



# Aula 10 - Transportes Aquaviários e o Turismo

Prof. Rafael Castro



# Introdução

---

- ❖ Com a evolução tecnológica do modo aéreo, especialmente com o desenvolvimento do avião a jato na década de 1960, as empresas de transportes aquaviárias, que transportavam passageiros de longo curso entre os continentes do mundo, desapareceram.
- ❖ Era difícil concorrer com o transporte aéreo regular de passageiros, que apresenta maior velocidade, menor preço e maior capacidade de interligação entre destinos, inclusive os não costeiros.
- ❖ Devido a essa concorrência, o transporte marítimo de passageiros entrou em crise e se transformou, encontrando no segmento de cruzeiros marítimos um nicho promissor.
- ❖ No início das décadas de 1960 e 1970 surgiram algumas das empresas de cruzeiros atuais, como a Norwegian Cruise Line (NCL) e a Carnival Cruise.



# Os Cruzeiros Marítimos

---

- ❖ Como produto, os cruzeiros oferecem inúmeras conveniências que resultam na sua enorme popularização.
- ❖ Os passageiros se beneficiam da conveniência de conhecerem vários destinos permanecendo na mesma cabine durante toda a viagem.
- ❖ Os cruzeiros oferecem refeições sofisticadas e entretenimento incluídos na tarifa, com inúmeras opções adicionais de atrativos que podem ser adquiridos a bordo, incluindo casinos, spas, duty free shopping, bares, fotografia ou mesmo refeições em restaurantes privativos.
- ❖ Beneficiando-se das vantagens da *flag of convenience* (bandeira de conveniência), em que navios podem ser registrados em países que não cobram impostos e nem exigem salário-mínimo ou horários máximos de trabalho a bordo, os preços dos cruzeiros se tornam bastante competitivos para o viajante.



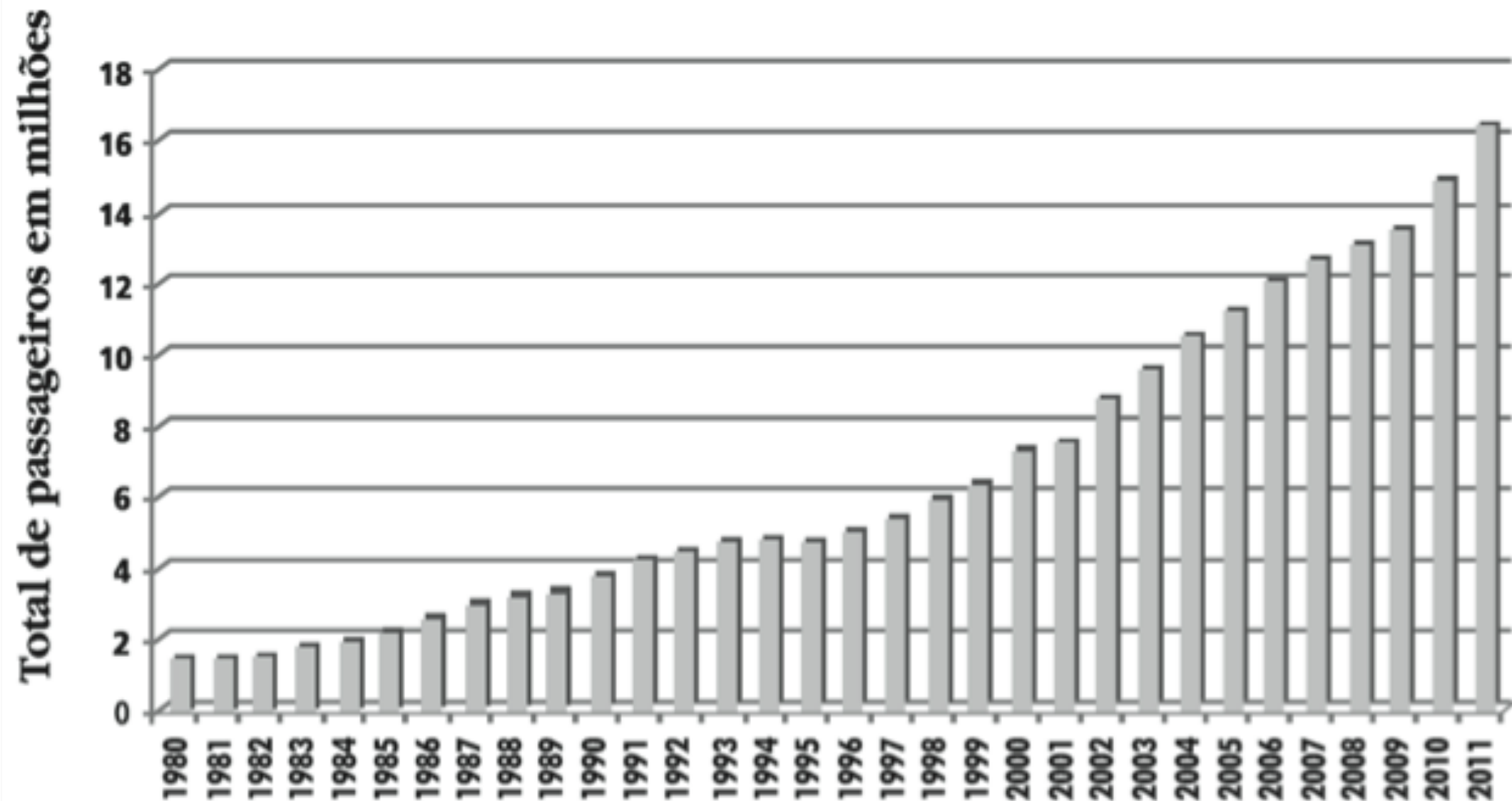
# Os Cruzeiros Marítimos

---

- ❖ É o segmento turístico que mais cresce em todo o mundo!
- ❖ Taxa de crescimento médio anual do número de passageiros (1990-2007) foi de 7,4%, bem maior que a taxa média de crescimento do turismo como um todo.
- ❖ Entre 2000 e 2011, cerca de 140 grandes navios foram construídos.

# Os Cruzeiros Marítimos

**Gráfico 6.1 — Crescimento de passageiros em cruzeiros marítimos no período 1980-2011. (Fonte: CLIA, 2012)**





# Desenvolvimento do Setor de Cruzeiros Marítimos

---

- ❖ O conceito de viagens a lazer em navios, com o propósito de visitar vários destinos litorâneos, surgiu em meados do Século XIX, no Reino Unido.
- ❖ Na década de 1890, a *Orient Lines* operava cruzeiros regulares no Caribe, no Mediterrâneo e na Escandinávia.
- ❖ No início do Século XX, empresas como a *White Star Line* (a mesma que operou o Titanic), P&O (*Peninsular and Oriental Steam Navigation Company*), dentre outras, também passaram a operar cruzeiros regulares.



# Desenvolvimento do Setor de Cruzeiros Marítimos

- ❖ A Lei Seca que vigorou nos EUA entre 1920 e 1933, proibia o consumo de bebidas alcoólicas no país, inclusive nos navios de bandeira norte-americana.
- ❖ Tal sanção não se aplicava aos navios de bandeira estrangeira.
- ❖ Muitos navios dos EUA passaram a navegar com a bandeira do Panamá e a oferecer aos norte-americanos a oportunidade de consumirem bebidas alcoólicas em suas viagens.
- ❖ Os cruzeiros passaram a significar uma ocasião para celebrações anuais.





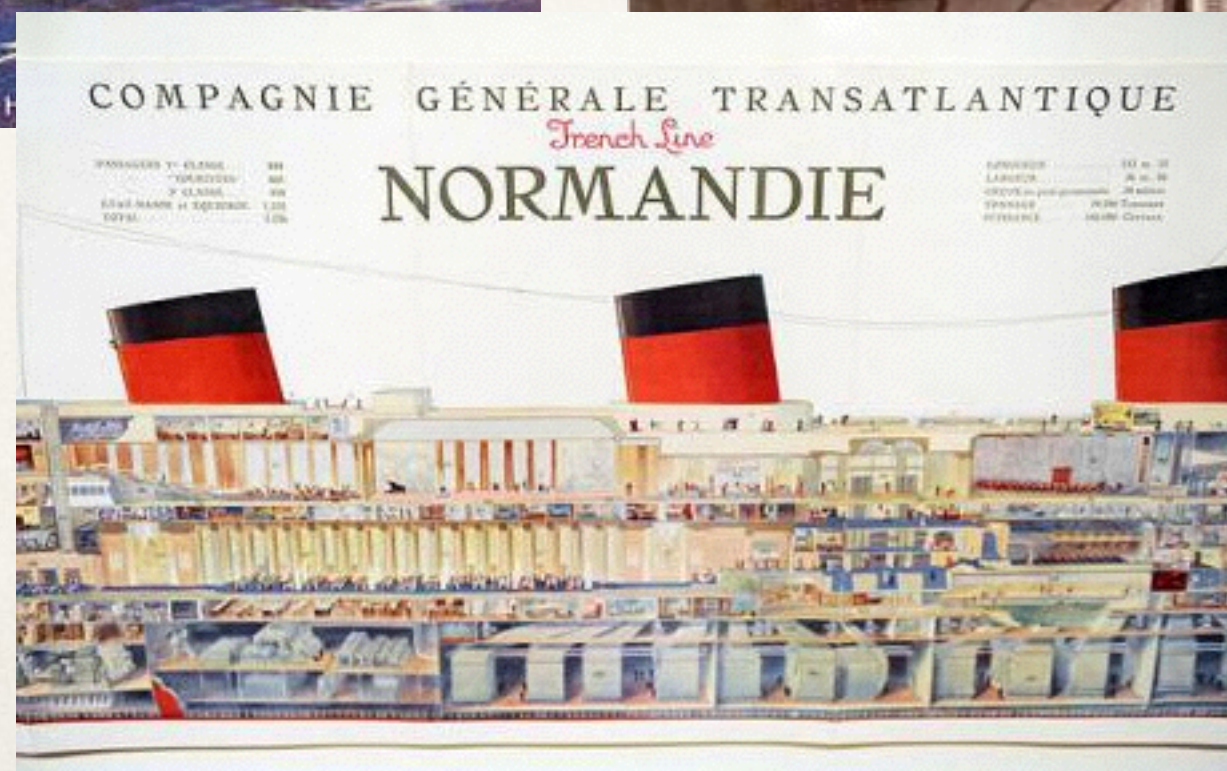
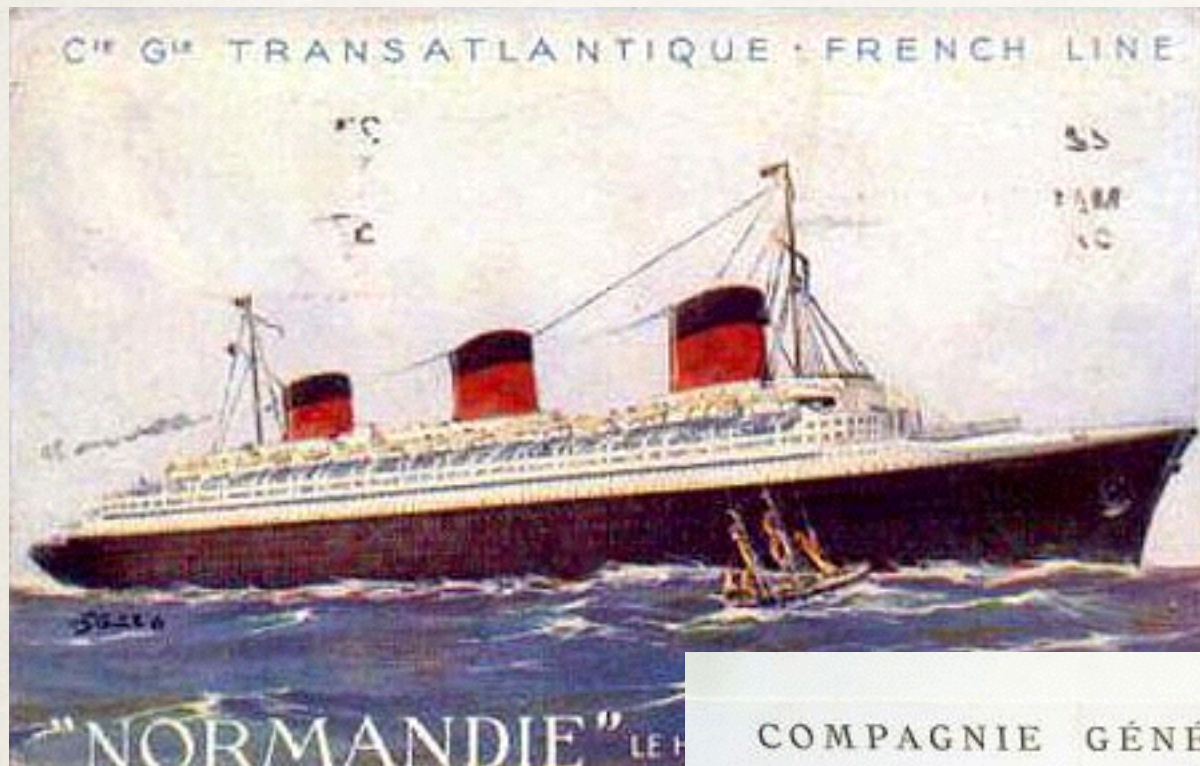
# Desenvolvimento do Setor de Cruzeiros Marítimos

---

- ❖ Posteriormente, as empresas de cruzeiros também se beneficiaram das liberdades oferecidas ao navegarem em águas internacionais para oferecerem atividades ilícitas em alguns países.
- ❖ Na década de 1930 surgem os navios luxuosos, com infra-estruturas mais confortáveis.
- ❖ Em 1938, o Normandie, efetuou um cruzeiro de 22 dias entre Nova York - Rio de Janeiro - Nova York, mas o seu acesso era restrito à elite econômica da época. Passagens custavam entre US \$395 e US\$ 8.600 (valores da época!!)



# Cruzeiros Marítimos





# Desenvolvimento do Setor de Cruzeiros Marítimos

---

- ❖ Com o fim da Segunda Guerra Mundial, o transporte de passageiros foi amplamente reativado, não só no deslocamento das tropas de volta ao lar, mas nas ligações a partir do Reino Unido para a Índia e a Austrália.
- ❖ O Reino Unido, com a sua decisão, na época, de só permitir que seus cidadãos comprassem 50 libras em moeda estrangeira para viajar ao exterior, terminaram por incentivar o crescimento dos cruzeiros marítimos, uma vez que os navios de bandeira inglesa permitiam aos passageiros gastarem a bordo suas libras, deixando a cota em moeda estrangeira para ser utilizada apenas nos destinos turísticos internacionais a serem visitados.



# Desenvolvimento do Setor de Cruzeiros Marítimos

---

- ❖ Em 1958, a Pan Am inaugurou o primeiro voo do Boeing 707. As linhas marítimas regulares pouco a pouco desapareceram, processo agravado ainda mais com o surgimento do Boeing 747 em 1969.
- ❖ Embora as empresas marítimas de passageiros tenham procurado outros mercados para explorar, aquelas que operavam apenas com linhas regulares encontraram grandes dificuldades para se adaptarem ao mercado de cruzeiros marítimos, em função de:
  - ❖ Empregarem tripulação dos seus próprios países, cuja mão de obra era muito mais cara. A solução foi registrar os navios em outros países.
  - ❖ Haver relutância por parte das empresas de navegação em transferir o registro de seus navios para a situação de “bandeira de conveniência”.
  - ❖ Existir escassez de recursos para converter os navios de transporte regular em navios de cruzeiros.
  - ❖ Não entenderem que os passageiros de cruzeiros têm expectativas diferentes daqueles nas linhas regulares, sobretudo em relação a infraestrutura, serviços e atrações a bordo.



# Desenvolvimento do Setor de Cruzeiros Marítimos

---

- ❖ O exponencial crescimento do setor (a partir da década de 1970 e mais fortemente depois de 1988) pode ser atribuído a vários fatores:
- ❖ Os navios se transformaram em verdadeiros “destinos turísticos flutuantes” que proporcionam, numa só viagem, uma experiência altamente satisfatória de hospedagem, gastronomia, lazer, compras e entretenimento.
- ❖ As empresas passaram a priorizar não só mais os seus itinerários, com seus respectivos destinos turísticos, mas também incorporaram inúmeros atrativos, equipamentos e atividades a bordo para **transformar o navio no maior e principal destino.**
- ❖ Tripulantes agora estão divididos em áreas distintas de operação: técnico e navegação de um lado, hotelaria e entretenimento do outro.



# Desenvolvimento do Setor de Cruzeiros Marítimos

---

- ❖ O exponencial crescimento do setor (a partir da década de 1970 e mais fortemente depois de 1988) pode ser atribuído a vários fatores - cont.:
  - ❖ A segmentação já é uma realidade! É possível encontrar cruzeiros marítimos específicos para uma gama de público.
  - ❖ Alto índice de satisfação dos passageiros. Mais de 80% se dizem “extremamente satisfeitos” ou “muito satisfeitos”.
  - ❖ Os navios construídos são cada vez maiores, criando um produto de massa personalizado e permitindo que as empresas de transportes obtenham economia de escala e possam praticar tarifas atraentes.
  - ❖ Os cruzeiros oferecem uma variedade de opções relativas à duração e itinerários de viagens.



# A Segmentação dos Navios!





# A Segmentação dos Navios!





# A Segmentação dos Navios!









# Classificações dos Cruzeiros

---

- ❖ Por conta da segmentação dos navios, estes passaram a receber diferentes classificações.
- ❖ Estrelas —> Guia Berlitz: dez categorias de uma estrela simples até 5 estrelas *plus*.
- ❖ Tamanho, volume e capacidade —> Navio boutique (50 a 200 pax); navio pequeno (200 a 500 pax); navio médio (500 a 1.200 pax); navio grande (mais de 1.200 pax).
- ❖ Luxo das embarcações —> standard, premium luxo, ou exclusivo.



# Ainda sobre o desenvolvimento...

---

- ❖ O mercado ainda é muito concentrado, tanto pela oferta quanto pela demanda. Em 2002, cerca de 80% do mercado era controlado pelas empresas:









# Ainda sobre o desenvolvimento...

---

- ❖ O perfil médio do passageiro norte-americano é o seguinte: mais de 48 anos de idade, um rendimento anual acima de US\$97.000, diploma universitário e casado.
- ❖ O sistema de distribuição e venda dos cruzeiros marítimos continua sendo, predominantemente, concentrado nos agentes de viagens que realizam cerca de 90% das reservas no mercado norte-americano.
- ❖ Em comparação a outros produtos turísticos, os cruzeiros marítimos são muito mais complexos, pois envolvem uma vasta opção de itinerários, navios e destinos, favorecendo o uso de um agente de viagens para auxiliar no processo de decisão e compra.



# Transporte Aéreo: Vilão ou Parceiro?

---

- ❖ Se, por um lado, o transporte aéreo foi o principal indutor do fim do transporte marítimo de linhas regulares, atualmente ele é um dos principais responsáveis pelo fenômeno dos cruzeiros marítimos.
- ❖ Pelos pacotes *air/sea*, as empresas de cruzeiro oferecem passagens aéreas de ida e volta para o porto de saída dos navios a preços promocionais.
- ❖ Outra opção é a de o passageiro viajar de navio para um determinado destino, e voltar para para o porto de origem de avião.



# Principais Destinos de Cruzeiros

---

- ❖ Os principais destinos são aqueles que possuem maior apelo turístico, águas propícias para a navegação durante boa parte do ano, investimento em infraestrutura portuária, etc.
- ❖ As três principais macroáreas geográficas nas quais os cruzeiros acontecem e que se complementam de acordo com as temporadas são: América do Norte e América Central, Europa, e demais países.



# Principais Destinos de Cruzeiros

**Tabela 6.2 — Estrutura geral do mercado de cruzeiros marítimos em 2004 de acordo com as regiões e os trimestres**

REGIÃO	1º TRIMESTRE	2º TRIMESTRE	3º TRIMESTRE	4º TRIMESTRE
América Central e do Norte	63,3%	54,3%	52,03%	59,5%
Europa (incl. transatlânticos)	5,8%	31,8%	38,6%	18,4%
Demais países	25,3%	12,08%	8,8%	18,8%
Embarcações ociosas	5,6%	1,7%	0,5%	3,2%

Fonte: Charlier e McCalla (2006).



# Principais Destinos de Cruzeiros

---

- ❖ Desde a década de 1980, o mercado no Caribe vem apresentando consecutivos aumentos expressivos passando rapidamente de 1,4 milhão de passageiros em 1980 para 8,5 milhões em 1997 a partir de uma estratégia que tinha por objetivo popularizar os cruzeiros marítimos no Caribe.



# Principais Destinos de Cruzeiros

**Tabela 6.3 — Destinos com maior apelo para cruzeiros marítimos**

REGIÃO	%
Caribe	45%
Alasca	24%
Bahamas	23%
Havaí	15%
Bermuda	15%
Mediterrâneo/Ilhas Gregas/Turquia	14%
Restante da Europa	13%
Canal do Panamá	8%
Costa Oeste do México	8%

Fonte: adaptado pelos autores de Florida-Caribbean Cruise Association (2010).