,6	91,9	8,1	93,7	6,3
. Alojamento	91,3	8,7	92,7	7,3	93,8	6,2	92,9	7,1
. Diversão nocturna	86,1	13,9	86	14	88,5	11,5	87	13
<b>Serviços Turísticos</b>								
. Guias de turismo	92	8	93	7	91,4	8,6	91,4	8,6
. Informação turística	85	15	84,4	15,6	86,1	13,9	82,8	17,2
. Hospitalidade	<b>98,5</b>	1,5	<b>97,7</b>	2,3	<b>98,6</b>	1,4	<b>98,2</b>	1,8
. Gastronomia	97,4	2,6	95,8	4,2	96,8	3,2	96,3	3,7
. Preços	-	-	71,3	28,7	71,9	28,1	66,1	33,9

Fonte: Embratur (2010c)

## Questionário

Tema da dissertação – “A importância do transporte aéreo no turismo – o caso dos voos *charters* para o Brasil”

Nome: **Luiz da Gama Mór**

Empresa: TAP Portugal

Função: Vice-Presidente Executivo

### 1. Como caracteriza a evolução do turismo português para o Brasil ao longo da última década (2000-2009)?

Desde sempre existiram relações históricas, culturais e comerciais muito activas e importantes entre ambos os Países.

Algumas das questões chave que terão levado ao aparecimento dos *charters* já viriam desde os anos 90 e estavam relacionadas com essa relação umbilical entre portugueses e brasileiros, ao imaginário do Brasil como destino de férias dos portugueses e também ao facto de os grandes investidores portugueses já terem iniciado uma série de investimentos no Brasil, em particular na hotelaria. A própria TAP já fazia alguns voos para o Nordeste e para o Cone Sul, combinando Rio de Janeiro e São Paulo.

O salto maior foi dado quando se começa a sentir que a procura estava reprimida, situação que decorria do facto de o mercado pretender mais voos, esbarrando na visão do INAC e da TAP, que consideravam que não se devia voar, em *charter*, para os destinos que a transportadora nacional operava.

A primeira decisão objectiva que vem alterar este processo, decorreu da comunicação da TAP ao INAC de que seria vantajosa para todos a abertura do mercado, ou seja, deveria ser o mercado a regular-se sem quaisquer restrições de *charters* para o Nordeste.

A segunda decisão, interna da companhia, levou a própria TAP a organizar-se para o Nordeste, à medida que a procura ia crescendo.

Deve-se salientar que os acordos bilaterais sempre permitiram as operações *charters*. A aplicação do acordo dava espaço ao INAC para a aprovação de *charters*, porque essa aprovação era *ad-hoc*. O Brasil nunca restringiu os *charters*, pois era algo que estaria a ir contra o desenvolvimento do turismo.

As maiores alterações acontecerem para as companhias aéreas regulares pois, a dada altura, o acordo bilateral passou a prever dupla designação, o que levou que viessem para o mercado a Transbrasil (além da Varig), mantendo-se restrições ao número de voos (7 ou 14 voos no total).

Mas como havia boa vontade da ANAC Brasileira, por causa dos projectos do Nordeste e do desenvolvimento do turismo, havia sempre uma autorização precária (através da definição de uma bolsa de lugares) que ia autorizando e aprovando as operações para aquela região.

Em nenhum momento, nem mesmo para os charters, houve ou terá havido qualquer restrição de oferta. Só houve dificuldades, na última etapa de crescimento em São Paulo, já decorrente, não dos acordos bilaterais mas por infra-estrutura aeroportuária. A TAP está indo para Campinas, em Julho, com 3 voos semanais e não teve nenhuma dificuldade institucional para viabilizar esses voos.

A demanda que o Brasil coloca sobre a TAP tem sido nos últimos anos muito maior que a capacidade da Companhia para a atender. Existem mesmo destinos que continuam a querer que se voe de/para lá, mas a TAP não tem de momento capacidade de frota disponível ou porque não é, de momento, viável uma operação regular para certos destinos.

De um modo geral, o Acordo Bilateral nunca foi obstáculo. O que existia era uma política de protecção à TAP.

Quando se deu a abertura aos charters e começou a aumentar a procura, deu também para as operadoras se organizarem, porque também elas estavam limitadas na oferta.

Tivemos também empresas regulares a fazer serviço de charter (caso da Transbrasil com a terraBrasil em 2000/01) e, mais tarde, a BRA que era charter, no início, e depois começou a operar como regular.

Essa situação não chegava a criar problemas à TAP, pois à medida que se desenvolvia o mercado, quer por iniciativa dos charters quer das regulares que operavam para Portugal, íamos desenvolvendo em paralelo, quer novos voos para o Brasil quer o nosso *hub* de Lisboa, o que permitia equilibrar e dar sustentação às rotas e à rede da empresa.

A TAP ia tendo produto para responder ao mercado português, ao mesmo tempo que lhe permitia ter também produto na Europa para vender e fazer crescer o negócio (na Itália, na Alemanha, na Espanha e também na França e Escandinávia e outros). A Europa conseguia dar igualmente sustentação para manter e alimentar o produto.

A TAP tem hoje 70 voos semanais para o Brasil e se os tem é porque existe demanda suficiente para esses voos. O mercado cresceu e vai continuar a crescer.

## **2. Como contextualiza a evolução do mercado *charter* neste processo?**

A partir do momento de abertura da TAP aos charters era esperada uma reacção e uma ofensiva dos operadores turísticos, como veio a acontecer.

Sabia-se que existia um risco, em especial, ao nível dos preços, mas os motivos principais que levaram a essa abertura, foram:

1º - As operadoras e os portugueses precisavam de produtos novos. Ou se abria para o Nordeste ou esses turistas iam para outro lado, porque a demanda estava reprimida.

Por outro lado, era importante a entrada dos operadores para desenvolver o destino e, ao desenvolverem o destino, cria-se um círculo virtuoso de crescimento, isto é, se tem procura começa a ter mais investimento e mais promoção, se tem mais investimento e mais promoção, o destino torna-se mais conhecido e, como tal, tem mais procura.

No médio prazo, como se veio a verificar, quanto mais crescer o mercado, melhor para a companhia aérea regular, que está melhor posicionada no mercado. Colocando mais oferta regular, pelo efeito da curva S, vai-se ganhar *capacity share* e uma posição competitiva sustentável no longo prazo.

2º - A procura tem uma forte sazonalidade, em especial em Agosto onde se multiplica 3 a 5 vezes. Jamais uma companhia aérea regular vai conseguir satisfazer essa procura.

Portanto, é natural e saudável que exista, por um lado, o transporte aéreo charter porque, por maior capacidade que tenha uma companhia regular, a sua oferta de lugares será sempre limitada. E não vai ter avião parado ao longo do ano, só para poder satisfazer os períodos de alta temporada. O Verão é assim o grande momento dos charters.

Com essa abertura, com o crescimento dos charters, aconteceu o que se esperava, ou seja, o mercado aqueceu, os investimentos dos operadores e a abertura a novos mercados ajudaram ao conhecimento dos destinos levando a um “boom” para o Brasil e, um dado importante, os investimentos dos portugueses no Brasil continuaram, agora mais virados para aquisição de segunda residência (o que gera tráfego ao longo do ano).

Durante esse período houve mais alguns factores importantes que vieram acrescentar aos factores objectivos mencionados antes e que foram o câmbio da moeda. Essa vantagem fazia com que o Nordeste fosse barato para os portugueses.

E atendendo à dimensão do País, foi possível ir criando novidades para os turistas voltarem ano após ano. Primeiramente com Fortaleza, depois Natal, Pipa, Salvador, Porto Seguro, ou seja, este movimento foi grande e suficientemente lento para manter as novidades no mercado durante algum tempo.

### 3. Quais os principais factores que contribuíram para os resultados atingidos?

Podemos falar numa conjugação de factores e que, resumidamente serão os seguintes:

- Investimentos de portugueses no Brasil e mercado de segunda habitação em crescimento;
- Facilidade da língua e imaginário dos portugueses ligado ao destino;
- Impacto do câmbio, como o principal motivo capaz de influenciar fluxos;
- Construção do Ministério do Turismo, na promoção dos destinos brasileiros e lançamento de produtos cada vez mais especializados, atendendo várias motivações;
- Investimento promocional dos Estados Brasileiros no início, que ajudou ao mais fácil lançamento dos destinos;
- Lançamento das operações charters, capazes de promover fluxos importantes de turistas e abrindo mercado;
- Aposta da TAP no *hub* em Lisboa, como plataforma giratória de tráfego, permitindo aumentar o fluxo da Europa e dar sustentabilidade ao aumento da oferta de voos.

### 4. Nos últimos anos, assistiu-se a uma queda do número de voos *charters* para o Brasil. Que razões poderão estar na sua origem?

A dinâmica do mercado, a abertura e a própria competitividade levou as operadoras a colocarem ofertas crescentes, muitas vezes em excesso.

Cada operadora colocava no mercado a capacidade relativa ao mercado e não ao seu peso relativo nesse mercado, o que se veio a traduzir num excesso de lugares e, consequentemente, uma grande pressão sobre o preço.

Quando há um excesso de oferta, cai o preço, os mais fortes sobrevivem, os mais fracos abandonam o mercado e volta-se a um equilíbrio da oferta na próxima estação. O mercado vai-se ajustando.

O que aconteceu é que o excesso de oferta baixou o preço e baixou também a qualidade do produto, pois a necessidade de vender cada vez mais barato, começou a deteriorar esse produto. As operadoras foram forçadas a pressionar a hotelaria, os receptivos e, como tal, a ter pacotes mais baratos.

O Brasil, neste aspecto, também não conseguiu responder ou evoluir ao nível da qualidade do serviço prestado e na sua promoção. E a concorrência hoje é muito forte e a competitividade dos destinos cada vez mais decisiva.

A Embratur tem desempenhado um papel importante, mas os Estados praticamente deixaram de investir e não conseguem criar diferenciação de produtos.

Depois com a valorização do real começou um fenómeno de câmbio e que foi decisivo. O relativo esfriamento do Brasil começa nessa altura. Os problemas do destino, já focados, seriam compensados se o preço fosse bom. Sendo caro, os outros problemas aparecem de forma mais forte.

O câmbio fez com que o destino ficasse muito mais caro do que era antes. Por outro lado, a própria guerra de preços das operadoras já tinha criado uma percepção no consumidor do valor a pagar por uma semana ou 15 dias de férias no Brasil.

Por último, um certo esgotamento. O mercado português é pequeno. A competição também mudou, na qualidade e percepção do produto sol e praia, com novos destinos (Turquia, Tunísia e, principalmente, Caraíbas).

A entrada dos operadores espanhóis em Portugal, com uma oferta muito grande desde Espanha para as Caraíbas, com a crise - e porque tinham compromissos já assumidos e /ou são donos da hotelaria - começaram claramente a subsidiar o produto. Produto esse que é bom, apostado num “tudo incluído” e que, com câmbio favorável, se tornou ainda mais competitivo, ao contrário do Brasil, que continuava a ter dificuldades em apresentar um produto novo, diferente.

Isto levou a que, nesta fase suicida, os operadores provavelmente tenham perdido dinheiro, mas aprenderam e voltaram a trazer racionalidade ao negócio, pois ninguém quer perder dinheiro durante muito tempo.

A possibilidade de continuarem a oferecer no mercado o destino Brasil, mas sem risco, oportunidade criada pela TAP, levou-os a abandonarem os charters para o Brasil e a programarem as operações com a TAP, com ganhos para todos.

##### **5. Como vê o desenvolvimento dos voos da TAP Portugal para o Brasil ao longo dos anos e quais os seus impactos no mercado *charter*?**

Há medida que os mercados e os destinos no Brasil se iam consolidando, e a frota o permitia, fomos estudando novas oportunidades para novas linhas. Isso levou ao plano de expansão em curso e que levou à abertura recente de Campinas, em São Paulo.

O momento de viragem, deu-se com a renovação de frota de longo curso, com a entrada dos novos A330.

A troca dos A310 pelos A330, no momento em que não havia essa necessidade de aumentar a oferta, mas por necessidades da sua renovação, veio aumentar o número de lugares no mercado. Em rigor, o custo do voo dos A330 não diferia do dos A310 mas tínhamos mais lugares, o que se traduzia num custo idêntico, a mesma receita mas um *Load Factor* mais baixo.

Com tínhamos esse espaço disponível no avião, foi a oportunidade para se fazer um acordo com as operadoras e tentar ajudar a trazer alguma racionalidade ao negócio. Era bom para as operadoras que, durante a época baixa, continuavam a programar os seus destinos com lugares à disposição e era bom para a TAP que assim rentabilizava esse

espaço adicional. O produto, para o mercado, podia não ficar com um preço tão competitivo quanto o seria em charter, mas dava para as operadoras manterem o produto no mercado.

Era um produto melhor, dava maior flexibilidade aos operadores que o charter não permitia e, principalmente, sem risco.

Esta situação, que ainda se mantém, levou a que o mercado estabilizasse, com o charter a voltar apenas na alta temporada – Verão, Páscoa e final do ano.

Nota-se um certo aquecimento no mercado mas não ao nível do que era anteriormente. Com esta situação, o mercado ficou mais sadio.

Não existe um excesso de oferta e também já não há preços a 399 Euros!

## **6. Que futuro para o mercado *charter* para o Brasil? Principais oportunidades e ameaças?**

O mercado charter vai manter-se consistente e com futuro nos próximos tempos. O grande concorrente do charter (e ao mesmo tempo do operador turístico) são as LCC que permitem ao cliente conseguir construir o seu pacote a um preço competitivo. Onde há LCC a tendência é o operador se afastar (veja-se o exemplo do que está a acontecer em Faro, onde houve uma transferência dos passageiros de pacote turístico para as LCC).

No *long-haul* não existe ainda este fenómeno de LCC, apesar de algumas tentativas. Mas quem conseguir não vai ter uma diferença de custos muito grande, porque a taxa de utilização da aeronave já é muito elevada e, como tal, não existe muito por onde diluir os custos fixos.

Assim, principalmente entre Portugal e Brasil, não acredito que o operador venha a ser atacado por alguma LCC. Pelo contrário, acho que são destinos nicho para as operadoras, que voam para lugares onde as LCC não voam.

O Nordeste é um destino consistente, onde continua a haver grandes investimentos em infra-estruturas. Sob o ponto de vista do custo teórico, ele é o mesmo das Caraíbas ou até menor, atendendo ao tempo de voo que é menor.

Depois temos as facilidades da língua, de aproximação cultural. As oportunidades continuam a existir para o Brasil e a diversidade de destinos existentes no País, tanto de praia, cultura ou natureza, ainda têm um grande potencial a desenvolver.

A minha experiência, até por situações de passado no turismo entre o Brasil e a Argentina, diz-me que a principal razão que define fluxos é o câmbio. Câmbio é a grande questão.

Aliás, essa é uma ameaça não só para os charters mas também para as regulares. Veja-se a quantidade de Brasileiros a viajar actualmente para a Europa. A TAP está a crescer

40% ao mês do Brasil para cá. Este fenómeno cai instantaneamente numa eventual desvalorização do real e inverte a direcionalidade do tráfego.

O próprio mercado brasileiro interno cresceu muito, sem risco cambial, e alimenta um mercado interno que não existia anteriormente e que dava espaço às operadoras estrangeiras para negociar. O real ganhou valor e poder negocial.

Considero que os charters não vão descer mais do que está. O que temos hoje é sustentável, existe potencial de crescimento, embora mais circunscrito às necessidades pontuais de época alta (Verão, Páscoa e fim do ano).

Dentro dos próximos tempos, o grande desenvolvimento vai ser do Brasil para a Europa. Assiste-se ao crescimento da classe C brasileira, que faz as suas primeiras viagens para o estrangeiro. O fluxo da Europa para o Brasil já foi pior mas já se sente uma pequena recuperação.

Mas se o real desvaloriza, mesmo que seja pouco, tudo se pode alterar.

Existe um outro aspecto que tem a ver com as operadoras e o seu mercado ligado com a entrada de operadoras espanholas em Portugal e não vejo, tal como acontece com a aviação ou com a hotelaria, um movimento de internacionalização das operadoras portuguesas. A hotelaria, com o Vila Galé e o Pestana, e a TAP, já fez o seu papel. Não vejo o mesmo das operadoras.

A compra da CVC pelo Grupo Carlyle, onde já pertence a Iberojet, pode ser uma ameaça ainda maior para as operadoras portuguesas. Não só os espanhóis estão entrando como agora os brasileiros também estão chegando. A CVC já está a fazer circuitos europeus em autocarro da própria CVC com saída de Lisboa e passando por Portugal, Espanha, França, Suíça e Itália, tal como existiam no antigamente e que se tinham perdido.

Os operadores portugueses vão sempre existir mas em nicho. Ou eles conquistam o Brasil e a Espanha ou vão ser conquistados pelos brasileiros e espanhóis. Não estou a ver, por enquanto, os operadores portugueses com capacidade para internacionalizar. O que é uma pena.

## Questionário

Tema da dissertação – “A importância do transporte aéreo no turismo – o caso dos voos *charters* para o Brasil”

Nome: **Luis Sertório Ovídio**

Empresa: White Airways (\*)

Função: C.E.O.

### 1. Como caracteriza a evolução do turismo português para o Brasil ao longo da última década (2000-2009)?

O Transporte Aéreo é crucial para o turismo pois permite o transporte de turistas para qualquer parte do globo num curto espaço de tempo, libertando tempo para que esses turistas o utilizem como mais gostam. Os turistas podem viajar em voos regulares e nos voos *charters*.

Irei iniciar este enquadramento do mercado português, por uma análise anterior a 2000, e que ajuda a perceber o que se passou no início dos voos *charters* e do crescimento do mercado para o Brasil.

Na década de 90, assistiu-se a um aumento do rendimento disponível em Portugal, em função de um aumento do PIB, que se traduziu num aumento real de salários e uma situação de pleno emprego. Essa situação permitiu à classe média portuguesa apostar mais no turismo.

No fundo levou a que procurassem novos produtos e destinos e começassem a pressionar os operadores e agentes de viagens no sentido de haver mais viagens para o exterior, nomeadamente para destinos de sol e praia. Um dos destinos de sol e praia, no imaginário dos portugueses, era o Brasil, destino barato onde era possível encontrar hotéis mais baratos e fazer umas férias em conta.

O Brasil já era operado pela TAP mas, durante a década de 90, os voos andavam sempre cheios. Esta situação levava a que os operadores turísticos, pressionassem junto das autoridades brasileiras e portuguesas de aviação, no sentido de autorizarem mais capacidade por parte das empresas designadas.

E, de facto, na primeira metade dos anos 90, houve um entendimento entre a TAP e a Varig visando esse aumento de capacidade.

Na segunda metade, houve ainda mais pressão e, em 1998, as autoridades de aviação portuguesas e brasileiras acordaram na designação de mais de uma companhia aérea de cada lado. É nessa altura que aparece, do lado brasileiro, a Transbrasil. Essa situação permitiu à TAP aumentar as suas frequências porque, no caso português, não havendo outra companhia designada a TAP podia utilizar a capacidade que pertenceria à outra.

Temos assim que, até à negociação do novo acordo aéreo, em 1998, o relacionamento aeronáutico existente entre Portugal e o Brasil limitava-se às companhias regulares designadas e que estavam, por sua vez, limitadas aos números de voos semanais que podiam executar (11 voos por semana).

Com a renegociação do acordo aéreo em 1998, foi consagrado o princípio da dupla designação, ou seja, em vez de uma única companhia por País passava agora a poder-se ter 2 companhias designadas, tendo também ficado definido, um aumento do número de voos para os 14.

Nesse acordo, estava ainda previsto o seu aumento para os 16 voos até o ano 2000, voos que depois foram aumentando gradualmente à medida que as consultas entre autoridades iam acontecendo.

Nesta fase, houve uma resposta de abertura do mercado e resposta à procura, conforme era interesse dos operadores turísticos.

Mas a procura aumentou ainda mais.

Em 2000, havia uma grande pressão dos operadores turísticos junto das autoridades portuguesas e brasileiras e junto da própria TAP para se abrir ainda mais as capacidades.

No Congresso da APAVT em Fortaleza (2000) e através da CTP, começava a ser reivindicada a abertura do Brasil ao mercado charter, muito mais quando os operadores já operavam em charter para Cuba e outros destinos nas Caraíbas. Em Novembro, os voos concedidos à TAP passaram para as 21 frequências semanais.

Das pressões dos operadores turísticos junto do INAC, a TAP deu abertura (até porque a TAP já estava a pensar formar a YES) para se abrir aos charters tendo aceite uma proposta do INAC para se dar autorização de voos charters para pontos não operados pela TAP. Essa proposta passava por destinos não operados pela TAP, apenas nos períodos de “peak” e para o Nordeste, de modo a levar turistas portugueses. Para o Cone Sul, os charters estavam proibidos.

A partir de 2000 assiste-se a um reforço da TAP para o Brasil consolidando a sua posição, colocando mais voos entre Lisboa e várias cidades brasileiras e a partir daí é evidente a transferência de tráfego das charters. A TAP transporta não só portugueses mas também muito tráfego de sextas liberdades, tráfego que vem para pontos além Lisboa, porque as companhias brasileiras existentes durante a década de 2000, tiveram grandes dificuldades para servir o próprio tráfego directo.

Também nesta altura se começa a assistir a um aumento do custo dos pacotes, ao aparecimento de destinos alternativos mais baratos, com câmbio mais favorável.

O facto de haver um aumento do número de voos, principalmente charters, levou a grandes promoções no mercado, a preços bastante descontados a que as pessoas se habituaram, pelo que é depois mais difícil querer-se aumentar os preços. Além de que, as pessoas querem novas alternativas, porque não querem ir sempre para o mesmo lugar.

Ou seja, como qualquer produto, assistimos a uma fase de lançamento, até ao início dos anos 2000, seguida de uma fase de crescimento muito ajudada pelos charters e pela TAP e depois a uma situação, como se vive agora, em que o mercado charter praticamente desapareceu mas o tráfego continua a voar com a TAP.

Esta fase de maturidade leva a que, tendo em conta a existência de destinos alternativos, o Turismo do Brasil tenha que promover rapidamente o destino em Portugal. Não é que o mesmo vá entrar numa fase de declínio, mas isso também vai depender muito de factores pontuais para relançamento do destino, como sejam, o câmbio, insegurança, etc.

Para o turista português a principal motivação continua a ser sol e praia, principalmente no Nordeste, mas começam a aparecer novos turistas apostados na Amazônia, Pantanal, etc.. Na região Sul do País vai continuar a ser difícil receber muitos portugueses.

## **2. Como contextualiza a evolução do mercado *charter* neste processo?**

O mercado charter teve a sua abertura em 2000, abertura essa gradual e limitada.

Até 1999 os charters praticamente não existiam e quando existiam eram feitos pelas companhias existentes (TAP e/ou Varig). Os poucos pedidos que existiam eram recusados, pois era necessário que o mercado fosse mantido estável, mesmo que as próprias companhias existentes se debatesses com falta de capacidade nas operações regulares.

A pressão dos operadores turísticos eram mais que muita quer directamente, quer através da CTP, pois o Brasil era um destino apetecível, sem capacidade disponível com voos sempre cheios e esses mesmos operadores procuravam novos destinos para os seus clientes.

O INAC assinou inclusive um protocolo com a CTP, em 2000, que visava, acima de tudo, uma maior interacção entre o INAC e a CTP na análise das operações não regulares, mas onde se incluía um regime de excepção para o Brasil.

No fundo, a partir de 2000, deu-se uma abertura selectiva aos charters, mas para destinos onde as regulares não voassem. Dividiu-se o Brasil em três áreas, sendo que para o Cone Sul (Rio de Janeiro/São Paulo) não havia charters; para o Nordeste havia abertura para destinos onde as regulares não operassem e os restantes pontos eram analisados casuisticamente; e para a região Norte (para onde ninguém ainda voava – casos de Belém, São Luis do Maranhão, etc.) os charters eram aprovados sem restrições.

Essa situação levou a que o primeiro charter fosse efectuado ainda em 2000 para João Pessoa, quando se sabia que o interesse dos operadores era Recife (ou melhor, Porto de Galinhas).

Depois o mercado começou a evoluir normalmente, apareceu a YES, começaram a pedir mais voos e a própria TAP também aumentou a sua oferta. Mas sempre limitado ao Nordeste porque o Cone Sul continuava a não permitir charters.

Não foi o excesso de oferta que levou a um cansaço do destino. O que houve foi a vontade dos turistas em querer variar os destinos. Se havia oferta é porque havia procura. Quando houve turistas houve mais voos, quando existe menos gente há menos voos.

As pessoas continuam a ir de férias. Não vão é para o mesmo destino novamente.

### **3. Quais os principais factores que contribuíram para os resultados atingidos?**

Sem dúvida que o aumento do rendimento disponível, juntamente com a abertura à possibilidade de mais voos, charters ou regulares, contribuíram decisivamente para o crescimento do mercado.

A disponibilidade de aeronaves no mercado permitiu igualmente dar resposta aos acréscimos de procura.

Também o facto de o Brasil ser um destino do imaginário do turista português, falando a mesma língua e podendo ir visitar os sítios das telenovelas levou a incremento da procura.

As promoções efectuadas, embora a preços muito descontados nalgumas épocas permitiram captar um mercado adicional que jamais pensaria ir ao Brasil.

A situação cambial, em especial no início da década permitia igualmente tornar o destino muito competitivo e com um poder de compra acessível aos turistas portugueses.

### **4. Nos últimos anos, assistiu-se a uma queda do número de voos *charters* para o Brasil. Que razões poderão estar na sua origem?**

O encarecimento do produto, ao mesmo tempo que houve a opção por destinos alternativos, mais competitivos, foram das principais motivos que levaram à queda da procura em voos charters.

Por outro lado, o aparecimento de alguns desses destinos de longo curso com soluções “tudo incluído” (TI) mais baratas que o Brasil, nomeadamente as Caraíbas, levaram a uma transferência do tráfego para esses destinos.

Certo é também que a entrada dos operadores espanhóis no mercado português, verticalizados e interessados em promover os seus produtos nas Caraíbas, levaram a uma concorrência muito forte sobre o destino Brasil.

Também o aumento da oferta da TAP, aumentando os destinos e oferecendo condições aos operadores permitiram que estes, sem risco, pudessem começar a programar as suas operações com esta companhia aérea.

Por último, a valorização do real tem tornado o destino muito caro, com os turistas a optarem por destinos de proximidade ou, quando de longo curso, com opções que lhes oferecem uma melhor relação qualidade/preço.

**5. Como vê o desenvolvimento dos voos da TAP Portugal para o Brasil ao longo dos anos e quais os seus impactos no mercado *charter*?**

A partir do momento que passaram a existir mais voos da TAP e estes começaram a oferecer melhores condições tarifárias aos operadores turísticos, maior flexibilidade na construção dos pacotes turísticos, sem risco, os operadores preferiram começar a voar com esta.

Cada vez menos existe uma fronteira entre regular e não regular, mas o facto de não existir risco para os operadores com as regulares e a flexibilidade que lhes é permitida na combinação de opções, porque existem voos diários para os vários destinos, acabaram com o mercado charter.

**6. Que futuro para o mercado *charter* para o Brasil? Principais oportunidades e ameaças?**

A TAP vai continuar a dominar e como tal não vai dar espaço para que os charters voltem a entrar. Só muito pontualmente e desde que a TAP não tenha capacidade disponível porque se a tiver vai ocupar esse espaço.

Não vai haver muitas oportunidades no futuro próximo a não ser que o quadro se alterasse radicalmente. O Mundial de futebol, os Jogos Olímpicos são eventos desportivos pontuais onde poderá haver capacidade de colocar alguns voos charters. Tirando essas situações, dificilmente haverá charters para o Brasil num futuro próximo.

(\*) Nota do autor: Luis Ovídio foi, durante muitos anos, Director da Rede na TAP Portugal e, mais recentemente, Director no INAC, tendo acompanhado de perto toda a problemática de abertura do mercado português aos voos *charters* para o Brasil

## Questionário

Tema da dissertação – “A importância do transporte aéreo no turismo – o caso dos voos *charters* para o Brasil”

Nome: **DIAMANTINO PEREIRA**

Entidade: AGENCIA ABREU – CLUB 1840

Função: DIRECTOR

**1. Como caracteriza a evolução do turismo português para o Brasil ao longo da última década (2000-2009)?**

Evolução rápida e diversificada. Houve muitos destinos - antes completamente ignorados pelos portugueses - que passaram a ter muita notoriedade.

**2. Como contextualiza a evolução do mercado *charter* neste processo?**

A introdução dos *charters* neste destino, contribuíram decisivamente para o seu desenvolvimento.

**3. Quais os principais factores que contribuíram para os resultados atingidos?**

*Pricing* acima de tudo. De repente, o destino “longínquo” e excessivamente caro, como era o Brasil, passou a ser acessível à bolsa dos turistas portugueses.

**4. Nos últimos anos, assistiu-se a uma queda do número de voos *charters* para o Brasil. Que razões poderão estar na sua origem?**

1º - a saturação do mercado que foi inundado por ofertas e mais ofertas, chegando em determinado momento, a banalizar o destino.

2º - a introdução de novas linhas da TAP para o Brasil e o aumento das suas frequências, vieram travar por completo a importância dos voos *charters*.

**5. Como vê o desenvolvimento dos voos da TAP Portugal para o Brasil ao longo dos anos e quais os seus impactos no mercado *charter*?**

Como comentava no ponto anterior, o desenvolvimento dos voos TAP contribuíram para regular o mercado e seleccionar o produto.

Os Operadores com a necessidade de vender os lugares nos aviões charters promoviam produtos sem o mínimo de qualidade, contribuindo para a sua deterioração. Sem essa pressão, os Operadores seleccionaram o produto e não se arriscam a colocar no mercado produtos de inferior qualidade.

O actual produto (alta qualidade) que existe no mercado, ajuda os operadores a fidelizarem os seus Clientes.

**6. Que futuro para o mercado *charter* para o Brasil? Principais oportunidades e ameaças?**

Futuro negro! Enquanto existir o produto TAP - excelentes tarifas e disponibilidade de lugares – dificilmente existirão séries de charters.

Poderá haver pontualmente um charter no Fim do Ano, Carnaval ou Páscoa, ou no “peak” do Verão, como tem acontecido recentemente.

Não acreditamos que os Operadores tendo à sua mercê um produto de alta qualidade como é o da TAP, tenham necessidade de fazer opções charters com os inevitáveis riscos.

## Questionário

Tema da dissertação – “A importância do transporte aéreo no turismo – o caso dos voos *charters* para o Brasil”

Nome: **EDUARDO PINTO LOPES**

Entidade: SONHANDO

Função: ADMINISTRADOR

**1. Como caracteriza a evolução do turismo português para o Brasil ao longo da última década (2000-2009)?**

O TURISMO PARA O BRASIL CONHECEU 4 FASES.

FASE 1 - COM CARENCIA DE LUGARES ONDE A PROCURA SUPERAVA A OFERTA GERANDO TARIFAS MAIS ALTAS (2000-2001). OFERTA EM VOOS REGULARES TAP-VARIG E TRANSBRASIL.

FASE 2 - COM O APARECIMENTO DAS PRIMEIRAS OPERAÇÕES CHARTERS APENAS PARA O NORDESTE E EM TEMPORADA ALTA DO VERÃO COMPLEMENTANDO COM OS VOOS REGULARES (2002-2003).

FASE 3 - CHARTERS O ANO TODO, PROCURA MENOR QUE A OFERTA TENDO COMO CONSEQUÊNCIA SAÍDA DA TRANSBRASIL E POSTERIORMENTE DA VARIG (2003-2007).

FASE 4 - REDUÇÃO DRÁSTICA DA OFERTA CHARTER E ESTABELECIMENTO DE MONOPÓLIO TAP (2008-2009).

PREVISIONAL O RETORNO EM 2010 AO CENÁRIO 2.

**2. Como contextualiza a evolução do mercado *charter* neste processo?**

MERCADO EVOLUI EM CRESCENDO RESPONDENDO ATÉ CERTO MOMENTO EM FUNÇÃO DA PROCURA ACRESCIDA. A DISPUTA ENTRE OS OPERADORES DE REFERÊNCIA NO DESTINO GEROU SOBREFERTA E MASSIFICAÇÃO PELO PREÇO QUE GEROU SATURAÇÃO PARA O MERCADO E PERDAS CONSIDERÁVEIS PARA OS OPERADORES. A AUTO REGULAÇÃO FEZ-SE E A CAPACIDADE OFERECIDA CAIU E OS PREÇOS QUASE DUPLICARAM.

NÃO PODEMOS DISSOCIAR O CRESCIMENTO DA CAPACIDADE DISPONIBILIZADA PARA AS CARAÍBAS EM REGIME DE TUDO INCLUIDO COM A QUEDA DO BRASIL.

PREVEJO UMA RETOMA DO MERCADO DE RISCO DEPOIS DO POUSSO A QUE O DESTINO FOI SUJEITO PORQUE A TAP NÃO OFERECE CAPACIDADE SUFICIENTE PARA AS ÉPOCAS DE MAIOR PROCURA.

NESTE VERÃO DE 2010 SURGEM JÁ OPÇÕES DE CHARTERS POR 5 OU 6 SEMANAS PARA DESTINOS NÃO VOADOS PELA TAP TAIS COMO PORTO SEGURO, MACEIÓ E MARANHÃO.

**3. Quais os principais factores que contribuíram para os resultados atingidos?**

MUITA PROCURA INICIAL E TARIFAS AÉREAS ELEVADAS...

SEGUIU-SE SOBREFERTA E RESULTADOS BAIXOS POR PREÇOS DE SALDO ...

POUSSO E REGULAÇÃO DA OFERTA COM MELHORES RESULTADOS MAS COM DEMANDA ESTRANGULADA NA TEMPORADA ALTA. VAMOS TER OFERTA SUPLEMENTAR NESSAS ÉPOCAS POR OFERTA ADICIONAL DA TAP OU RESPOSTA CHARTER DOS OPERADORES.

**4. Nos últimos anos, assistiu-se a uma queda do número de voos *charters* para o Brasil. Que razões poderão estar na sua origem?**

JÁ EXPLICADO. SOBRE OFERTA EM OPERAÇÕES DE RISCO-PREÇOS BAIXOS-PERDAS FINANCEIRAS EM SOBREPOSIÇÃO COM APARECIMENTO EM FORÇA DAS CARAÍBAS COM FENÓMENO DO TUDO INCLUIDO EM HOTÉIS DE REFERÊNCIA AOS PREÇOS DO PACOTE BRASIL COM PEQUENO-ALMOÇO EM HOTEIS NORMAIS.

**5. Como vê o desenvolvimento dos voos da TAP Portugal para o Brasil ao longo dos anos e quais os seus impactos no mercado *charter*?**

A TAP AO ASSOCIAR O TURISMO DE LAZER E DE NEGÓCIOS GEROU UM EFEITO MULTIPLICADOR QUE ASSOCIADO A UMA OFERTA ADEQUADA EM HORÁRIOS NO INTRAEUROPEU FEZ CRESCER A PROCURA E POR CONSEQUÊNCIA A OFERTA. ISSO GEROU RETRACÇÃO NA OFERTA CHARTER A PARTIR DO MOMENTO EM QUE SE APROXIMARAM OS VALORES TARIFÁRIOS COM MENOR RISCO NAS OPÇÕES COM A TAP.

**6. Que futuro para o mercado *charter* para o Brasil? Principais oportunidades e ameaças?**

CHARTER VAI VOLTAR EM ÉPOCAS DE MAIOR PROCURA MAS DE FORMA MAIS ORGANIZADA ENTRE OPERADORES (POOLES). COM RESPOSTA DO MERCADO HAVERÁ TENDÊNCIA DE SE ALARGAREM OS PERÍODOS DE OPERAÇÃO DE MODO A MELHOR DILUIR OS *EMPTY LEGS*.

## Questionário

Tema da dissertação – “A importância do transporte aéreo no turismo – o caso dos voos *charters* para o Brasil”

Nome: **Fernando Bandres**

Entidade: Travelplan

Função: Director

**1. Como caracteriza a evolução do turismo português para o Brasil ao longo da última década (2000-2009)?**

O turismo para o Brasil na última década tem decrescido, ou seja tem regredido o número de passageiros a cada ano.

**2. Como contextualiza a evolução do mercado *charter* neste processo?**

O mercado charter prejudicou o crescimento. O pouco cuidado por parte de alguns operadores na selecção hoteleira dos destinos prejudicou bastante a imagem de alguns deles.

**3. Quais os principais factores que contribuíram para os resultados atingidos?**

A crise económica o que estimula a procura de destinos com uma relação qualidade/preço mais económicos.

**4. Nos últimos anos, assistiu-se a uma queda do número de voos *charters* para o Brasil. Que razões poderão estar na sua origem?**

A falta de competitividade face a outros destinos como referido anteriormente.

**5. Como vê o desenvolvimento dos voos da TAP Portugal para o Brasil ao longo dos anos e quais os seus impactos no mercado *charter*?**

A Tap ganhou a cota de mercado dos clientes de qualidade que gosta do destino

**6. Que futuro para o mercado *charter* para o Brasil? Principais oportunidades e ameaças?**

O Brasil neste momento com o aumento da qualidade na sua Hotelaria, surge como oportunidade para o mercado charter. Sendo que a maior ameaça é o aumento do nível de vida do Brasil o que encarece substancialmente o destino.

## Questionário

Tema da dissertação – “A importância do transporte aéreo no turismo – o caso dos voos *charters* para o Brasil”

Nome: **João Santos** (\*)

### 1. Como caracteriza a evolução do turismo português para o Brasil ao longo da última década (2000-2009)?

O Brasil é um destino que, por razões consabidas, sempre esteve no imaginário dos portugueses.

Em 2000, o transporte aéreo estava limitado a 3 transportadoras: Varig, Transbrasil e TAP. A passagem aérea rondava os cento e muitos contos, o que tornava o destino muito limitativo para a maioria dos turistas portugueses.

A abertura do espaço aéreo para aeroportos não operados pelas companhias de voo regulares, permitindo a descida de preços praticados pelos voos charter e a forte publicidade levada a cabo pelos operadores que “abriram” esse mercado - o Mundovip (na altura Clube Vip e Viagens Mapa Mundo) em Setembro de 2000, a Air Luxor Tours, a Abreu/Clube 1840 e a TerraBrasil no Verão de 2001 –, foram factores determinantes para o grande incremento do destino que se veio a verificar e permaneceu até 2005/06.

Entre 2003 e 2005 chegaram a verificar-se 10 partidas em charter por semana, ou seja, uma média semanal de 2.500 passageiros.

A partir de 2007, o destino começou a entrar em declínio.

Um “novo” destino turístico tem normalmente uma duração aproximada de 5 anos. Acresce, por outra via, que a baixa de preços (em virtude do êxito, postulando o excesso de oferta num mercado assaz concorrencial), acabou por ter repercussões negativas, na medida em que o banalizou.

Em 2007/08, o excesso de oferta, face à crescente redução da procura, determinou a necessidade de concentração, conseguida à custa de parcerias entre os diversos Operadores Turísticos e um único Operador Aéreo, quando, até então, aqueles promoviam o destino isoladamente (cada qual operando com diferentes companhias de aviação charter).

A partir do segundo semestre de 2008, não só face à tendência supra referida, como em consequência da crise económica em que o país mergulhou, cessaram os voos charter para o Brasil, situação que se manteve durante todo o ano de 2009. O destino Brasil passou a ser programado pelos diferentes Operadores Turísticos, em voos regulares.

## 2. Como contextualiza a evolução do mercado *charter* neste processo?

O destino Brasil foi determinante para a evolução do mercado charter.

A grande apetência pelo Brasil, os preços extremamente atractivos, e uma procura crescente, por vezes superior à oferta, transformou o destino num sucesso empresarial sem precedentes no mercado do turismo.

O Operador Air Luxor Tours assumiu-se como pioneiro e determinante para a evolução do transporte charter no nosso país. Associado à Companhia Aérea Air Luxor, começou a operar os voos charter com modernos aviões e uma qualidade de serviço invejável. Até 2001, os voos charter eram conotados com aeronaves já muito usadas e fraca qualidade de serviços.

## 3. Quais os principais factores que contribuíram para os resultados atingidos?

- A apetência pelo destino (razões históricas, culturais, linguísticas, climáticas e beleza natural);
- A imensa campanha publicitária promovida (pelos Operadores Turísticos e pelas Secretarias de Estado brasileiras);
- A facilidade de comunicação proporcionada pelo idioma comum;
- O preço atractivo (pelo anterior preço da passagem aérea em voo regular, os charter permitiram a oferta de pacotes turísticos que proporcionavam igualmente o alojamento em Hotéis de 3 e 4 estrelas por sete noites, os transferes *In/Out*, um *City Tour* e a Assistência Aeroportuária nos embarques e desembarques);
- O câmbio (Em 2000/01, o Real apresentava-se com baixa cotação. O câmbio USD/Real estava nessa altura, a 1/6,8. Actualmente, está a 1/0,5. Os turistas portugueses podiam usufruir de bons restaurantes e de bons Hotéis, a preços muito inferiores aos praticados no nosso país. Hoje, paga-se num restaurante ou num Hotel brasileiros o mesmo que se paga em Portugal.)
- A diversidade sócio-económica (o mesmo destino permitia que se operasse a diferenciação social. Se em 2001, 2002 e 2003 as pessoas iam de férias para o **Brasil**, a partir de 2004, começaram a definir-se em função da estratificação social. Ex. passaram então a dizer que iam para o **Recife** (cidade capital do Estado servida pelo aeroporto de chegada); depois para **Porto de Galinhas** (o centro balnear mais conhecido do Estado) e, por último, para se evidenciarem, iam para **Muro Alto** (praia onde se localizavam os hotéis mais caros).

**4. Nos últimos anos, assistiu-se a uma queda do número de voos *charters* para o Brasil. Que razões poderão estar na sua origem?**

Como já se referiu, um dos factores que determinaram a queda do destino e, em consequência, do número de voos charter, foi a sua banalização, gerada, fundamentalmente, pela forte concorrência com a inerente acentuada baixa de preços, em certos casos, verificando-se mesmo a venda em situação de *dumping*.

O destino foi exaurido. Quase todos os portugueses que tinham capacidade financeira para viajar conheceram o Nordeste Brasileiro. Alguns repetiram a experiência inúmeras vezes.

O drástico aumento do preço dos combustíveis implicou um aumento das tarifas aéreas, numa altura em que se denotava já o decréscimo da procura, o que seguramente, contribuiu também, para acelerar a queda acentuada do mercado charter para o Brasil.

A situação económico-financeira que Portugal começou a vivenciar (e vivência ainda), foi outro dos factores que influenciou a aludida queda.

**5. Como vê o desenvolvimento dos voos da TAP Portugal para o Brasil ao longo dos anos e quais os seus impactos no mercado *charter*?**

A TAP, enquanto Companhia Aérea de bandeira, desde muito cedo operou (em voos regulares) para o Brasil, embora o destino não se revestisse de grande significado turístico.

Até 2000, apenas as companhias aéreas regulares tinham permissão para operar entre qualquer localização geográfica dos dois países. Com a paulatina liberalização das rotas aéreas para destinos brasileiros não operados pelas Companhias regulares (João Pessoa, Maceió, Natal e Porto Seguro), ficou aberta a possibilidade do florescimento dos voos charter, florescimento que teve o seu auge em 2004, aquando da plena liberalização.

Como supra se salientou, a concorrência dos voos charter para o Brasil (fundamentalmente para o Nordeste Brasileiro à partida de Portugal) não deixou, seguramente, de afectar os voos da TAP para aquele país, sobretudo para o grande Nordeste, atendendo, paralelamente, ao conceito de qualidade que o público consumidor vinha associando aos charter.

Paralelamente, Fernando Pinto, apercebendo-se das potencialidades do Brasil enquanto destino turístico (e não só), e da posição geográfica de Portugal na Europa, teve a visão, muito oportuna, de viabilização da Companhia que geria, rentabilizando as rotas europeias operadas pela TAP em complemento com o Brasil. Vendia na Europa, a preços muitíssimo concorrenciais o destino Brasil. Era (e provavelmente continua a ser) mais económico comprar qualquer destino brasileiro operado pela TAP em qualquer país da Europa do que em Portugal.

Com a banalização do destino, também ela, consequência da baixa de preços que o mercado charter proporcionou, a qualidade dos serviços e equipamentos charter foi decrescendo.

A TAP viu-se então, novamente, numa posição de supremacia, sem concorrência, com a consequente alteração dos preços das passagens.

Obviamente, que enquanto Companhia de bandeira, empresa de transporte público, a TAP continua a beneficiar de um certo proteccionismo estatal, o que lhe proporciona o “conforto” que qualquer companhia aérea privada não pode sequer almejar.

## **6. Que futuro para o mercado *charter* para o Brasil? Principais oportunidades e ameaças?**

Os charters vão voltar. Os destinos são cíclicos.

Brasil ficou na memória, ainda recente, de muitos portugueses que, seguramente, não enjeitam a hipótese de repetir a experiência.

A apetência pelo destino Brasil está hoje, ainda mais reforçada.

Em virtude da dimensão continental do destino e das múltiplas hipóteses que o mesmo potencia; criada que foi a “amostra” do Nordeste Brasileiro; os voos charter podem e devem desenvolver-se para outras rotas, criando ou alimentando novas apetências aos turistas portugueses. Pense-se, por exemplo, na beleza natural da Amazónia ou na descoberta da europeização do estado de Santa Catarina.

Começam a dar-se os primeiros passos, ainda tímidos, até porque a crise económico-financeira que vem assolando o mundo ocidental (e que não afectou o Brasil) não permite ainda grandes apostas em avultados investimentos turísticos por banda dos respectivos Operadores.

Na Páscoa de 2010 já se efectuaram alguns voos com resultados muito positivos.

No Verão de 2010, ainda que se verifique algum optimismo por parte dos Operadores Turísticos que programam o destino e que arriscam nos voos charter, a procura ainda vai ser muito condicionada pela crise económica.

(\*) Nota do autor: João Santos esteve na génese do operador Air Luxor Tours, tendo contribuído de forma decisiva para o desenvolvimento do tráfego para aquele destino. A venda (leia-se falência) da companhia aérea Air Luxor levou ao encerramento do operador turístico

## Questionário

Tema da dissertação – “A importância do transporte aéreo no turismo – o caso dos voos *charters* para o Brasil”

Nome: **José Manuel Antunes**

Entidade: Clube Vip (Brasil) (\*)

Função: Director Geral

### **1. Como caracteriza a evolução do turismo português para o Brasil ao longo da última década (2000-2009)?**

A evolução do turismo ao longo da década foi grande, com o aparecimento dos primeiros voos *charters* que, finalmente, depois de muitos anos de luta dos operadores turísticos junto das autoridades aeronáuticas, estas cederam à realização desses voos.

Os primeiros voos foram realizados no ano de 2000, até fora de época tradicional dos *charters*, em Setembro e para João Pessoa (porque João Pessoa e Maceió eram os únicos aeroportos disponíveis para onde se poderiam efectuar esses *charters*, ou seja, aeroportos para onde não havia voos regulares, pois a TAP tinha-se antecipado e colocado um voo para Natal em Março/Abril desse ano, o que inviabilizou a utilização desse destino).

Como se pode imaginar, eram aeroportos muito incipientes onde não havia Alfândega, Polícia Federal e onde, no primeiro voo, se descobriu que não havia sequer escada para o avião Lockheed (o que obrigou a que fosse uma escada de avião, por estrada, do aeroporto de Recife para João Pessoa, ao mesmo tempo que o avião ia de Lisboa até João Pessoa).

Optou-se por João Pessoa porque ficava a meia distância entre Recife e Natal, que eram os destinos mais apelativos para os clientes.

Durante essa década houve companhia regulares (casos da Transbrasil) que operavam operações regulares mas que, no fundo, eram voos *charters* - da terraBrasil -, e que concorria com um novo produto, a par dos já operadores tradicionais do mercado como era o caso do Clube Vip, Mapa Mundo e Clube 1840/Abreu.

Apareceram também novas companhias, como foi o caso da Air Luxor que se concentrou em Maceió, enquanto os operadores tradicionais optaram mais por Salvador da Bahia, Recife ou Natal e a terraBrasil que apostou mais em Porto Seguro.

Nos períodos de maior intensidade *charter* chegaram a haver 9 voos *charters* por semana para 6 ou 7 destinos diversificados, além das operações da própria TAP.

A aposta da TAP no Brasil, reforçando as suas operações no Nordeste (em 1999 a TAP operava 2 voos semanais para Recife e 2 voos semanais para Salvador, enquanto o Fortaleza era feito com os TACV via Sal) leva a que a TAP tenha hoje, para o Brasil voos diários para todos os destinos do Nordeste que opera, com exceção de Natal com 5 voos semanais. A isso não podemos deixar de mencionar o aumento da oferta de lugares pela troca dos Airbus A310 (com 202 lugares) pelos Airbus A330 (com 276 lugares), assim como, a placa giratória (*hub*) que a TAP montou em Lisboa para o tráfego da Europa para o Brasil.

## **2. Como contextualiza a evolução do mercado *charter* neste processo?**

Nenhum destino se constrói, em especial com grandes correntes de massas, se não for através de voos charters. Os voos charters alavancam os destinos turísticos.

A abertura aos voos charters levou a um crescimento dos voos por parte dos operadores turísticos, ao mesmo tempo que a própria TAP também se posicionou para explorar activamente este mercado.

O Brasil é o destino de sonho dos portugueses que por razões culturais, e mesmo familiares, razões linguísticas, gastronómicas encontram afinidade com o país. Sendo um país grande, a proliferação de voos charters para vários pontos dentro do Brasil ajudou nessa divulgação.

O número de voos charters existentes, que durante muito tempo representavam em médio um voo diário para o Brasil, além dos voos da TAP, é sintomático da capacidade e da dimensão que os charters assumiram ao longo deste período, popularizando os vários destinos.

## **3. Quais os principais factores que contribuíram para os resultados atingidos?**

Como já referido, a curiosidade dos portugueses pelo Brasil levou a que o destino se tornasse barato e popular (curiosamente teve um efeito perverso no mercado de incentivos e de gama mais alta que procurou outros destinos mais exclusivos).

Algumas frases históricas desta época, como sejam, o “por mil vão dois ao Brasil” representam a grande evolução sentida desde os tempos dos voos dos TACV via Sal, à massificação dos voos, a charters encapotados em operações regulares como era o caso da Transbrasil e depois da BRA, o que levou a um aumento significativo do número de voos.

Um outro factor muito importante tem a ver com o câmbio do real, na altura a 3,9 e hoje a 2,4 reais por euro, pelo que, para os turistas portugueses o custo de vida aumentou significativamente.

**4. Nos últimos anos, assistiu-se a uma queda do número de voos *charters* para o Brasil. Que razões poderão estar na sua origem?**

As principais razões têm a ver com a própria massificação do destino que se tornou tão barato e tão acessível que acabou por esgotar a curiosidade e a possibilidade de ir até lá. Ou seja, começou a afastar as próprias pessoas.

Por outro lado, o aumento da capacidade da TAP ao longo dos anos, quer nos novos destinos quer na entrada dos A330, e do preço que a própria TAP pulverizou no mercado e, mais recentemente, o acordo da TAP com os operadores turísticos, fez com que esses mesmos operadores pudessem continuar a programar os seus destinos mas com menos risco económico na operação (que antes os levava a perderem dinheiro por dificuldades em encher os seus *charters*), dando-lhes mais segurança e diversificação nos destinos e flexibilidade de opções. Se é certo que os *charters* alavancam destinos, têm, pelo tipo de operação, obrigatoriedade de 7 ou 14 noites o que, com voo regular diário aumenta a flexibilidade de escolha de forma exponencial.

Um outro ponto importante, teve a ver com o ataque dos operadores turísticos espanhóis com uma oferta verticalizada de produto nas Caraíbas (casos do Bahia Príncipe ou Iberostar com a Iberojet), a preços muito populares, com melhor alojamento que no Brasil, melhor serviço e melhores condições, nomeadamente ao nível do Tudo Incluído (TI) que o Brasil nunca soube trabalhar.

Por outro lado, o facto de uma nova companhia aérea charter ter aparecido no mercado – a Orbest – que veio para Portugal com um “arrastão” de 338 lugares, o que fez com que o preço por lugar no avião ficasse mais barato e que a Iberojet focasse a sua operação nessa região. Ou seja, as Caraíbas estão hoje a venderem-se como se vendia o Brasil há quatro anos, só que com uma grande aposta no binómio qualidade/preço.

E o factor cambial, como já referido, tornando o destino mais caro para os turistas e com preços elevados face às opções TI das Caraíbas, com um preço garantido sem qualquer custo adicional.

**5. Como vê o desenvolvimento dos voos da TAP Portugal para o Brasil ao longo dos anos e quais os seus impactos no mercado *charter*?**

O aumento do número de voos da TAP ao longo dos anos e a abertura de novos destinos veio condicionar, cada vez mais, o desenvolvimento de voos *charters* para o Brasil.

A aposta em novos destinos e novos módulos de capacidade (como referido, no Nordeste os voos aumentaram cerca de 70 lugares por voo com a saída dos A310 e a entrada dos A330) o que veio também fazer com que TAP tivesse que rentabilizar esse espaço adicional.

Ao fazer preços mais competitivos e chamando os operadores para poderem programar dentro dos seus voos, fizeram com que as operadoras pudessem manter os programas,

os fluxos turísticos mas sem responsabilidades económicas avultadas, o que teve um impacto directo nos charters.

No fundo, a oferta adicional de lugares da TAP com a entrada do novo avião, foi absorvida pelos operadores turísticos.

Considero, em todo o caso, que o ciclo está a acabar outra vez, porque a TAP está com ocupações muito altas nos voos do Nordeste o que levará naturalmente a que a TAP deixe de ter interesse em fazer esses preços charters dentro dos voos regulares o que poderá abrir um novo ciclo de voos para o Brasil.

## **6. Que futuro para o mercado *charter* para o Brasil? Principais oportunidades e ameaças?**

Como mencionado antes, o aumento das ocupações nos voos da TAP poderá levar a que, se esta começar a aumentar os preços para os operadores turísticos, a que venha a surgir novas oportunidades de voos charters.

Outro aspecto a ter em atenção, e que condiciona, é o factor câmbio que passou dos 3,9 para os actuais 2,4 reais por euro, levando a que o destino seja mais caro e com um nível de vida alto.

Acresce a este aspecto, que a própria economia brasileira, nos Governos Lula, levou a que os brasileiros tenham actualmente uma grande capacidade financeira para viajar, com o mercado interno muito aquecido, o que pode levar a que os preços para os operadores turísticos estrangeiro sejam mais altos, o que se vai reflectir nos preços dos pacotes.

Por último, o TI das Caraíbas e a necessidade de os hoteleiros brasileiros começarem a encontrar formas de poder trabalhar melhor este conceito.

---

(\*) Nota do autor: José Manuel Antunes foi o fundador do Clube Vip em Portugal, dando origem, mais tarde, ao Mundovip, onde foi Administrador. É um profundo conhecedor do mercado de operadores turísticos, tendo sido responsável pelo lançamento de muitos destinos (novos) em Portugal

## Questionário

Tema da dissertação – “A importância do transporte aéreo no turismo – o caso dos voos *charters* para o Brasil”

Nome: **Luis Filipe dos Reis Tonicha**

Entidade: Viagens Abreu, S.A.

Função: Director

### **1. Como caracteriza a evolução do turismo português para o Brasil ao longo da última década (2000-2009)?**

Fazendo um pouco de história poderei testemunhar que até ao ano 2000, existia um Convénio entre os Governos de Portugal e Brasil no sentido de protegerem as companhias aéreas de bandeira, TAP e VARIG.

Por esse motivo não eram permitidas operações em voo fretado entre os dois países.

No ano 2000 o mercado Português já se encontrava num estado de amadurecimento em relação à utilização de voos charter para Operações de Longo Curso, sendo os destinos das Caraíbas já explorados pelos Operadores Turísticos Nacionais há cerca de 7 - 8 anos.

Os destinos principais eram Cuba, República Dominicana e Cancun no México, já com operações charter de carácter anual, que eram reforçados nas épocas altas com mais voos desde o Lisboa e Porto e durante o período de temporada Alta, Julho a Setembro, apareciam destinos Exóticos do tipo Maldivas, Cabo Verde, etc..

Este tempo de operação, cerca de 8 anos, num mercado de reduzida dimensão como é o Português fez com que os consumidores pressionassem os Operadores para o lançamento de novos destinos.

Tendo o Brasil à cabeça como o destino da preferência dos turistas em todas as pesquisas que eram efectuadas.

O Brasil estava no imaginário da maioria dos turistas nacionais e os acessos muito limitados, devido não só à falta de voos para a Região do Nordeste do Brasil, bem como os preços muito altos das tarifas aéreas o que era limitativo dos fluxos de turistas já habituados a preços razoáveis nos destinos tropicais então existentes.

Também a Hotelaria brasileira e os meios nos destinos não estavam ainda preparados para receber os turistas Europeus.

Hotelaria essa caracterizada por um excesso de hotéis urbanos em frente a praias de cidades e poucos complexos turísticos, ou “resorts” em zonas diferenciadas dos Estados.

A pressão dos sectores da indústria turística, que já se faziam sentir, começou a ser articulada entre Operadores Turísticos Portugueses, Hoteleiros e Receptivos Brasileiros.

Esta pressão começou então a fazer-se de uma forma mais acutilante e a ter eco através de protestos juntos dos dois governos e entidades ligadas ao Turismo como o Convention Bureau dos Estados, as Secretarias de Turismo e a Embratur, órgão máximo do turismo brasileiro.

Durante o final de 1999 e nos inícios de 2000 essa pressão começou a ser mais forte, organizada e acutilante o que obrigou não só as Companhias Aéreas como os Governos a perceberem que não havia mais possibilidade de segurar o fenómeno, a vontade dos intervenientes e empresários do sector.

Os dois Órgãos reguladores da aviação civil de Portugal (INAC) e do Brasil (DAC) finalmente em Setembro de 2000 num acordo bilateral “armadilhado”, confuso, atabalhado e cheio de restrições lá emitiram o tão esperado certificado de direitos de tráfego aéreo para as operadoras Charter.

A restrição mais acentuada para as operadoras charter foi a inibição de voarem para aeroportos brasileiros para onde as Companhias de bandeira voavam e só o poderem fazer nos períodos de época alta.

Esta cláusula deixou de fora os principais aeroportos das capitais dos Estados e remeteu para os aeroportos secundários as operações charter. Em alguns desses aeroportos as pistas não comportavam aviões de grande porte como os Lockheed Tristar L1011, que era o avião mais comum e disponível no mercado português e utilizados pelas charter portuguesas na altura Air Madeira (hoje Euroatlantic), Air Luxor e YES.

No entanto havia que aproveitar a abertura e avançar o que foi feito de imediato por uma operadora portuguesa com um voo semanal durante o mês de Setembro de 2000 para João Pessoa.

Aqui foi quando os Operadores portugueses da altura se começaram a posicionar para tomar lugar no cenário de abertura dos charter e começaram uma espécie de partilha dos diferentes destinos possíveis.

Ficando de fora a possibilidade de voarem para os principais destinos, Salvador, Recife e Fortaleza, os Operadores começaram a identificar outros possíveis destinos e ficou mais ou menos “dividido” da seguinte forma:

Club VIP – João Pessoa – Estado da Paraíba

Terrabrazil – Porto Seguro – Estado da Bahia

ABREU – Maceió – Estado de Alagoas

Estas operações mais acentuadas deram início na Páscoa de 2001 e as operações foram logo um sucesso de vendas.

Daquilo que posso referir, a minha empresa efectuou 5 voos no mês de Abril de 2001 de Lisboa para Maceió, com um avião da Companhia Charter YES, um Lockheed Tristar L1011 com 330 assentos e cuja ocupação no total dos 5 voos foi de 96%, demonstrando assim a enorme procura pelos destinos do Nordeste do Brasil e para destinos praticamente desconhecidos dos portugueses.

## **2. Como contextualiza a evolução do mercado *charter* neste processo?**

Foi muito importante. Sem os voos charter não teria havido um desenvolvimento nem dos destinos, nem das Operadoras Nacionais.

De repente “apareceram” mais destinos, no universo dos poucos existentes, de alguma forma saturados e havia falta de aviões para transportar os milhares de pessoas que estavam ávidas por novidades de destinos especialmente o Brasil, era o sonho realizado para milhares de turistas nacionais fascinados com uma cultura que só era conhecida através das novelas da Globo.

Agora os turistas podiam ir lá, contactar, conviver, comerciar.

Isto permitiu o aparecimento de mais aviões e de mais *players* no mercado, todos a quererem a sua parte do “quinhão” dos destinos.

Temos assim um reforço do número de aviões e companhias a operar no mercado.

Praticamente até ao ano 2000, existia em Portugal uma única Companhia aérea Charter, a Air Madeira, depois Air Zarco e mais tarde Euroatlantic.

Esta companhia operava com 1 avião capaz de efectuar viagens de longo curso, um Lockheed Tristar sem *back up*, o que se traduziu num inferno para Operadores e clientes, devido às constantes avarias do único avião.

Em 1999, em resposta a esta falta de equipamento aéreo e à crescente procura por voos charter, a TAP chamou para uma reunião os vários Operadores Turísticos activos no mercado e já com experiência em fretamento de voos e convidou-os para formarem uma sociedade para a criação de uma Companhia Aérea Charter debaixo da supervisão e operação de voo da TAP.

Nas negociações que se seguiram, os principais Grupos Turísticos aceitaram a proposta, mas na hora de formalizar e capitalizar somente ficaram a TAP e a ABREU como sócios na criação dessa Companhia Charter de nome YES – Linhas Aéreas Charter.

A Yes iniciou as suas operações de voo no dia 04 de Junho de 2000, com um voo inaugural para Varadero ao que se seguiram as operações sazonais para outros destinos nomeadamente o Nordeste do Brasil a partir de Abril de 2001, primeiros voos para solo brasileiro precisamente para Maceió.

Nesse mesmo ano, em Julho de 2001 deram início outras operações que cobriam as rotas de Maceió e Natal por parte da YES e as outras Operadoras para outros destinos, tipo João Pessoa e Porto Seguro.

Mais tarde e com a abertura das autorizações para novos aeroportos deram-se início a voos com carácter anual para Salvador, Recife, Natal e Fortaleza, entrando novas operadoras charter no processo, nomeadamente a Air Luxor e a BRA, companhia brasileira utilizada por um dos “*players*” especializados no destino.

O momento áureo dos destinos do Nordeste do Brasil dá-se no ano 2004/2005 onde a frequência de voos era quase diária nos meses de “peak”.

Devido à crescente procura pelos destinos do Nordeste do Brasil as companhias Charter foram reforçar as suas frotas, umas com mais aviões próprios, outras com sub alugueres, (wet leases) sazonais para reforço da oferta por parte de equipamento Charter.

Resumindo, a evolução do mercado charter nacional teve directamente a ver com a crescente procura pelos destinos de férias brasileiros o que obrigou a uma rápida adaptação e posicionamento das operadoras aéreas e até uma especialização nestas rotas.

### **3. Quais os principais factores que contribuíram para os resultados atingidos?**

A conjugação de factores.

Mercado pronto para receber novos destinos, mais Companhias Charter, mais voos fretados em contraponto às companhias regulares com tarifas caras e sem empacotamento de serviços e uma ampla oferta de destinos.

Um destino sonhado pelos consumidores, novidade, o idioma comum que alargou o leque de consumidores e os preços dos pacotes em voo charter bastante económicos e atractivos do ponto de vista de abrangência para todas as bolsas.

Este factor alargou significativamente o número de passageiros envolvidos, bem como a motivação nomeadamente do mercado corporativo que dirigiram os seus incentivos, congressos, reuniões quase todos para os destinos brasileiros.

### **4. Nos últimos anos, assistiu-se a uma queda do número de voos *charters* para o Brasil. Que razões poderão estar na sua origem?**

Quatro factores muito importantes e conjugados.

Alguma saturação dos destinos, num mercado pequeno e que se esgota em pouco tempo, 2/3 anos, a redução do preços das tarifas aéreas, uma cobertura extensa dos destinos pela TAP com quase 60 voos semanais para todos os destinos abrangidos pelos charter, com grande flexibilidade que o voo regular oferece, nomeadamente o número

de dias de estadia e as portas de entrada e saída e a valorização do Real o que tornou os destinos mais caros.

No início das operações charter para o Nordeste do Brasil o Real estava a €1,00 = 3,80R\$ e hoje está R\$2,30 o que torna o custo de alojamento e alimentação pouco apetecível.

Resumo:

- Excesso de oferta e operação extensa = Destinos Esgotados.
- Redução do preço das tarifas da TAP = mesmos valores dos charter.
- Mais voos regulares diários = flexibilidade.
- Custo de vida no destino caro.

**5. Como vê o desenvolvimento dos voos da TAP Portugal para o Brasil ao longo dos anos e quais os seus impactos no mercado *charter*?**

A TAP é hoje em dia por assim dizer a Companhia “nacional” do Brasil.

Enquanto não aparecer uma companhia brasileira que consiga competir com a *performance* e a cobertura de destinos domésticos da TAP a mesma irá ter sucesso comercial e consequentemente financeiro.

Por outro lado a concorrência em termos de condições e flexibilidade que a mesma dá às Operadoras Turísticas Nacionais não dá qualquer hipótese de sucesso às Companhias Charter que têm os seus custos operacionais e de combustível cada vez mais altos.

Esta política não permitirá às operadoras Charter manterem-se no destino por muito tempo.

A oportunidade das Charter e TO's está em destinos apetecíveis, baratos ou na moda sem acessos aéreos ou cujas tarifas aéreas sejam caras.

Com a redução de destinos e procura as Companhias Charter terão mais dificuldade em colocar os aviões em excesso no mercado Português, tradicional, um público maioritariamente de praia e que já visitou pelo duas vezes os mesmo destinos, sejam Brasil sejam Caraíbas.

Outra das dificuldades está na mudança da política das operadoras nacionais, com dificuldades acrescidas pela crise económica actual e que se manterá por mais alguns anos até atingir os valores de equidade económica de antes da crise e pelo aparecimento de *players* internacionais verticalizados, com Tour Operação, Rede de distribuição, Hotéis e com as suas próprias companhias charter.

Estes *players* irão dominar o mercado Charter e obrigarão os outros Operadores a entenderem-se com as companhias regulares como é o caso da TAP ou a juntarem-se debaixo da “batuta” dos TO Internacionais verticalizados, que serão sempre os “donos do avião” e por consequência manobrarão no sentido de levar o avião para onde eles têm Hotéis.

Mas o mercado Charter não desaparecerá, vai é adaptar-se às novas realidades e ajustar-se às contingências dos mercados.

Como tudo na vida são ciclos.

Este é um período em que o sucesso da TAP está directamente ligado aos multi-destinos do Brasil.

Quanto ao impacto nas companhias Charter será certamente grande já que as mesmas se reforçaram com mais equipamentos para fazer face à demanda de um período que já passou e a TAP tomou o lugar, não há mais destinos novos no panorama do mundo do Turismo e o sintoma à vista é o número de aviões charter parados na placa da Portela, do Porto e de Beja em breve.

## **6. Que futuro para o mercado *charter* para o Brasil? Principais oportunidades e ameaças?**

Pessoalmente não antevejo um futuro auspicioso para as charters a operarem para o Brasil no panorama actual a não ser que haja uma reviravolta grande na política de rotas da TAP, que detém hoje em dia uma cobertura quase total das capitais e principais aeroportos brasileiros, sejam metrópoles ou destinos de lazer.

Não é possível combater ou concorrer com esse “poder de fogo” o que é a grande ameaça a meu ver para as charter.

A oportunidade estará no dia em que uma rota com potencial deixe de ser coberta pela TAP, ou o aparecimento de um destino com oferta hoteleira de qualidade e em quantidade que possa emergir no panorama de novos destinos e a TAP não tenha interesse na exploração dessa rota.

Nota do autor: Luis Tonicha, actual Director da Abreu On-line, foi, durante largos anos, responsável pela contratação dos *charters* no operador turístico Club 1840, em especial para o Brasil, tendo acompanhado e vivido de perto toda a problemática deste destino

## Questionário

Tema da dissertação – “A importância do transporte aéreo no turismo – o caso dos voos *charters* para o Brasil”

Nome: DANIEL MARCHANTE

Entidade: LUSANOVA TOURS

Função: DIRECTOR EXECUTIVO

### 1. Como caracteriza a evolução do turismo português para o Brasil ao longo da última década (2000-2009)?

Caracterizo essa evolução em 3 fases:

- a. Os 3 primeiros anos da década como fase de lançamento e desenvolvimento de um conjunto de destinos essencialmente no Nordeste brasileiro, que foi possível com a abertura de novos slots para as companhias aéreas regulares (TAP, Transbrasil e Varig) bem como autorização para a abertura à operação charter, que veio abrir novas possibilidades de negócio aos operadores turísticos portugueses, com a possibilidade de direccionar para o Brasil uma grande massa de turistas nacionais que a preços acessíveis puderam visitar um dos países que pelos laços históricos figura no imaginário dos portugueses como de visita obrigatória.
- b. Numa segunda fase foi feita a consolidação dos vários destinos brasileiros, que enquanto destino de moda e acessível ao padrão de quem tem um subsídio de férias disponível para gastar, proporcionou grande emissão de passageiros nacionais em lugares como: Porto Seguro, Salvador, Porto Galinhas, Recife, Natal, Fortaleza, etc.. Foi também a fase em que por mil euros iam dois para o Brasil.
- c. Na terceira e última fase, tivemos dois fenómenos bem vinculados, que foram a excessiva massificação de alguns destinos com as massivas promoções a 399€ e outras, proporcionadas pela baixa de preços dos hotéis locais e a política de venda a qualquer preço dos lugares disponíveis dos charters, este fenómeno vulgariza de tal forma o destino que leva o mesmo a ser atractivo para quem deseja passar férias a preço competitivo mas em ambiente que seja selectivo sem ser exclusivo. O outro fenómeno foi a consolidação positiva de produtos de qualidade, para destinos que não figuravam nos roteiros massificados, como Florianópolis, Rio de Janeiro, Angra dos Reis, Búzios e outros. Bem como o turismo cultural (exemplo: cidades históricas de Minas Gerais) e de eco-aventura (Iguaçu, Pantanal e Amazônia).

**2. Como contextualiza a evolução do mercado *charter* neste processo?**

Pelas razões atrás apontadas, considero que foi decisiva a introdução dos voos charter para se terem atingidos os números de visitantes portugueses que nos anos de 2005/6 ultrapassaram mercados como o italiano e alemão, chegando ao meio milhão de visitantes/ano, consolidando-se como o maior emissor europeu.

**3. Quais os principais factores que contribuíram para os resultados atingidos?**

Em minha opinião, o risco assumido pelos operadores turísticos portugueses na operação em voos charter foi decisivo para a abertura do mercado de sol e praia no Brasil, a promoção constante da entidade brasileira de promoção turística, em feiras, campanhas de mídia, etc., bem como a onda de moda que se criou em volta dos destinos do Nordeste, mas sem dúvida o desejo endémico dos portugueses em conhecer o Brasil foi o factor essencial para os resultados obtidos.

**4. Nos últimos anos, assistiu-se a uma queda do número de voos *charters* para o Brasil. Que razões poderão estar na sua origem?**

Todo o destino turístico vive em ciclos, tendo um período de personalização, a que se segue um período de consolidação e depois o habitual período de saturação, que pode ter um interregno curto ou longo até à natural regeneração que dará lugar ao ressurgimento da procura.

**5. Como vê o desenvolvimento dos voos da TAP Portugal para o Brasil ao longo dos anos e quais os seus impactos no mercado *charter*?**

Considero correcta e positiva a estratégia desenvolvida pela TAP quanto aos voos de e para o Brasil que permitiram à empresa se posicionar em algumas cidades do Nordeste como a única companhia com voos directos para a Europa. A grelha de voos operados semanalmente pela TAP para os destinos de praia do Nordeste brasileiro veio proporcionar a possibilidade do cancelamento quase total dos charters operados pelos principais operadores turísticos portugueses para esses destinos pois a oferta de lugares pela TAP era e é suficiente para o fluxo de passageiros embarcados em Portugal que procuram essas cidades.

**6. Que futuro para o mercado *charter* para o Brasil? Principais oportunidades e ameaças?**

Continuando a haver suficiente oferta em voos regulares não considero haver espaço para a operação em charter, pois a responsabilidade em garantia pelo pagamento dos voos fretados é incomportável face actual procura.

## Questionário

Tema da dissertação – “A importância do transporte aéreo no turismo – o caso dos voos *charters* para o Brasil”

Nome: **Miguel Ferreira** (\*)

Entidade: Exotico *online*

Função: Director Geral

### 1. Como caracteriza a evolução do turismo português para o Brasil ao longo da última década (2000-2009)?

O turismo português para o Brasil viveu, até há poucos anos atrás, um verdadeiro momento de euforia, em especial pela dinamismo dos operadores turísticos que apostaram em voos *charters* para os principais pólos turísticos no Nordeste.

Nem sempre assim aconteceu devido às restrições impostas pelas companhias aéreas regulares, através dos acordos existentes e que limitaram, até ao início dos anos 2000 os voos *charters* entre Portugal e o Brasil (e que, para o Sul ainda continua com grandes restrições na operação).

A partir dessa abertura, assistiu-se a um grande crescimento quer dos *charters* quer das companhias regulares, a que, o factor câmbio terá dado uma forte ajuda.

No entanto, alguns excessos cometidos no lado da oferta e um arrefecimento dos mercados, levou a uma diminuição dos fluxos turísticos nos últimos anos.

Por outro lado, a alteração da frota da TAP dos A310 para os A330, que representaram mais lugares no mercado, levaram a TAP a negociar (finalmente) com os operadores o que secou o mercado *charter*, pois os operadores continuaram a programar os seus destinos, sem risco, com melhor conveniência de horários (os passageiros não estavam limitados aos 7 dias dos pacotes) e com um produto de reconhecida qualidade.

### 2. Como contextualiza a evolução do mercado *charter* neste processo?

A partir do momento que houve abertura para os voos *charters*, e porque os portugueses sempre mantiveram o Brasil como destino de eleição, seja por razões linguísticas seja de afinidade (e que o câmbio também ajudou no início das operações), houve um crescimento exponencial do tráfego de Portugal para o Brasil.

A dimensão do país também permitiu que novos destinos pudessem começar a ser promovidos. Sem dúvida que os *charters* deram um elevado contributo para a promoção e desenvolvimento do destino em Portugal.

O crescimento da oferta foi, numa primeira fase, acompanhado pela procura, mas a aposta continuada de mais capacidade levou a uma saturação do destino, assim como, a um excesso de oferta que se traduziu em promoções com preços bastante descontados que em nada abonaram para a credibilidade desses destinos.

O excesso de oferta, traduzido em perdas para os operadores turísticos, a retracção no mercado com menos procura – onde a valorização do real também não ajudou - e a aposta da TAP no lançamento continuado de novos destinos (colocando Lisboa como placa giratória entre a Europa e o Brasil) e uma sua abertura à negociação com os operadores turísticos, levaram ao fim das operações charters para o Brasil.

Mas não se pode deixar de reconhecer o contributo dado pelos charters para o desenvolvimento do turismo português para o Brasil, sem os quais muitos dos destinos ainda hoje não seriam conhecidos e comercializados no mercado português.

### **3. Quais os principais factores que contribuíram para os resultados atingidos?**

Os principais factores que contribuíram para estes resultados, foram:

- ✓ Resposta do mercado à capacidade colocada (cuja procura estava reprimida);
- ✓ Afinidade linguística e cultural entre Portugal e o Brasil;
- ✓ Destino competitivo pelo impacto cambial favorável;
- ✓ Aposta dos operadores em novos destinos turísticos no Brasil;
- ✓ Volatilidade cambial;
- ✓ Excesso de oferta charter com promoções agressivas;
- ✓ Excesso de lugares na TAP por troca dos aviões que puderam assim servir as necessidades dos operadores turísticos.

### **4. Nos últimos anos, assistiu-se a uma queda do número de voos *charters* para o Brasil. Que razões poderão estar na sua origem?**

As principais razões que levaram à queda dos voos charters têm a ver com uma implícita saturação do mercado, ao aparecimento de novos destinos concorrenciais (nomeadamente as Caraíbas com o “tudo incluído”, fomentado pelos interesses dos operadores espanhóis na promoção de um negócio verticalizado), aos efeitos cambiais que vieram tornar o destino caro.

Mas a abertura da TAP aos operadores turísticos, oferecendo-lhes tarifas competitivas, que lhes permitiram continuar a programar o Brasil, com flexibilidade nos destinos (permitindo realizar roteiros e circuitos variados), sem risco, numa altura em que os operadores perdiam dinheiro foi juntar o “útil ao agradável” com ganhos para todas as partes.

**5. Como vê o desenvolvimento dos voos da TAP Portugal para o Brasil ao longo dos anos e quais os seus impactos no mercado *charter*?**

A TAP tem sido inteligente ao alavancar as potencialidades criadas pelo mercado, pelos charters e onde, actualmente, sem concorrência directa nas rotas entre Portugal e o Brasil, tem uma posição confortável e dominante.

A aposta feita em Lisboa como centro de distribuição de tráfego entre a Europa e o Brasil (e vice-versa) tem permitido dar sustentabilidade aos voos e à capacidade adicional que vai colocando no mercado.

Os 70 voos da TAP para o Brasil falam por si e não deixam muita mais de manobra aos operadores (e a outras companhias aéreas que quisessem entrar neste mercado), para virem a reactivar algumas das operações charters que já tiveram num passado recente.

**6. Que futuro para o mercado *charter* para o Brasil? Principais oportunidades e ameaças?**

O mercado charter para o Brasil vai continuar em *stand by* à procura de novas oportunidades. Os mercados são cíclicos e, se hoje os fluxos são mais importantes do Brasil para Portugal (ajudados pelo câmbio favorável) oportunidades existirão onde a inversa será novamente verdadeira.

É certo que a actual conjuntura não ajuda ao desenvolvimento do turismo e, em especial, a novas apostas em risco.

A ofensiva espanhola, pelos interesses imobiliários e hoteleiros que têm nas Caraíbas, vão continuar a apostar forte nesse mercado e a manter a competitividade desses destinos no *top* das opções de férias dos portugueses (onde o Tudo Incluído – que o Brasil nunca soube trabalhar convenientemente – vai continuar a ir ao encontro dos interesses de muitos turistas nacionais).

A aposta continuada da promoção do Brasil em Portugal, através da Embratur, tem que se manter e deveria até ser reforçada, para manter vivo o destino em Portugal, mesmo sabendo-se que os fluxos turísticos atravessam um período de contenção.

Os charters para o Brasil irão, nos próximos anos, manter-se apenas nas datas de maior procura, tais como fim do ano, Páscoa e Verão, ou seja, onde a TAP não tiver capacidade de resposta.

Difícilmente, nos próximos anos, assistiremos a um retomar da actividade charter, tal como tivemos oportunidade de conhecê-la há uns anos atrás, com voos charters (quase) diários.

Nota do autor: Miguel Ferreira foi, durante largos anos, Director Comercial na Convencional Turismo, tendo desempenhado funções comerciais na Master Turismo

## Questionário

Tema da dissertação – “A importância do transporte aéreo no turismo – o caso dos voos *charters* para o Brasil”

Nome: **Neila Araújo**

Entidade: Escritório Brasileiro de Turismo em Portugal

Função: Directora

### **1. Como caracteriza a evolução do turismo português para o Brasil ao longo da última década (2000-2009)?**

Podemos caracterizá-la como uma época de crescimento, em especial para o Nordeste, que foi a região onde se verificou o “*boom*” dos turistas portugueses.

A TAP já voava há algum tempo para o Brasil, existindo para esta região um voo para Recife e Salvador. A entrada da Transbrasil, com um voo para Fortaleza, veio dar um contributo muito grande e um interesse maior pelo mercado, desenvolvendo um novo destino.

Ao mesmo tempo, os operadores turísticos sentiram também a necessidade de oferecer novos destinos e, sendo o Brasil um dos mais procurados, começam também a operar em voos *charters*, logo que a legislação o permitiu.

No caso de Fortaleza, por exemplo, tínhamos o voo da Transbrasil, o voos dos TACV via Cabo Verde, depois vieram os *charters* e também o voo da TAP. Esta situação veio contribuir para desenvolver novos produtos para o Ceará, pois foi o destino onde, nos anos 2000, se deu o grande “*boom*” dos portugueses para o Nordeste do Brasil.

Aberto este mercado, veio o interesse dos outros Estados do Nordeste Brasileiro, como foram o mercado Pernambucano e Baiano, o que levou a que aumentasse o interesse dos turistas portugueses por novos destinos.

Os operadores turísticos, naquela altura, tinham também os incentivos dos Governos locais, com um “*apport*” financeiro ou promocional muito grande, o que ajudou no crescimento do turismo ao longo dos anos. Em 2005, foram cerca de 358 mil turistas portugueses ao Brasil, o que, de facto, representou um ano de muito sucesso do mercado português para o Brasil.

## **2. Como contextualiza a evolução do mercado *charter* neste processo?**

O charter abre portas para qualquer destino. Coloca esse destino na montra. Passa de um roteiro num mero catálogo para um produto na vitrina da agência, dando-lhe grande exposição.

A partir daí, esses destinos ficam mais conhecidos e, a partir do momento que ficam mais conhecidos, há maiores fluxos de turistas e há também um investimento local nesses destinos, em qualificação das infra-estruturas e formação profissional, além da maior promoção em investimentos de promoção locais e nos mercados.

A evolução dos charters foi sempre crescente mas, em 2007, assistiu-se a uma queda gradativa do destino, devido a uma saturação dos destinos. O mercado português não é um mercado grande que suporte uma operação charter consecutiva e em crescendo durante 10 anos.

O voo charter passou de voos regulares semanais a quase voo charter diário e, para um mercado que, pelas estatísticas, representa 1,3 milhões de viagens por ano, representava um investimento muito alto para os operadores.

Mas o investimento feito pelos operadores, no período de “boom” levou a que todos tenham ganho dinheiro. Depois começou a época em que todos perdiam, pois entrou-se nas promoções para encher os lugares vazios, enxugando o mercado, pedindo aos hoteleiros melhores condições, tipo 6 por 7, o que levou a uma ruptura do mercado e a uma degradação do preço do pacote comercializado.

Mas, no global, a evolução foi positiva e o papel dos charters portugueses cumpriu efectivamente o seu papel. Se hoje os destinos, principalmente no Nordeste, são conhecidos, não o são por causa das novelas. São-o por causa dos charters.

## **3. Quais os principais factores que contribuíram para os resultados atingidos?**

Não posso deixar de salientar o contributo e o trabalho de casa levado a efeito pelas Secretarias de Turismo das várias regiões (que foi muito bem feito) com promoção, investimentos promocionais que levaram a aumentar esse gosto e preferência pelo Brasil.

Naquela altura não existia ainda uma estratégia de promoção como há hoje na Embratur. Naquela altura ainda era pior por não haver sequer Ministério do Turismo, pelo que a estratégia era só de participação em feiras. Não existiam programas tão qualificados como existem hoje.

Por outro lado, o apoio dos Estados no “*apport*” financeiro e promocional junto dos operadores para a promoção dos mercados.

Esses factores foram chave para o crescimento e a abertura de muitos dos destinos no Brasil.

**4. Nos últimos anos, assistiu-se a uma queda do número de voos *charters* para o Brasil. Que razões poderão estar na sua origem?**

A saturação do destino e a capacidade limitada do mercado português para gerar tráfego de forma continuada. O mercado português é um mercado pequeno e a sua capacidade fica limitada para aguentar uma operação charter continuada ao longo do tempo.

**5. Como vê o desenvolvimento dos voos da TAP Portugal para o Brasil ao longo dos anos e quais os seus impactos no mercado *charter*?**

A TAP viu que existia potencial de mercado, porque viu que havia procura e com isso cresceu nos seus voos, como foi o exemplo de Natal.

É claro que o crescimento dos voos da TAP teve impacto nos voos *charters*. Mas não sei se foram os voos da TAP que deram um arrefecimento nos *charters* ou se foi uma questão de conjuntura. Tanto que quando tem procura, o charter vende-se. O charter tem que estar a operar quando tem procura. Não adianta ter charter o ano todo se não há turistas o ano todo.

Mas esse volume de voos da TAP também tem uma grande parte de passageiros que não são portugueses, mas ligações da Europa e muitos Brasileiros. No ano passado (2009) só 20% dos passageiros eram portugueses. Esse número terá crescido para os 22%, porque os operadores turísticos agora estão com a TAP.

A TAP cresceu no número de lugares de avião (mais 70 lugares por voo) e acabou por ter procura para esses lugares negociando esse espaço com os operadores portugueses. Colocam uma operação importante em part-charter e os operadores continuam com os seus voos, com os seus pacotes, voando agora em operações regulares. Juntou-se a “fome com a vontade de comer”.

E quando chega a Páscoa, o Verão, o Reveillon aí a procura existe e existe espaço para fazer *charters*.

Tenho lançado um desafio aos operadores para apostar em destinos diferentes: Maranhão, Maceió, por exemplo, porque o mercado vai responder. Se assim não fosse, se não houvesse essa resposta, Pipa e Natal nunca teriam vendido no mercado português.

**6. Que futuro para o mercado *charter* para o Brasil? Principais oportunidades e ameaças?**

O futuro dos charters para o Brasil passa por se focarem quando há procura e apostar em novos destinos. João Pessoa, Aracajú, por exemplo, além de Maranhão e Maceió são destinos com potencial e a crescer.

O turismo no Brasil está passando por uma fase de crescimento muito forte. O Governo Federal colocou mais de 1 milhão de reais disponíveis para a hotelaria, para fazer reformas nos hotéis, construir novos equipamentos, novas infra-estruturas. Nos próximos 6 anos, vai haver uma evolução muito grande na qualificação do equipamento (Pacote da Copa).

E os operadores têm que estar mais atentos a estas oportunidades, olhar para novos destinos. Podem voltar a Porto Seguro, voltar a colocar charters para Natal, Recife (Porto de Galinhas) mas também para Maceió, para São Luis e para Fortaleza, agora que têm novos equipamentos e novas infra-estruturas.

É olhar melhor para o produto que se coloca no mercado. Mas não apostar no regresso ao charter regular semanal. Seria demasiado arriscado. As oportunidades actuais não levarão a essa aposta.

Existe actualmente uma guerra muito grande no mercado para Cabo Verde. Não é um mercado directamente concorrente, mas na hora de decidir, não deixa de tirar clientes ao mercado do Brasil.

Por isso vai ser muito arriscado voltar a ter charter para o Brasil fora do período de procura em Portugal.