

## Estrategias adotadas pela Varig:

### 1. Expansão:

- 1942: Começou a voar para o exterior, indo de Porto Alegre até Montevideú.
- 1957: Abriu uma rota para Nova York.
- 1961: Se uniu ao Consórcio Real Aerovias.
- 1965: Comprou a Panair do Brasil, pegando as rotas para a Europa deles.

### 2. Política e Cultura:

- A Varig estava muito ligada ao governo, o que dava vantagens, mas também criava uma cultura de gastos altos e luxo.

### 3. Gestão de Custos:

- Eles tinham um serviço de luxo, com refeições chiques, mas isso custava muito. Por exemplo, no final dos anos 70, gastavam US\$ 7 milhões por mês só em caviar.

### 4. Crises Econômicas:

- Anos 90: Com a globalização, surgiram novos concorrentes no Brasil e no mundo.
- 1991: Investiram em novos aviões da Boeing, mas a Guerra do Golfo aumentou o preço do petróleo.
- 1992-1993: Começaram a vender aviões e a reestruturar a empresa para cortar custos.

### 5. Reestruturação e Venda:

- 1994: Reduziram funcionários e fecharam escritórios.
- 2005-2006: Venderam partes da empresa e tentaram se recuperar judicialmente, até que foram comprados pela VRG Linhas Aéreas e depois pela Gol.

# O que Podia Ter Sido Feito:

## 1. Reduzir Gastos:

- Podiam ter simplificado o que serviam nos voos, tipo a Southwest Airlines, que só dá um pacote de amendoim, para baixar os custos.

## 2. Novas Fontes de Renda:

- Oferecer serviços extras pagos como espaço extra para bagagem, escolher assento e vender comida ou bebida.

## 3. Atualizar a Frota:

- Investir em aviões mais novos e que gastam menos combustível, mesmo que isso significasse alugar ao invés de comprar.

#### 4. Parcerias:

- Fazer alianças com outras companhias para voar mais rotas sem precisar operar tudo sozinhos.

#### 5. Renovação da Marca:

- Depois que a Gol comprou a Varig, poderiam ter mudado a marca para algo mais moderno e eficiente, mas mantendo a história.

#### 6. Manejar Dívidas:

- Negociar melhor com quem eles deviam dinheiro, talvez trocando parte da dívida por ações.

## 7. Foco no Local:

- Focar em voos regionais onde a concorrência fosse menor e ter melhores margens, enquanto recuperava a confiança internacional.

Essas ideias poderiam ter ajudado a Varig a se adaptar ao mercado e às crises, mantendo sua importância na aviação brasileira.