

Aula 7 - Identidade e Transformação de Novos Destinos em função do Transporte Aéreo - LCCs e FSNCs

Prof. Rafael Castro



Introdução

- ✿ No Modelo de Espectro de Desenvolvimento de Resort, Prideaux (2000; 2004) efetua uma análise nos destinos costeiros do estado de Queensland, na Austrália, em que identifica que nos estágios de desenvolvimento mais avançado desses destinos o transporte aéreo nacional e, posteriormente, internacional se faz presente.
- ✿ No caso específico de Cairns, destino que serve de portão de entrada para turistas visitando a Grande Barreira de Corais, Prideaux (2000) identifica as transformações ocorridas a partir do momento em que voos diretos internacionais passaram a servir o aeroporto local, não requerendo mais a conexão em outros portões de entrada convencionais na Austrália.

Introdução

- ✿ Efeito similar pode ser notado no Brasil, com a modernização dos terminais aeroportuários no Nordeste que possibilitaram a ligação direta com voos para a Europa e os Estados Unidos.
- ✿ Isso permitiu uma diminuição considerável do tempo total de viagem, uma vez que anteriormente grande parte dos turistas precisava fazer uma conexão no Rio de Janeiro ou São Paulo. O aumento da acessibilidade contribuiu, tanto no caso australiano, quanto no brasileiro, para um incremento da competitividade nos destinos destacados.

Introdução

- ✿ Dentre os fatores preponderantes para a importância do transporte aéreo na transformação de destinos turísticos está a redução dos custos reais de transporte aéreo, do aumento da capacidade e da velocidade, bem como o alto grau de segurança.
- ✿ A contribuição contínua das empresas aéreas vai muito além do fornecimento da acessibilidade!

Transformação de Novos Destinos

- ✿ A partir de 1970 e 1980 e, de certa forma até os dias atuais, a integração vertical com outras empresas de turismo e os pacotes oferecidos com acomodações, operadores turísticos e locadoras de veículos aumentam as oportunidades de venda nos destinos turísticos.
- ✿ Um exemplo atual é a Emirates Airlines, que é parte de um grande grupo empresarial que engloba várias atividades do turismo, incluindo uma empresa de gestão de viagens, hotéis e resorts, uma operadora de turismo e atrações turísticas (*ver próximo slide*).
- ✿ Tais parcerias puderam projetar Dubai como um destino global, em função das sinergias criadas e do padrão de qualidade consistente entre os vários produtos turísticos oferecidos no destino.

Verticalização: Emirates Airlines



Emirates

<http://www.emirates.com>

Dubai based Emirates is one of the fastest growing airlines in the world and has received more than 400 international awards for excellence since its launch in 1985. Emirates now takes you to over 100 destinations in Europe, the Middle East, the Far East, Africa, Asia, Australasia and North America.



dnata

<http://www.dnata.com>

Our services on the ground keep the world in the air. We're the world's fourth largest combined air services provider with over 20,000 employees across five continents. With ground handling, cargo, travel, and flight-catering services in 38 countries- we provide everything an airline needs beyond its planes, pilots and crews.

► [More about dnata](#)



SkyCargo

<http://www.skycargo.com>

Emirates Sky Cargo's rapidly expanding network now serves over 100 destinations worldwide. Through our extensive interline alliances with other carefully selected carriers, we are able to provide our customers with a truly global logistics capability.

Complementing the air network is an extensive system of scheduled truck links to regional, off-line points. Providing our customers not only with the speed of air transport but the convenience of local collection and delivery too. Our trucking network extends Emirates Sky Cargo's high standard of care, reliability and flexibility even further.



Emirates Airport Services

Emirates' Airport Services (EKAS) division is ultimately responsible for all ground services relating to Emirates flights operating to and from Dubai International Airport.

[Click here to learn more about Emirates Airport Services](#)



Emirates Wolgan Valley RESORT & SPA • AUSTRALIA



Emirates Wolgan Valley Resort & Spa

<http://www.wolganvalley.com>

Emirates Wolgan Valley Resort & Spa is an exclusive conservation-based resort bordering the Greater Blue Mountains World Heritage Area in Australia.



Emirates Holidays

<http://www.emiratesholidays.com>

The tour operating arm of the airline, Emirates Holidays offers tailor-made dream holidays to over 100 destinations.



Arabian Adventures

<http://www.arabian-adventures.com>

Arabian Adventures offers the widest range of scheduled overland explorer programmes including tours, safaris into the desert, wadi bashing, deep sea fishing or the calmer choice of a traditional dhow cruise in the moonlight.

Transformação de Novos Destinos

- ❖ No passado, as companhias aéreas contribuíramativamente para a promoção dos destinos. Pode-se identificar isso claramente assistindo anúncios de TV, muitos dos quais disponíveis no YouTube, produzidos pelas empresas aéreas na década de 1980.
- ❖ Companhias aéreas e destinos turísticos têm metas e objetivos semelhantes, com ambos exercendo alguma influência sobre as atividades do outro.
- ❖ Pode-se, por exemplo, exercer pressão sobre organismos de destinos turísticos para aumentar os esforços de marketing em um mercado particular a fim de fazer crescer o tráfego em uma rota específica.
- ❖ Os destinos, por sua vez, podem tentar exercer pressão para aumentar a frequência do serviço a partir de um determinado mercado, em reconhecimento da demanda latente que não está sendo atendida.
- ❖ Não é incomum que pressões políticas sejam exercidas para fazer uma companhia aérea abrir uma nova rota, especialmente quando esse esforço está alinhado com o desejo do governo nacional ou estadual de expandir relações comerciais.
- ❖ Um dos muitos exemplos foi a decisão da ETIHAD em estabelecer um voo entre Abu Dhabi (Emirados Árabes Unidos) e Astana, capital do Cazaquistão.

Transformação de Novos Destinos

- ✿ É crítico salientar que frequentemente a experiência turística de um destino em particular começa ao se embarcar no avião.
- ✿ Exemplo: conceito criado pela Singapore Airlines em 1970 onde as aeromoças, também conhecidas como *Singapore Girls*, oferecem uma autêntica hospitalidade asiática a bordo de suas aeronaves. A Hawaiian Airlines também efetua esforços de marketing com esse propósito, oferecendo a hospitalidade havaiana já em suas aeronaves, criando uma nítida e forte ligação com o destino turístico que servem.
- ✿ Essas duas empresas, que possuem modelos de negócios bem distintos, oferecem oportunidades para se explorar a relação entre empresas aéreas de baixo custo (LCC, *low cost carrier*) e as empresas aéreas tradicionais (FSNC, *full service network carrier*).

As LCCs - *Low Cost Carriers*

Empresas aéreas que oferecem baixas tarifas eliminando custos derivados de serviços tradicionais oferecidos aos passageiros.



As LCCs - *Low Cost Carriers*

- ✿ As mudanças legislativas e de comportamento do consumidor no uso de férias, passando do tradicional um mês corrido para vários intervalos menores, beneficiou amplamente o crescimento do turismo de curta distância.
- ✿ Em muitos mercados esse padrão de viagem foi ampliado pela introdução de serviços de empresas de baixo custo, oferecendo incentivo para que se façam mais viagens.
- ✿ Várias dessas empresas são conhecidas pela geração de tráfego adicional que beneficiam imensamente os destinos turísticos.
- ✿ Não é de se estranhar que empresas como Southwest Airlines, Ryanair e EasyJet tenham um forte poder de negociação com novos destinos e aeroportos com baixo tráfego.

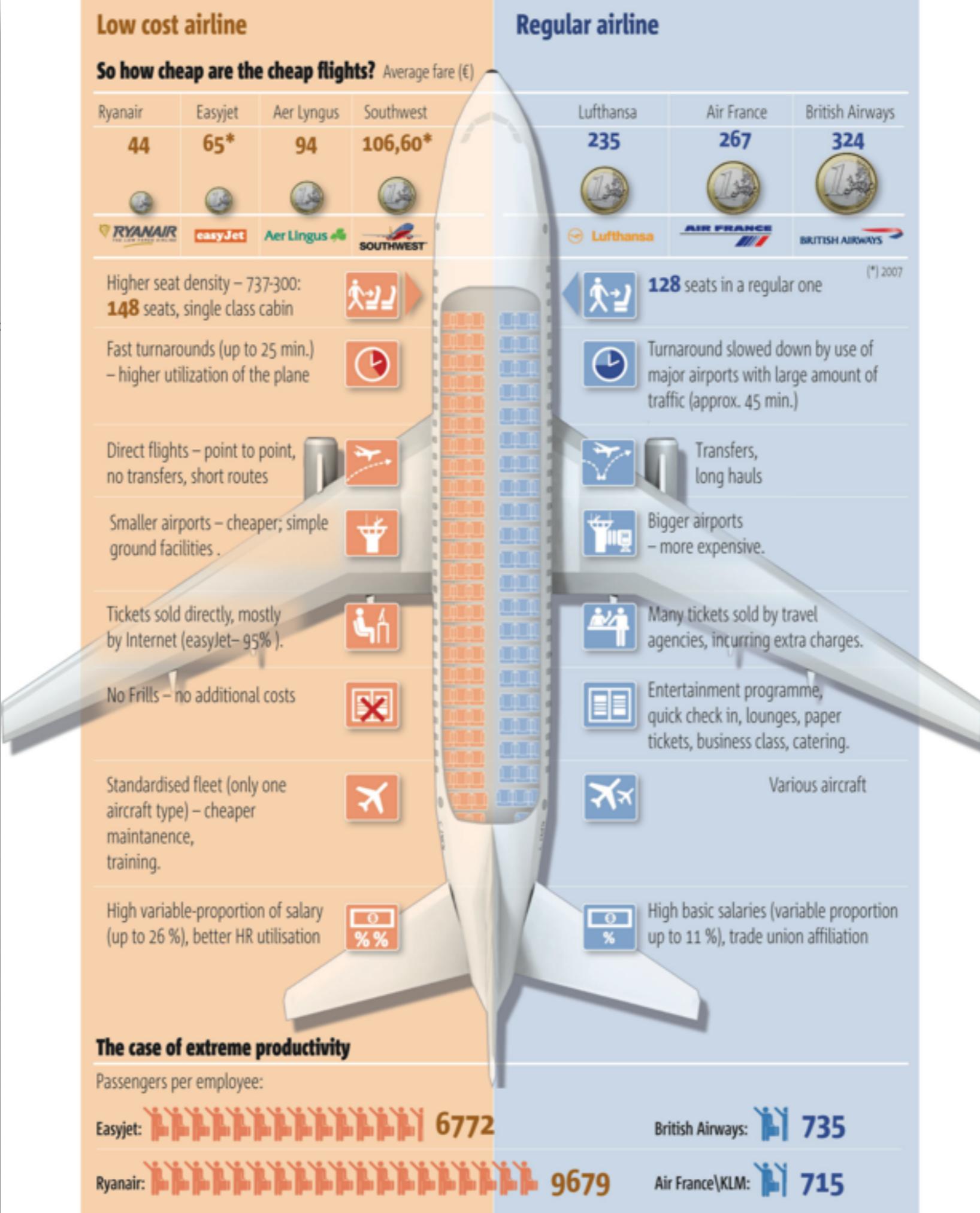
As LCCs - *Low Cost Carriers*

- ✿ Há ainda o fato de que para muitos viajantes as tarifas mais baixas oferecidas pelas LCCs proporcionam-lhes uma oportunidade de saírem de suas rotinas e fazerem turismo.
- ✿ Quando empresas aéreas como a Ryanair oferece passagens a 5 libras (aproximadamente R\$15,00), o destino é muitas vezes o que menos importa.
- ✿ A maioria dos passageiros só quer viajar, de preferência para um local de clima mais quente.
- ✿ Nesse sentido, o preço influencia a demanda e os destinos servidos por LCCs se beneficiam imensamente dessa acessibilidade.

A Southwest Airlines

- ✿ Voa somente no mercado interno dos EUA, há mais de 40 anos.
- ✿ Em dezembro de 2009 servia apenas 68 cidades (em comparação com mais de 200 da AA) em 35 estados.
- ✿ Não é considerada uma empresa aérea de pequeno porte: tem a maior frota de Boeings 737 em todo o mundo (mais de 530 aeronaves).
- ✿ Se de um lado serve menos destinos do que a maioria, por outro lado, quando abre uma nova rota tem a tendência de se oferecer grande número de frequências.
- ✿ “Aonde quer que a SWA vá, tarifas aéreas mais baixas seguem” → Super importante para os destinos turísticos.
- ✿ Uma companhia aérea desejada por muitos aeroportos e destinos turísticos.

A imagem apresenta uma série de diferenças entre as LCCs e as FSNCs.



Low Cost Carrier global seat capacity



New analysis by Amadeus reveals that:

- Indonesia, India, Thailand and Malaysia combined accounted for over 50% of all global LCC capacity growth.
- London maintains its position as the world's largest LCC city by capacity, with nearly 15 million available seats in the first half of 2013.



Annual growth in the first six months of 2013



Approximate seat capacity volume in the first 6 months of 2013

LCC CAPACITY CHANGE
WORLDWIDE FIRST 6 MONTHS
IN 2013

Cities	Seat capacity first half 2013	
	Growth	Millions
London	3%	14.7
Sao Paulo	7%	10.7
Jakarta	44%	9.3
Kuala Lumpur	15%	8.1
Las Vegas	-1%	7.5
Denver	-3%	6.9
Chicago	5%	6.8
Barcelona	0%	6.6
New York	4%	6.5
Manila	2%	5.7



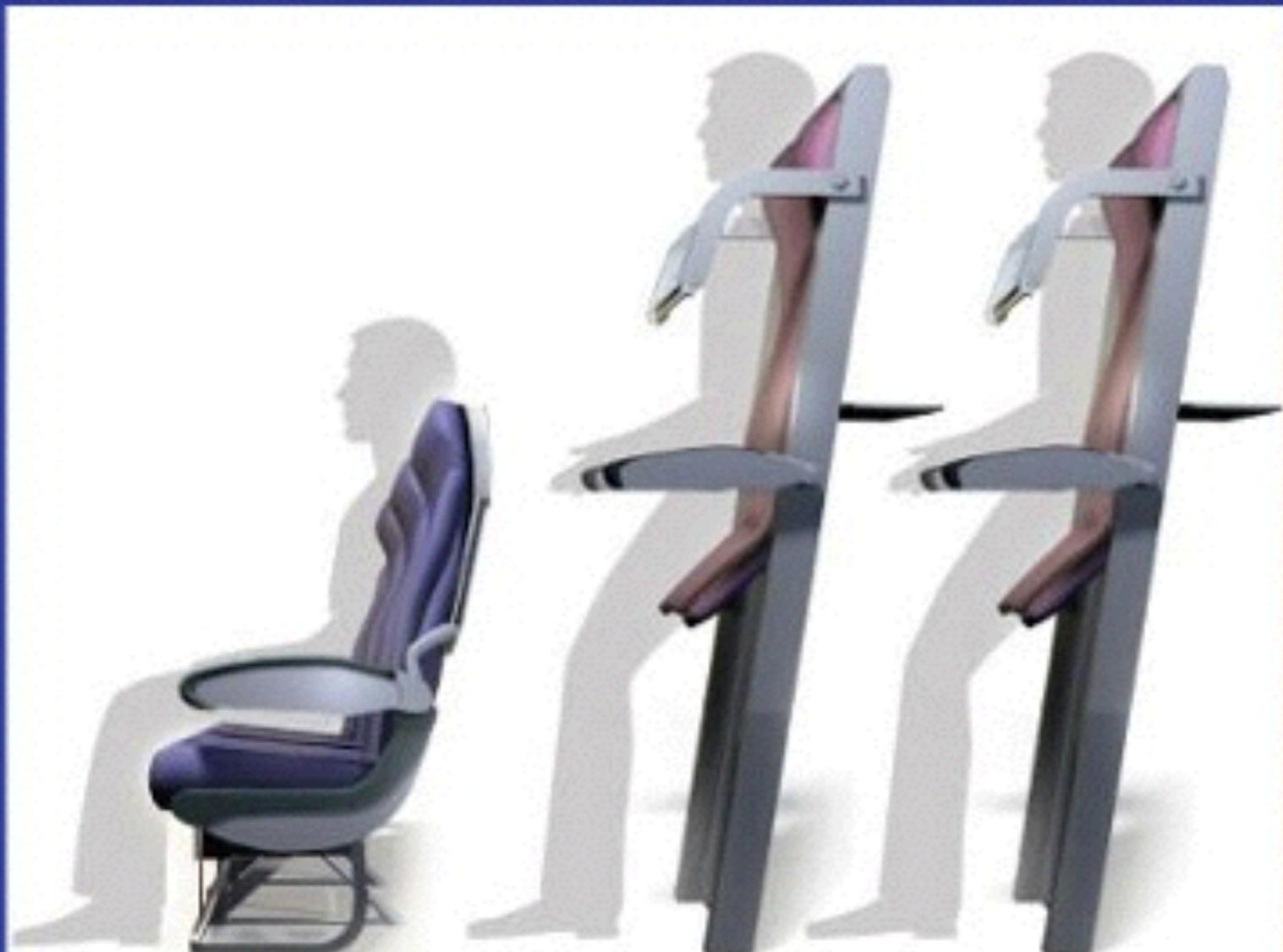
Asian capital cities experiencing the greatest LCC capacity increase:

Jakarta 44% Bangkok 30% Tokyo 178% Kuala Lumpur 15% Singapore 17%

AMADEUS
Your technology partner

A imagem ao lado mostra a capacidade global de assentos em LCCs. O que percebemos é que a maior parte está na Europa, seguido pela América do Norte e pela Ásia. A América do Sul, a África, o Oriente Médio e a região do Pacífico ainda não apresenta um mercado tão significativo.

RYANAIR.com
THE LOW FARES AIRLINE



A Ryanair apresentou há alguns anos atrás um projeto onde os passageiros voariam em pé, a fim de otimizar o uso das suas aeronaves e poder cobrar tarifas ainda mais baratas. O projeto não foi aceito pelas autoridades pertinentes!

A Ryanair oferece tarifas muito baratas. Em contrapartida, vende uma série de produtos e serviços a bordo para que possam aumentar a sua receita. Na imagem, um comissário está vendendo raspadinhos a bordo.

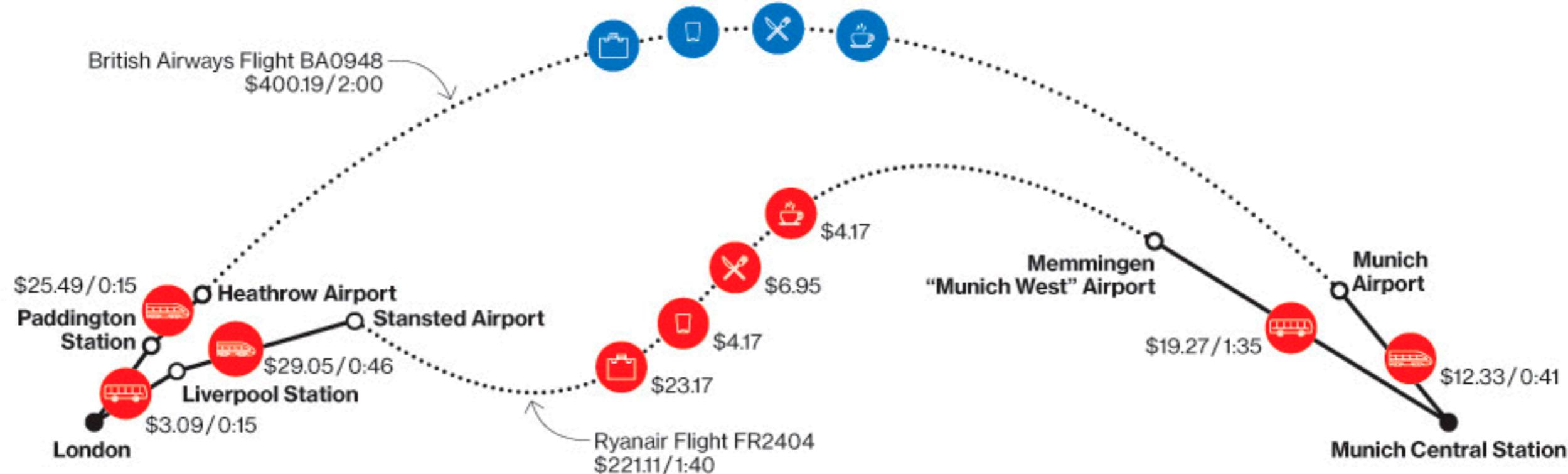


A imagem mostra a comparação do custo real de um voo com a Ryanair (LCC) *versus* British Airways (FSNC) no trecho Londres - Munique. O que se percebe é que nem sempre uma LCC é MUITO mais barata, uma vez que o passageiro deverá pagar por uma série de outros serviços que estão inclusos nas tarifas de uma FSNC.

The real cost of a Ryanair flight vs. one on British Airways from London to Munich



	Total hours	Total cost
British Airways	3:11	\$441
Ryanair	4:16	\$311



As FSNCs - *Full Service Network Carriers*

- ❖ Apesar do grande sucesso de algumas empresas operando no modelo baixo custo, empresas aéreas tradicionais ainda apresentam grandes oportunidades para destinos turísticos.
- ❖ Operações de longo curso provêm claramente a maneira mais rápida e eficiente para um destino atrair um mercado global distante.
- ❖ Exemplos: Cingapura e Dubai. Combinam uma iniciativa bem orquestrada envolvendo companhias aéreas, aeroportos, marketing, turismo e ações governamentais para converter passageiros em trânsito em turistas.
- ❖ A rede de transportes criada tanto pela Singapore Airlines (SQ) quanto pela Emirates (EK) fez com que tanto Changi como o aeroporto de Dubai se transformassem, respectivamente, em centros comerciais, financeiros e turísticos importantes entre o Ocidente e o Oriente.
- ❖ Com um pequeno mercado local de onde pode atrair passageiros, Cingapura, com aproximadamente 4,5 milhões de habitantes, e Dubai, com 1,4 milhão de pessoas, essas duas companhias aéreas só sobreviveram pela geração de tráfego a partir de outros mercados externos.

As FSNCs - *Full Service Network Carriers*

- ❖ A Singapore Airlines oferece um serviço de alto padrão aos passageiros de longo curso, servindo cerca de 100 destinos em todo o mundo. Ela opera mais de um terço de todos os voos no Aeroporto de Changi, dos quais detém monopólio em várias rotas a partir do país insular.
- ❖ Changi é um aeroporto de classe mundial fornecendo uma ampla gama de serviços aos passageiros (zonas de lazer especiais, incluindo jardins temáticos e uma piscina, lojas *duty free* e passeios turísticos gratuitos para passageiros com uma conexão de pelo menos cinco horas) e companhias aéreas.
- ❖ Cingapura como destino oferece muitas atrações ao ar livre, como o Jardim Botânico, o Zoo que oferece grande interatividade com os animais, a Ilha Sentosa e a Ilha da Tranquilidade. Ele também é um dos principais destinos para reuniões, convenções e exposições não só da Ásia, mas em todo o mundo.
- ❖ Outra característica desenvolvida para atrair turistas é a promoção de Cingapura como um paraíso de baixo custo para compras, particularmente produtos de alta tecnologia, jóias e relógios.



SINGAPORE AIRLINES





As FSNCs - *Full Service Network Carriers*

- ✿ A Emirates é uma das poucas companhias aéreas do mundo a voar para todos os continentes, aproveitando a excelente localização de Dubai entre a Europa e a Ásia, com cerca de 3,5 bilhões de pessoas residindo dentro de um raio de 8 horas de voo a partir de Dubai.
- ✿ A Emirates tem uma forte presença na Austrália e na Nova Zelândia, na Europa, na Ásia e na África. Mais recentemente abriu rotas para a América do Norte e para a América do Sul (Rio de Janeiro, São Paulo e Buenos Aires).

As FSNCs - *Full Service Network Carriers*

- ✿ A Emirates faz uso de várias estratégias bem sucedidas operacionais e gerenciais, incluindo:
 - ✿ Menores custos de trabalho, devido à utilização de trabalhadores expatriados de países de baixos salários;
 - ✿ Terceirização de atividades de contabilidade e tecnologia da informação para a Índia e para o Paquistão;
 - ✿ Grandes encomendas de aeronaves junto a Airbus e Boeing para conseguir descontos por volume;
 - ✿ Entrada em um novo mercado oferecendo pelo menos um voo diário, e por meio de aumento da demanda, aumentar o tamanho das aeronaves servindo esses destinos e expandindo o número de frequências.

As FSNCs - *Full Service Network Carriers*

- ✿ Parece que a estratégia definida pela Singapore Airlines para desenvolver o seu destino fazendo uso de uma rede de transportes eficientemente estabelecida, foi bem imitada pela Emirates.
- ✿ É possível argumentar que a integração e a governança das companhias aéreas, aeroportos e organizações de turismo só foi possível nesses dois casos, devido a seus governos e a decisão de um investimento consistente de longo prazo orientado para uma estratégia de desenvolvimento.
- ✿ Muitas empresas que operam em Changi ou no aeroporto de Dubai são subsidiárias de grupos empresariais que incluem suas respectivas companhias aéreas. Esse é um exemplo de integração vertical ao nível operacional.



