



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE HOTELARIA E TURISMO
CURSO DE TURISMO

ELLEN THALITA SILVA PORTELA

OLIGOPÓLIO AÉREO BRASILEIRO:
Consequências ao consumidor.

Recife
2023

ELLEN THALITA SILVA PORTELA

OLIGOPÓLIO AÉREO BRASILEIRO:
Consequências ao consumidor.

Pesquisa de Trabalho de Conclusão de Curso apresentado no Curso de Turismo UFPE como requisito básico para a obtenção do título de Bacharel em Turismo na disciplina de TCC 2.

Orientador: Professor Sérgio Rodrigues Leal

Recife
2023

OLIGOPÓLIO AÉREO BRASILEIRO: CONSEQUÊNCIAS AO CONSUMIDOR.

BRAZILIAN AIR OLIGOPOLY: CONSEQUENCES FOR THE CONSUMER.

Discente: Ellen Thalita Silva Portela

Orientador: Sérgio Rodrigues Leal

Universidade Federal de Pernambuco - UFPE

RESUMO

O transporte aéreo no Brasil desempenha um papel fundamental no crescimento do país, facilitando a integração nacional e o turismo, mas no início, era acessível apenas à elite devido às tarifas elevadas. O governo controlava rigidamente o setor, regulando tarifas e regras de serviço. A desregulamentação gradual na década de 90 trouxe novas empresas e encerrou o oligopólio das companhias aéreas Varig, Vasp e Transbrasil. Com a entrada de concorrentes como TAM e Gol nos anos 2000, as tarifas começaram a cair, tornando as viagens aéreas mais acessíveis para diferentes classes sociais. Inovações organizacionais, tecnológicas e de marketing democratizaram o setor, permitindo que mais pessoas tivessem acesso à aviação comercial. No entanto, nas últimas décadas, a concentração de mercado retornou devido à falência da Avianca e à predominância da Azul, Gol e LATAM. O oligopólio dessas grandes companhias restringiu as opções dos consumidores e limitou a concorrência, resultando em impactos aos consumidores. Esta sempre foi um elemento importante no setor aéreo, apesar de períodos de domínio por parte de algumas empresas. Em 2023, a Azul, Gol e LATAM competem pelo mercado, mas a falta de novos concorrentes permite que essas grandes empresas controlem o setor. Isso cria um oligopólio, uma estrutura de mercado caracterizada pela presença de poucos concorrentes e barreiras à entrada de novas empresas. Esta estrutura de mercado pode estar influenciando ou impactando o consumidor final negativamente, dada a sua condição de limitação de empresas dentro do mercado aéreo. Neste estudo, utilizou-se como método a abordagem qualitativa e descritiva, empregando a técnica de pesquisa documental. O objetivo foi analisar quais são as implicações condicionadas pela estrutura do mercado aéreo brasileiro que afetam o consumidor de passagens aéreas. Após a coleta de dados, foi possível identificar alguns dos impactos trazidos pela falta de concorrência no setor aéreo, como a alta da tarifa real doméstica.

Palavras-chave: Aviação, Transporte Aéreo, Concorrência, Oligopólio, Brasil.

ABSTRACT

Air transport in Brazil plays a fundamental role in the country's growth, facilitating national integration and tourism, but in the beginning, it was only accessible to the elite due to high fares. The government tightly controlled the sector, regulating tariffs and service rules. Gradual deregulation in the 1990s brought new companies and ended the oligopoly of the airlines Varig, Vasp and Transbrasil. With the entry of competitors such as TAM and Gol in the 2000s, fares began to fall, making air travel more accessible to different social classes. Organizational, technological and marketing innovations democratized the sector, allowing more people to have access to commercial aviation. However, in recent decades, market concentration has returned due to the bankruptcy of Avianca and the predominance of Azul, Gol and LATAM. The oligopoly of these large companies restricted consumer options and limited competition, resulting in impacts on consumers. This has always been an important element in the airline sector, despite periods of dominance by some companies. In 2023, Azul, Gol and LATAM compete for the market, but the lack of new competitors allows these large companies to control the sector. This creates an oligopoly, a market structure characterized by the presence of few competitors and barriers to entry for new companies. This market structure may be influencing or negatively impacting the end consumer, given the limited number of companies within the airline market. In this study, a qualitative and descriptive approach was used as a method, employing the documentary research technique. The objective was to analyze the implications conditioned by the structure of the Brazilian air market that affect the consumer of air tickets. After collecting data, it was possible to identify some of the impacts brought about by the lack of competition in the airline sector, such as the increase in real domestic fares.

Keywords: Aviation, Air Transportation, Competition, Oligopoly, Brazil.

1. Introdução

A Aviação Comercial brasileira tem um amplo histórico e uma célebre importância dentro do país, segundo a IATA (2019), o setor é responsável pela geração de mais de 839 mil empregos no Brasil, atualmente é uma das responsáveis pela fomentação da economia, com milhões de brasileiros dependentes do setor todos os dias, ele é um essencial meio de locomoção no país,

impulsionando o turismo. Só em 2022 o mercado doméstico mostrou-se responsável por cerca de 82,2 milhões de passageiros transportados pelo país (ANAC, 2022), no mesmo ano o Ministério de Turismo divulgou que 8 em cada 10 brasileiros decidiram viajar no primeiro trimestre. E as viagens corporativas que utilizam o modal aéreo vêm se consolidando e tendo um aumento significativo no ano atual, de acordo com dados da Associação Brasileira das Agências de Viagens Corporativas (Abracorp). Analisando o desempenho de 11 segmentos do setor, foi observado que o faturamento alcançou R\$6,5 bilhões no primeiro semestre do ano de 2023, 17% acima do mesmo período de 2019 (IATA, 2019). Esses números demonstram que a procura pelo mercado doméstico de aviação tem aumentado e retomado cada vez mais espaço após as consequências da pandemia. Com o enorme crescimento do setor e uma alta dependência da população para o mesmo em suas locomoções de média e longa distâncias, faz-se necessário o estudo do mercado para um melhor entendimento de como ele se porta para com o consumidor e também com o turismo. No presente momento, o setor aéreo comercial tem em sua integração apenas três grandes companhias aéreas: Azul, Gol e LATAM. Estas são as únicas a ofertar a maioria das passagens aéreas no país, sendo alguns dos trechos operados por apenas uma ou duas companhias, como é o caso do trecho Recife - Maceió, por exemplo, operado apenas pela Azul. O Brasil se vê com o mercado escasso em opções para os consumidores e vivendo no que se entende por uma dominação de "oligopólio aéreo", que não aparenta ser suficiente para suprir a demanda de brasileiros interessados em adquirir as passagens aéreas, tornando a oferta e demanda desiguais. Segundo a ANAC, a tarifa média de 2022 foi de R\$644,50, um acréscimo de R\$113 em relação a 2021. Devido a atual estrutura do mercado aéreo e a deficiência de concorrência, entre outros fatores, é perceptível algumas consequências para com o consumidor brasileiro, dependente de apenas três grandes companhias aéreas para suas viagens interestaduais. A presente pesquisa pretende atuar num papel investigador, averiguando os impactos que o consumidor brasileiro influenciados pelo oligopólio aéreo, colaborando para um maior conhecimento, percepção, e compreensão sobre o importante mercado aéreo brasileiro.

2. Revisão de Literatura

2.1 A Aviação Comercial no Brasil

O setor de transporte aéreo brasileiro contribui de forma significativa para o crescimento do país. As viagens aéreas possuem importante papel na integração nacional, no

turismo e no transporte de pessoas e cargas, facilitando o fluxo de pessoas, de bens e de investimentos (IATA, 2019).

A Aviação Comercial no Brasil nas primeiras décadas de sua consolidação foi um meio de transporte voltado à mais alta sociedade e elite brasileira. No Brasil, viajar de avião era para poucos, geralmente homens de negócios e funcionários públicos (Oliveira, 2011), era uma opção de viagem vista para aqueles que tinham dinheiro, sinônimo de luxo e glamour, notava-se ser difícil ver a classe operária utilizando o setor, pois as tarifas eram “muito elevadas em relação à capacidade aquisitiva média da população brasileira” (Fay, 2013). Durante muitas décadas essa foi a realidade do setor no Brasil, que era estritamente regulado pelo governo, principalmente pelas tarifas e regras para os serviços prestados aos consumidores, tais como cancelamentos, alterações de passagens e reembolsos.

Com o passar do tempo e após a desregulamentação no setor, houve o surgimento de novas empresas e de algumas falências no setor aéreo brasileiro até o oligopólio Varig, Vasp e Transbrasil se fazer presente a partir de 1990. Nos anos 2000, o oligopólio brasileiro das companhias Varig, Vasp e Transbrasil nos anos 1990 foi dando lugar a novas companhias, como a TAM e posteriormente a Gol. Nesta época, o aumento da competição de companhias aéreas e a liberdade tarifária concedida pelo governo anteriormente reduziu notavelmente o preço das passagens, dando a oportunidade de brasileiros com baixo poder aquisitivo também utilizarem o avião como transporte. De 1990 a 2016 ocorreram além da desregulamentação as inovações organizacionais, tecnológicas e mercadológicas, isso resultou na relativa democratização do setor aéreo, o que beneficiou a população de outras classes sociais que alcançaram maior acessibilidade na aviação comercial para suas viagens de lazer ou trabalho. Para Guimarães e Salgado (2003) foi um cauteloso processo de liberalização do setor aéreo no país que trouxe a introdução de concorrência, autorização da entrada de novas empresas, liberalização tarifária, além do controle na concentração de mercado. Esta fase influenciou a saída de antigas companhias, como foi o caso da Varig, Vasp e Transbrasil.

Nos anos 2000, empresas como Varig, Vasp e Transbrasil entraram em falência em decorrência da administração e da desregulamentação do setor aéreo que trouxe a concorrência de mercado, dando lugar a Gol, TAM, Azul e Avianca, que dominaram o mercado brasileiro (Oliveira, 2009). Atualmente, após a falência da Avianca em 2019, o setor é restrito ao oligopólio Azul, Gol e LATAM (antiga TAM), que disputam mensalmente pela liderança do mercado aéreo, situação semelhante à que o Brasil passou na década de 90 com a Varig, Vasp e Transbrasil de acordo com dados da DAC (1990) e ANAC (2022).

2.2 Oferta e Demanda na Aviação

Para Kotler (2012), a oferta pode ser uma combinação de produtos, serviços, informações e experiências. Já demanda, "o volume total que seria comprado por um grupo definido de consumidores em uma área geográfica definida, em um período de tempo definido" (Kotler, 1991). Independente de seus conceitos, a oferta e a demanda estão presentes na aviação como também em diversos setores comerciais. Na aviação comercial, a oferta se identifica como as passagens aéreas e a demanda como os consumidores, se tratam de passageiros que adquirem essas passagens ou que desejam adquirir, seja qual for o intuito dessa viagem.

Para compreender o desempenho de cada mercado, é preciso analisar suas respectivas ofertas e demandas. No setor aéreo, esta análise permite o acompanhamento das variações de oferta e de demanda de passageiros, da carga no modal aéreo, da taxa de aproveitamento das aeronaves e também da participação de mercado das companhias aéreas (ANAC, 2023). Este acompanhamento colabora para um melhor entendimento do fluxo de entrada e saída, e de acontecimentos como a concentração de mercado, situação que, de acordo com a Câmara dos Deputados (2019), o setor aéreo brasileiro se encontra desde a falência da Companhia Avianca Brasil.

Ainda em 2014, Oliveira comentava que a expansão do setor aéreo não atendia satisfatoriamente à crescente demanda dos serviços. Atualmente, há menos opções de empresas ofertantes no mercado. Neste momento apenas três grandes companhias se mantêm existentes detendo um setor em que milhões de brasileiros estão dependentes sem muitas opções de escolha para a compra de passagem. Antes, com a Avianca, o país possuía quatro grandes companhias aéreas ofertando as passagens para toda a demanda brasileira, agora desde sua saída o mercado passou a ser mais concentrado, ou seja, menos *players*, menos opções de voos e menos concorrência. A oferta diminuiu, ficando difícil suprir a demanda reprimida de pessoas que procuram viajar de avião.

2.3 A Concorrência de Companhias Aéreas no Setor

Silva (2004) conceitua a concorrência como "o processo de disputa pelo qual as empresas passam". Já Possas (1999 *apud* Silva, 2004) caracteriza a concorrência como "um processo de seleção econômica que visa a obtenção de valor". Independente do seu conceito,

a concorrência, muitas vezes aliada do consumidor, sempre se fez presente nas décadas de existência do setor aéreo brasileiro, fato reconhecido pelo Tribunal de Contas da União – TCU, que por meio do Acórdão nº 346/2008 do Plenário constatou o potencial competitivo do setor aéreo brasileiro. Segundo compreensão da Corte, o instituto da concessão não é adequado à operação de linhas aéreas, devido ao mercado não apresentar características de monopólio natural e seria prudente que houvesse uma maior quantidade de operadores possíveis em uma rota (TCU, 2008). Entretanto, o setor aéreo doméstico manteve-se lidando com uma quantidade limitada de companhias pela maior parte do tempo desde o início de sua história, como por exemplo nas décadas de 70 a 90, em que as companhias Varig, Vasp e Transbrasil detinham grande parte do mercado, (DAC, 1991).

Em 2023, as companhias aéreas que disputam pelo "*marketshare*" são a Azul, Gol e LATAM. O consumidor e a população atualmente se encontram bastante limitados na escolha de qual companhia aérea realizar sua viagem. E estas principais companhias usufruem desse domínio e controle. Como são as únicas grandes empresas de aviação comercial no país, não há de fato grande concorrência para competir com seus serviços.

2.4 O Oligopólio e o Monopólio

Quando um pequeno grupo de empresas compete ou domina a maior parte de um mercado, fala-se em oligopólio. A tendência é de uma concentração da propriedade em empresas de grande porte, que pode ocorrer pela fusão entre concorrentes. Ao conceituar do que se trata o oligopólio, Silva (2004) cita que essa estrutura “[...] se caracteriza pela pequena quantidade de ofertantes, em virtude das significativas barreiras à entrada de novos concorrentes, com produtos diferenciados ou homogêneos”. Dornbusch, Fischer e Begg (2003), apontam que “a essência de um oligopólio é que cada firma tem de considerar como suas ações afetam as decisões do seu número relativamente pequeno de rivais”.

Para Colacino (2016), no oligopólio, tanto as quantidades ofertadas como os preços são fixados entre as empresas por meio de conluíus ou cartéis. O cartel é uma organização (formal ou informal) de produtores de um setor que determina a política de preços para todas as empresas que a ela pertencem. Elas costumam adotar uma política de preços comum, agindo como monopolistas (chamada de solução de monopólio). Dadas estas condições, é perceptível a capacidade destas empresas oligopolistas de influenciar os preços, a produção e as condições de mercado. Segundo Leininger e Moghadam (2018), na estrutura de mercado oligopolista existem barreiras para entradas de novas empresas, o que fortalece as já

participantes do pequeno grupo dominante neste mercado. Os bens produzidos por empresas desta estrutura de mercado requerem muitas vezes tecnologias especializadas e de alto custo, o que fortalece as barreiras.

Uma outra tipologia de estrutura de mercado é o chamado monopólio, em que uma única empresa oferta o produto ou serviço de determinado setor. A concorrência monopolista em curto prazo, segundo Mankiw (2009), tem um monopólio puro e sem concorrentes, por ter um produto “único” no mercado e uma substituição seria imperfeita. Ou seja, devido à sua exclusividade, a empresa monopolista é a única a deter dominância no mercado em que se mantém presente. Por último, também há a estrutura de concorrência perfeita, esta segundo Sardinha (1995) é caracterizada pela existência de muitas empresas ofertando o mesmo produto em um mercado, na qual utilizam o preço como principal fator de vantagem competitiva. A diferença destas estruturas é o número de empresas, visto que no oligopólio observa-se a presença de duas ou mais empresas, e não apenas uma, como no monopólio. Já no caso da concorrência perfeita há a existência de muitas que utilizam do preço para se obter vantagem uma contra as outras.

É importante destacar que a Constituição Federal/88 considera crime contra o consumidor qualquer forma de concentração de empresas, que inviabiliza a livre concorrência, definindo como abuso de poder econômico a dominação de mercados nacionais ou a eliminação total ou parcial da concorrência por meio de coalizão, incorporação, fusão ou integração (BRASIL, 1988). Já o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência (SBDC) tem a função de prevenir e reprimir ações que possam limitar ou prejudicar a livre concorrência. Regido pela Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011 (BRASIL, 2011), é formado por dois órgãos governamentais: Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) e a Secretaria de Promoção da Produtividade e Advocacia da Concorrência (SEPRAC). O CADE é uma autarquia federal vinculada ao Ministério da Justiça. Contudo, segundo Pereira (2006), as decisões do CADE não são acatadas com consenso comum, devido às interferências políticas e empresariais para rever as decisões dos órgãos de defesa da concorrência.

2.5 A Precificação de Passagens Aéreas no Brasil

O preço é encontrado em diversos produtos e serviços no capitalismo global e pode ser definido de diversas formas. Para Churchill Jr. e Peter (2013), o preço é a quantidade de dinheiro que deve ser dada em troca para se adquirir a propriedade ou o direito ao consumo ou à utilização de um produto ou serviço. A variação do preço pode ser condicionada por

diversos motivos. Segundo Ingenbleek e Vanderlans (2013), às decisões de preço de uma empresa são influenciadas por fatores organizacionais, internos, que incluem os objetivos de marketing da empresa, as estratégias do mix de marketing, os custos e a organização como um todo, enquanto os fatores ambientais externos incluem a natureza do mercado e da demanda, a concorrência e outros elementos ambientais.

Na aviação, há possíveis fatores que influenciam o preço das passagens aéreas no setor doméstico. Para Sanovicz (2023) presidente da Associação Brasileira das Empresas Aéreas (ABEAR), alguns dos fatores que condicionam o aumento de valor da passagem são o aumento de combustível de avião, o aumento da taxa de câmbio, a escassa concorrência no setor, as perdas da pandemia que precisam ser recuperadas e entre outros. Para ele, estes só poderão baixar quando as companhias aéreas resolverem estes fatores, quando as condições de competitividade voltarem e, para tornar ainda mais difícil o processo, quando o brasileiro voltar a ter o poder de compra de anos atrás.

A regulação tarifária também influenciou o preço das passagens no decorrer dos anos. Antes, com a influência da regulação governamental, era possível verificar os altos preços das passagens aéreas. Em 1951, por exemplo, uma viagem do Rio de Janeiro para Recife custava quase seis salários mínimos da época. E após o fim do controle governamental do setor aéreo em 1970, foi possível constatar uma baixa deste valor no decorrer dos anos (Gondim e Daraya, 2020). Porém, as tarifas aéreas permaneceram sendo controladas em obediência às necessárias políticas de estabilização inflacionária e cambial da década de 80. A crise financeira das empresas do setor motivou a desregulamentação progressiva do mercado de transportes aéreos no Brasil a partir de 1992, causando profundas mudanças na estrutura deste mercado. Mais à frente, em 1997, o limite superior de preços foi eliminado. A terceira rodada de liberalização veio a ocorrer em 2001, quando foram removidos todos os controles de preços (Cunha, 2016).

3. Metodologia

Pode-se dizer que a metodologia se refere ao conjunto de métodos, técnicas e abordagens utilizados em um processo de pesquisa, como a presente. Para Flick (2019), a metodologia pode ser definida como "a estruturação e organização dos processos de pesquisa, de modo que as questões de pesquisa possam ser abordadas de maneira sistemática, usando métodos científicos apropriados". Nesta pesquisa, adotou-se a pesquisa descritiva com

abordagem qualitativa na trilha metodológica, onde foi aplicada como coleta de dados a técnica de pesquisa documental.

Nas palavras de Flick (2019), a pesquisa descritiva tem como objetivo a descrição das características de determinado fato ou situação, identificando os padrões, as tendências e as relações entre suas variáveis. Ou seja, destacando como as variáveis estão interligadas e quais padrões e tendências podem ser identificados. Sobre abordagem qualitativa, Flick (2019) afirma que a pesquisa qualitativa é uma abordagem que objetiva a compreensão e interpretação dos fenômenos sociais, culturais e psicológicos, utilizando-se das mais variadas técnicas de coleta de dados, como: entrevistas, observação, análise de documentos e materiais culturais.

A técnica de coleta escolhida foi a documental (online), possibilitando a análise e coleta de dados e documentos através da internet, principal veículo de informação da atualidade. Como exemplos desta tipologia, Alves et al. (2015) afirma que existem imagens, websites, políticas públicas, estudos, planos de turismo, legislação e outros materiais relevantes. Segundo Gil (2022), as vantagens da coleta de dados através da documentação online é a possibilidade de acesso a uma grande quantidade de informações e dados em tempo real.

Durante a análise documental da pesquisa (no decorrer do mês de setembro), foi analisado o gráfico de tarifa aérea real média da ANAC, com dados corrigidos pelo IPCA em um período de cinco anos entre junho de 2018 e junho de 2023 através da plataforma¹ de dados da ANAC em que é possível acompanhar a tarifa real média de passagens aéreas através do site, também foram analisadas algumas notícias que saíram do setor aéreo brasileiro no período de pré e pós falência da companhia aérea Avianca Brasil para descobrir a perspectiva da mídia sobre as consequências ao consumidor na época de suas publicações. Procurando filtrar notícias de maior credibilidade, os portais de notícias escolhidos foram aqueles direcionados ao jornalismo e informação

Enquanto examinados os dados, foi-se identificado o tipo de estrutura do mercado aéreo brasileiro, e sua influência na precificação das passagens. A partir desta concepção, foram apresentadas consequências desta estrutura para o consumidor final do mercado aéreo brasileiro e como se observa o setor e sua concorrência atualmente.

¹<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiMjdjODE3MzUtOTM5MC00MjEzLTk3YjktMzc0Y2JkZGVkYzc2IiwidCI6ImI1NzQ4ZjZlLW10YTQtNGIyYi1hYjJhLWVmOTUyMjM2ODM2NiIsImMiOiR9>

4. Resultados e Discussão

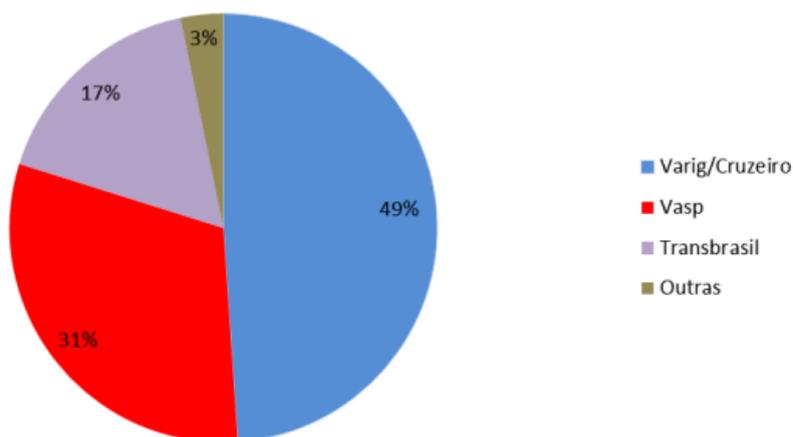
Os resultados apresentados neste estudo têm por base uma análise realizada na plataforma de dados da ANAC, bem como notícias e atualizações do setor analisados separadamente através da internet. Com o intuito de investigar consequências da estrutura do mercado aéreo para o consumidor, pretendeu-se demonstrar primeiramente o tipo de estrutura de mercado e posteriormente analisar os gráficos de tarifa média anual da ANAC e, separadamente, as notícias sobre o setor aéreo nas plataformas digitais para por fim chegar a conclusão sobre quais são os potenciais impactos que os brasileiros vêm enfrentando nos últimos anos.

Na análise dos resultados foi definido um lapso temporal de cinco anos, entre junho de 2018 e junho de 2023. Dentro deste intervalo de tempo ocorreu a falência da companhia Avianca Brasil. Desta forma, foram examinados os dados antes da falência, quando havia no mercado quatro grandes companhias aéreas, e após a falência, quando apenas três companhias aéreas têm se mantido lidando com o market-share e toda a demanda brasileira.

4.1 O Oligopólio como Estrutura de Mercado Aéreo

Durante 1990, o Brasil já lidava com um mercado escasso de grandes companhias aéreas na oferta de serviços. O Gráfico 1 exhibe o market-share do mercado aéreo doméstico em 1990 quando apenas três empresas controlavam 97% do mercado. A companhia Varig/Cruzeiro praticamente dominava metade do mercado nacional, seguida pela Vasp e por fim pela Transbrasil. As pequenas empresas (regionais) obtinham apenas 3%.

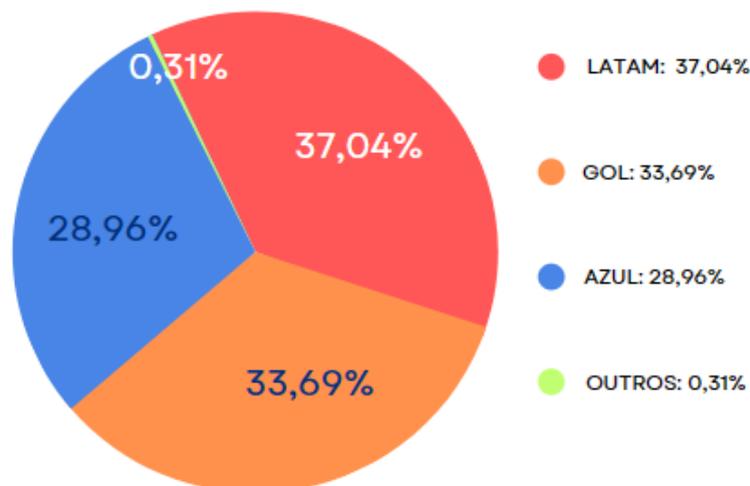
Gráfico 1 - Market-share em 1990



Fonte: DAC (1990), Elaborado por Josué Catharino Ferreira.

Em 2022, averigua-se uma situação semelhante à de 1990 no mercado aéreo nacional, visto que apenas três grandes empresas dominam 99,69% do mercado aéreo doméstico, sobrando apenas 0,31% para outras empresas. A LATAM lidera a participação de mercado com 37,04%, seguida da Gol 33,69% e da Azul com 28,96%.

Gráfico 2 - Market-share em 2022



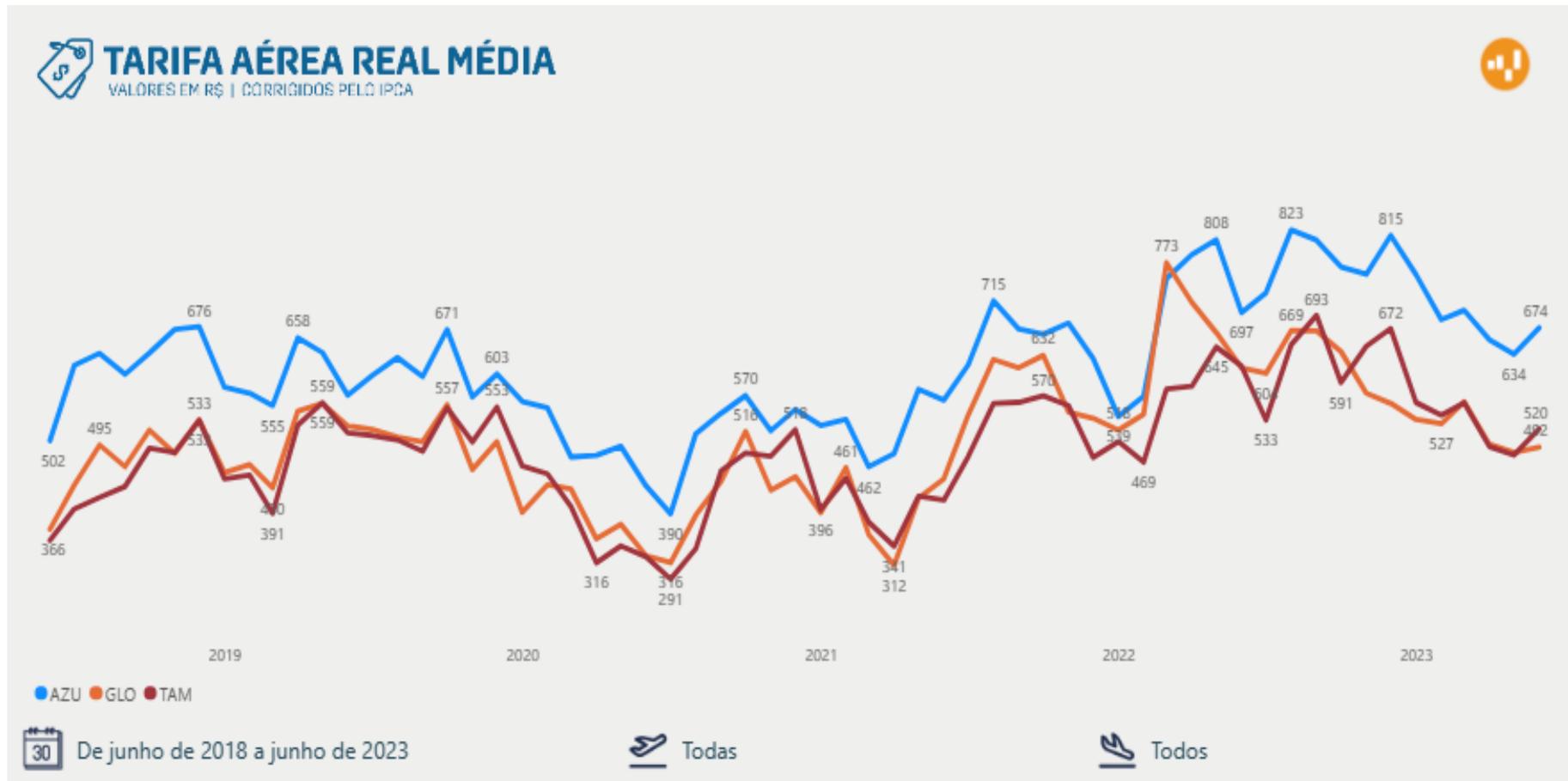
Fonte: ANAC (2022), Elaborado pela autora.

Percebe-se uma concorrência acirrada entre as três grandes empresas, porém quase nula a outras empresas que apenas contemplam 0,31% ao todo, não cabendo muito espaço a estas no mercado. Observando esta estrutura de mercado, é possível afirmar que se trata de um oligopólio, dada a afirmação de Silva (2004) que cita que o oligopólio “[...] se caracteriza pela pequena quantidade de ofertantes” e Dornbusch, Fischer e Begg (2003) que apontam que nesta estrutura há um número relativamente pequeno de rivais.

4.2 Evolução da Tarifa Média das Passagens Aéreas

Este é o gráfico de tarifa aérea real média da ANAC, com dados corrigidos pelo IPCA. Nele há dados de junho de 2018 a junho de 2023, mês mais recente deste ano em que a ANAC conseguiu resgatar dados, é possível acompanhar os dados resgatados da LATAM (em vermelho), Gol (em laranja), e Azul (em azul).

Gráfico 3 - Tarifa Real Média



Fonte: ANAC (2023), Elaborado pela ANAC.

Durante a segunda metade de 2018 já é perceptível uma certa distância no valor das tarifas da LATAM e da GOL para a Azul, que sempre se vê mais acima das concorrentes no gráfico, no mês de junho as tarifas eram respectivamente R\$349, R\$366 e R\$501. A situação se repete no decorrer dos meses até o fim do mesmo ano. No início de janeiro a março de 2019 é perceptível um decréscimo no valor da passagem por parte da Gol e da LATAM, embora não se encontre na mesma média tarifária, a Azul Linhas Aéreas também mostra uma tarifa menor se comparada aos meses anteriores. A partir de abril é possível verificar que as companhias se aproximam na média tarifária, embora a Gol e a LATAM ainda se encontrem abaixo. Em junho, a tarifa média da LATAM, Gol e Azul é de R\$349, R\$366 e R\$501 respectivamente. A partir de setembro de 2019, após a falência da Avianca Brasil, é verificável um acréscimo no gráfico que se manteve tendo oscilações de aumento ao decorrer do final do ano de 2019. Em dezembro, a LATAM se encontra com a tarifa média de R\$532, Gol com R\$533 e Azul com R\$575.

A situação parece se alternar no início de 2020, ano de início da pandemia da Covid-19. É observável uma baixa no gráfico ao decorrer de todo o ano por parte de todas as companhias aéreas, chegando a tarifa média de R\$324 pela LATAM, R\$326 pela Gol e R\$432 pela Azul no mês de junho. A tarifa só volta a subir em novembro de 2020, já próximo a 2021. 2021 porém, mostra-se um ano de bastante oscilação no valor da passagem, ano de recuperação do setor aéreo após a longa baixa demanda da pandemia. Ao início, durante fevereiro, é possível encontrar a tarifa por R\$313, \$341 e R\$566 pela LATAM, Gol e Azul respectivamente. O gráfico porém vai subindo durante o decorrer do mesmo ano, deixando a tarifa cada vez mais alta.

Na tabela 1, é visível um comparativo do preço da tarifa ao final de 2021 e de 2020. Em dezembro de 2020, é possível verificar as tarifas das grandes companhias por R\$518, R\$446 e R\$549. Já em dezembro de 2021, se encontravam por R\$476, R\$536 e R\$627, sofrendo baixa apenas pela LATAM, mas tendo aumento significativo na Gol e na Azul.

Tabela 1 - Tarifa real média - (DEZ/2020, NOV/2021 e DEZ/2021)

EMPRESA	DEZ/2020	NOV/2021	DEZ/2021
AZUL	549,33	680,95	627,10
GOL	446,87	545,06	536,02
LATAM	518,19	555,08	476,13
TOTAL	498,56	584,06	534,11

Fonte: ANAC (2023). Adaptado pela autora, a partir da ANAC.

A partir de 2022, percebe-se uma alta significativa por parte de todas as companhias não observada nos anos anteriores, tendo em vista que as tarifas da LATAM e da Gol continuam se mantendo mais em conta em comparação com a concorrente Azul, embora estejam mais altas em comparação aos anos antecedentes. Estas continuam subindo até o fim de 2022, só mantendo uma visível estabilidade a partir do início de 2023.

Na tabela 2, visualiza-se o comparativo do início de 2023 e início de 2022. Em 2022, a tarifa média da LATAM era de R\$580, da Gol R\$772 e da Azul R\$748. Já em março de 2023, encontravam-se por R\$559, R\$560 e R\$700 respectivamente.

Tabela 2 - Tarifa real média - (MAR/2022, FEV/2023 e MAR/2023)

EMPRESA	MAR/2022	FEV/2023	MAR/2023
AZUL	748,88	686,21	700,48
GOL	772,97	527,32	560,95
LATAM	580,32	540,72	559,56
TOTAL	504,46	527,92	684,45

Fonte: ANAC (2023). Adaptado pela autora, a partir da ANAC.

A tarifa real média mantém um decréscimo até junho do mesmo ano. No mês em questão, as tarifas médias são de R\$492 pela LATAM, R\$648 pela GOL e R\$679 através da Azul. É possível mais uma vez visualizar pelo gráfico a distância da tarifa da Azul em comparação às outras companhias, por se mostrar mais cara em todos os dados observados.

O gráfico de tarifa real média oferece bons *insights* sobre como a dinâmica do oligopólio no setor de companhias aéreas pode influenciar a variação dos preços das tarifas. Uma observação importante é a diferença de preços entre as companhias, com a Azul geralmente mantendo tarifas mais altas em relação às concorrentes LATAM e GOL. Isso sugere que, em um mercado onde poucas empresas dominam (oligopólio), há menos pressão competitiva para reduzir os preços, permitindo que as companhias aéreas como a Azul mantenham tarifas mais altas. A observação de que as tarifas aumentaram após a falência da Avianca Brasil pode ser vista como um exemplo de como as companhias aéreas em um oligopólio podem tomar decisões coordenadas para aumentar os preços quando a concorrência diminui. A falta de um concorrente forte pode permitir que as empresas elevem as tarifas sem o medo de perder clientes.

A pandemia de COVID-19 em 2020 causou uma queda significativa nos preços das tarifas. Isso é observado como uma resposta ao declínio na demanda por viagens aéreas durante a pandemia. As flutuações nas tarifas das três principais companhias aéreas após esse evento podem ser indicativas de uma resposta conjunta das empresas a mudanças no ambiente de mercado. Novamente, isso pode ser atribuído à falta de concorrência efetiva que permite às empresas ajustarem os preços de forma coordenada. É interessante mencionar que, mesmo com aumentos de preços, a LATAM e a Gol ainda conseguiram manter preços mais acessíveis em comparação com a Azul. Postura possível de ser vista como uma estratégia das empresas dominantes em um oligopólio para manter uma aparência de concorrência sem reduzir significativamente seus próprios preços.

No geral, o gráfico de tarifa real média oferece um material imprescindível para uma análise abrangente das mudanças nas tarifas das companhias aéreas ao longo de vários anos, em lapsos temporais importantes, como no ano da pandemia de COVID-19 em 2020 e na falência da Avianca Brasil em 2019. Isso fornece uma visão crítica valiosa das dinâmicas do mercado de aviação e das estratégias de preços das companhias aéreas em diferentes momentos, ideais para o estudo referente às influências econômicas e concorrenciais da tarifa no setor.

4.3 Notícias Sobre o Setor Aéreo

A aviação comercial brasileira é um dos setores comerciais mais importantes para o país e para a economia, atendendo uma população de 214 milhões de brasileiros, é responsável por 1,1% do PIB brasileiro com 18,8 bilhões de valor agregado, e em 2019, teve a média de 839 mil empregos gerados através do setor (IATA, 2019). Só em 2022, houve a movimentação de 82,2 milhões de pessoas no setor doméstico, um aumento de 31,4% em relação ao total de 2021, e de 81,8% em relação a 2020, um ótimo número para o setor que vem se recuperando do impacto da pandemia. A demanda doméstica de 2022, medida em passageiros-quilômetros pagos transportados (RPK), teve variação positiva de 28,3% em relação à registrada em 2021. Já a oferta doméstica, aferida por assentos-quilômetros ofertados (ASK), teve um aumento de cerca de 30% em comparação com o ano de 2021. Esses números demonstram que a demanda tem aumentado consideravelmente.

Desde a falência da Avianca em julho de 2019, o setor é operado por apenas três grandes companhias aéreas, essas são a LATAM Airlines (antiga TAM), Gol Linhas Aéreas Inteligentes e Azul Linhas Aéreas. Como são as únicas grandes empresas de aviação comercial no país, não há de fato grande concorrência para competir com seus serviços. Juntas elas dominam o mercado, LATAM, Gol e Azul possuem 37,04%, 33,69%, e 28,96% de domínio respectivamente, responsáveis por quase toda a demanda brasileira de serviços aéreos (ANAC, 2022).

Ainda é possível encontrar outras empresas no setor, contudo, são de pequeno porte, operando trechos específicos para seus tipos de aeronaves, como é o caso da companhia VoePass, onde é possível encontrar operando apenas os trechos Recife - Fernando de Noronha e Recife - Salvador, este segundo, entretanto, não é operado diariamente. Na participação de mercado, estas empresas se encontram com menos de 1%. Em fevereiro de 2023 por exemplo, mês em que houve o transporte de mais de 7 milhões de passageiros, a LATAM liderou o mercado com 39,9% de participação, seguida da Gol (34,1%) e da Azul (27,5%), os outros 0,5% que sobram são de pequenas empresas do mercado como a Voepass (ANAC, 2023).

Devido a esta concentração de mercado, ou seja, pela quantidade tão limitada de empresas lidando com uma demanda de uma população tão grande. Os brasileiros parecem lidar com algumas consequências, isto é comentado através de notícias e atualizações sobre o setor aéreo brasileiro na mídia.

As notícias separadas para a análise documental foram disponibilizadas nos últimos 5 anos, mesmo lapso temporal da análise de tarifa média através do gráfico da ANAC. Buscando filtrar notícias de maior credibilidade, os portais autorais escolhidos foram aqueles focados em jornalismo e informação como a Folha de São Paulo, Exame, O Globo, Jovem Pan e o Gov.br, portal de notícias do governo federal. Para fornecer o máximo de informações de cada notícia, foi elaborado uma tabela de dados, junto a um resumo do conteúdo abordado para uma maior concepção. Ao final será disponibilizado em um quadro as principais questões abordadas.

Tabela 3 - Características das notícias

TÍTULO DA NOTÍCIA	AUTOR	DATA	DISPONÍVEL EM:
CONSUMIDOR SOFRE COM FALTA DE CONCORRÊNCIA NO SETOR AÉREO. JOVEM PAN	POR: REDAÇÃO	11 MAR. 2019	HTTPS://JOVEMPAN.COM.BR/PROGRAMAS/JORNAL-DAMANHA/CONSUMIDOR-SOFRE-COM-FALTA-DE-CONCORRENCIA-NO-SETOR-AEREO.HTML

Elaborado pela autora.

O texto começa apontando os valores abusivos cobrados pelas passagens aéreas no Brasil. Ele destaca a indignação dos consumidores em relação aos preços, que são muitas vezes considerados exorbitantes. O autor alega que as maiores empresas do setor parecem agir como um cartel, determinando os preços das passagens de forma coordenada. A coincidência de preços entre a LATAM e a Gol para um mesmo trecho é citada como evidência disso. Ele enfatiza que a falta de concorrência é prejudicial aos consumidores do transporte aéreo, já que eles não têm opções reais para escolher passagens mais acessíveis.

O ex-secretário nacional de defesa do consumidor, Arthur Rollo, é mencionado como alguém que acredita que a situação merece uma investigação por parte do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) para verificar se há de fato uma concentração indevida de poder no setor. É também criticada a qualidade do serviço das companhias aéreas, mencionando que os passageiros muitas vezes precisam pagar por serviços que antes eram gratuitos, como alimentação e despacho de bagagens.

Tabela 4 - Características das notícias

TÍTULO DA NOTÍCIA	AUTOR	DATA	DISPONÍVEL EM:
"EFEITO AVIANCA" FAZ PREÇO DE PASSAGEM AÉREA SUBIR ATÉ 140%	POR: REDAÇÃO	02 MAI. 2019	HTTPS://EXAME.COM/INVEST/MINHAS-FINANCAS/EFEITO-AVIANCA-FAZ-PRECO-DE-PASSAGEM-AEREA-SUBIR-ATE-140/

Elaborado pela autora.

A matéria destaca que os preços das passagens aéreas nas principais rotas da Avianca Brasil aumentaram substancialmente, chegando a 140%. E que isso representou uma preocupação para os passageiros, por tornar as viagens aéreas mais caras e menos acessíveis. A crise da Avianca Brasil resultou em uma significativa redução na oferta de voos no mercado. Isso levou a um aumento na demanda por voos em outras companhias aéreas, o que, por sua vez, contribuiu para o aumento dos preços das passagens.

O texto sugere que os preços das passagens aéreas poderiam continuar pressionados nos próximos quatro meses após a publicação, até que a venda dos ativos da Avianca fosse concluída. Além de mencionar a possibilidade de uma nova companhia aérea entrar no mercado, o que poderia ajudar a reduzir os preços das passagens. Isso ressalta a importância da competição saudável no setor de aviação para manter os preços justos para os consumidores.

De acordo com a Exame, os preços das passagens são influenciados por diversos fatores, incluindo a cotação do dólar e o preço do combustível. Isso destaca a complexidade na determinação dos preços das passagens. Além de observar que os preços das passagens aéreas têm variações sazonais e dependem do momento da compra, antecipação e outros fatores dinâmicos.

Tabela 5 - Características das notícias

TÍTULO DA NOTÍCIA	AUTOR	DATA	DISPONÍVEL EM:
UM MÊS SEM AVIANCA: AÉREAS TÊM 9% MENOS LUGARES E PREÇOS NAS ALTURAS	CAROLINA RIVEIRA	27 JUL. 2019	HTTPS://WWW1.FOLHA.UOL.COM. BR/MERCADO/2021/06/TENDENCI A-DE-CONCENTRACAO-DO- SETOR-AEREO-DO-BRASIL- REACENDE-DISCUSSAO-SOBRE- PRECO-DA-PASSAGEM.SHTML

Elaborado pela autora.

O texto discute os impactos da saída da companhia aérea Avianca do mercado brasileiro e como isso afetou o setor de aviação civil no Brasil. Com a diminuição da oferta de voos, as aeronaves ficaram mais cheias, resultando em uma taxa de ocupação de quase 82% das poltronas em cada voo. Por outro lado, a saída da Avianca resultou em uma queda significativa na oferta de assentos, levando a aumentos substanciais nos preços das passagens em várias rotas. Isso prejudicou os consumidores, especialmente em um momento em que os preços já estavam em alta.

Com a Avianca fora do mercado, as três maiores companhias aéreas (Gol, LATAM e Azul) dominaram 99,6% dos voos domésticos no Brasil. Isso levantou preocupações sobre a falta de concorrência e a possibilidade de preços mais altos. A redução na oferta de voos e os preços mais altos levaram a uma queda de 2,7% no número de passageiros transportados em junho. Isso representa um desafio para o setor, já que a demanda está diminuindo.

A análise aponta que as três principais companhias aéreas no Brasil - Gol, LATAM e Azul - foram beneficiadas com a saída da Avianca, com a Azul sendo a que mais ganhou participação de mercado. Além disso, foi mencionado a probabilidade da Azul poder começar a operar na rota mais cobiçada do país, a ponte aérea Rio-São Paulo, o que poderia aumentar a concorrência e potencialmente beneficiar os consumidores com preços mais baixos e maior oferta de voos. Também é mencionada a mudança na regulamentação que permite que companhias aéreas estrangeiras operem voos domésticos no Brasil, o que pode levar a uma maior concorrência no mercado no futuro.

Tabela 6 - Características das notícias

TÍTULO DA NOTÍCIA	AUTOR	DATA	DISPONÍVEL EM:
TENDÊNCIA DE CONCENTRAÇÃO DO SETOR AÉREO DO BRASIL REACENDE DISCUSSÃO SOBRE PREÇO DA PASSAGEM	DANIELE MADUREIRA	10 JUN. 2021	HTTPS://WWW1.FOLHA.UOL.COM.BR/MERCADO/2021/06/TENDENCIA-DE-CONCENTRACAO-DO-SETOR-AEREO-DO-BRASIL-REACENDE-DISCUSSAO-SOBRE-PRECO-DA-PASSAGEM.SHTML

Elaborado pela autora.

A publicação destaca que a pandemia teve um impacto significativo no setor de aviação, com uma queda substancial na demanda global de passageiros e uma redução drástica nas receitas das companhias aéreas. Em resposta aos desafios econômicos, as maiores empresas de aviação no Brasil, como Gol e Azul, buscaram aquisições para manter e aumentar suas operações. Isso inclui a compra da MAP pela Gol e a possibilidade de a Azul adquirir a operação brasileira da LATAM.

Ele apresenta opiniões divergentes sobre os efeitos da consolidação no mercado de aviação. Alguns acreditam que isso pode aumentar a competição e reduzir tarifas, enquanto outros argumentam que pode levar a uma concentração ainda maior de poder nas mãos de poucas empresas, o que não seria benéfico para os consumidores. É comentado que as companhias aéreas enfrentam desafios financeiros, incluindo o corte de custos fixos, dívidas com credores e salários dos executivos. Elas estavam buscando maneiras de se reestruturar e se adaptar ao novo cenário.

Várias fusões e aquisições estavam sendo consideradas, incluindo a possibilidade de uma fusão entre Azul e Gol. Essas transações poderiam gerar sinergias, mas também levantaram questões sobre a estrutura do negócio e o escrutínio do CADE. Leonardo Nascimento, sócio da Urca Capital Partners, relatou para Folha de São Paulo sua opinião sobre o atual mercado, ele tem uma visão mais pessimista e afirma que o cenário atual é ruim para os consumidores, pois está concentrando ainda mais um mercado já altamente concentrado. Ele se refere às participações de mercado da Gol, LATAM e Azul, e destaca que uma possível compra da operação brasileira da Latam pela Azul resultaria em uma participação de mercado superior a 60% para a Azul. Isso, segundo ele, seria prejudicial para a concorrência e poderia levar a preços mais altos para os passageiros.

Tabela 7 - Dados das notícias

TÍTULO DA NOTÍCIA	AUTOR	DATA	DISPONÍVEL EM:
CONCENTRAÇÃO NA AVIAÇÃO PODE SIGNIFICAR AUMENTO DE PREÇOS PARA OS PASSAGEIROS, DIZEM ANALISTAS	IVAN MARTINEZ-VARGAS	10 JUN. 2021	HTTPS://OGLOBO.GLOBO.COM/ECNONOMIA/CONCENTRACAO-NA-AVIACAO-PODE-SIGNIFICAR-AUMENTO-DE-PRECO-S-PARA-OS-PASSAGEIROS-DIZEM-ANALISTAS-25054560

Elaborado pela autora.

A notícia aborda a intenção da companhia aérea Azul de comprar uma concorrente no mercado brasileiro e como isso reacende o debate sobre a concentração do mercado aéreo no país, que já é dominado por um oligopólio composto pela Azul, Gol e LATAM. No ano de publicação, essas três principais empresas já respondiam por 98,7% dos voos domésticos no Brasil, o que levantou preocupações sobre a falta de competição e seus possíveis impactos negativos nos preços das passagens e serviços para os consumidores. A Azul argumentou que a aquisição de uma concorrente seria benéfica para o setor, especialmente em meio à crise causada pela pandemia, e que haveria poucas sobreposições de rotas com a empresa alvo da aquisição. Mencionando a eliminação de barreiras ao capital estrangeiro como um fator que poderia beneficiar o mercado aéreo brasileiro.

No entanto, especialistas e advogados consultados expressaram preocupações com essa possível consolidação. Eles destacam que, mesmo com pouca sobreposição de rotas, o mercado aéreo brasileiro é caracterizado por uma concorrência limitada e difícil acesso a aeroportos e slots de operação. A concentração adicional do mercado poderia levar a aumentos nos preços das passagens e piora na qualidade dos serviços. Eles também apontam que a entrada de companhias estrangeiras no mercado brasileiro é improvável devido a barreiras significativas, como problemas cambiais, concentração no fornecimento de combustíveis e falta de slots em aeroportos importantes.

No geral, o texto destaca os riscos associados à concentração do mercado aéreo brasileiro em um duopólio, enfatizando que isso pode não ser vantajoso para os consumidores, resultando em preços mais altos e serviços de qualidade inferior. A entrada de novas companhias aéreas, especialmente estrangeiras, é vista como uma alternativa que poderia estimular a competição e potencialmente beneficiar os consumidores.

Tabela 8 - Características das notícias

TÍTULO DA NOTÍCIA	AUTOR	DATA	DISPONÍVEL EM:
CONCORRÊNCIA NO TRANSPORTE AÉREO BRASILEIRO É DESTAQUE EM RELATÓRIO DA OCDE	ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA ANAC	17 OUT. 2022	HTTPS://WWW.GOV.BR/ANAC/PT-BR/NOTICIAS/2022/CONCORREN CIA-NO-TRANSPORTE-AEREO-BRASILEIRO-E-DESTAQUE-EM-RELATORIO-DA-OCDE

Elaborado pela autora.

A notícia discute os esforços da Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC) para promover a concorrência no setor de transporte aéreo no Brasil, bem como os desafios enfrentados para melhorar as condições de competição. Esses esforços foram avaliados em um relatório da OCDE em parceria com o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), que apresentou recomendações alinhadas com a eliminação de barreiras à concorrência.

Em geral, o texto destaca a importância da concorrência no setor de transporte aéreo para benefício dos usuários e como um impulsionador do desenvolvimento econômico. As recomendações do relatório da OCDE abordam várias questões, desde a desregulamentação da franquia de bagagem até a gestão da fadiga humana entre os trabalhadores da aviação.

Além disso, a publicação menciona a necessidade de harmonizar os contratos de concessão dos aeroportos para garantir condições equitativas e a importância de garantir o acesso a infraestruturas de abastecimento de combustível de aviação. Também aborda a alocação de slots em aeroportos coordenados e como isso pode aumentar a concorrência entre as companhias aéreas. Além de destacar a importância da concorrência no setor de transporte aéreo e como as recomendações da OCDE podem ajudar a ANAC a enfrentar desafios complexos e a promover o desenvolvimento econômico por meio do crescimento do transporte aéreo. No entanto, também aponta que existem desafios significativos a serem superados, como a necessidade de harmonização regulatória e a eliminação de barreiras à concorrência em nível internacional.

Tabela 9 - Principais questões abordadas

TÍTULO DA NOTÍCIA	PRINCIPAIS QUESTÕES ABORDADAS
CONSUMIDOR SOFRE COM FALTA DE CONCORRÊNCIA NO SETOR AÉREO (JOVEM PAN)	VALORES ABUSIVOS, CARTELIZAÇÃO, FALTA DE CONCORRÊNCIA
TENDÊNCIA DE CONCENTRAÇÃO DO SETOR AÉREO DO BRASIL REACENDE DISCUSSÃO SOBRE PREÇO DA PASSAGEM	AVIANCA, CONCENTRAÇÃO DE MERCADO, RECUPERAÇÃO JUDICIAL, FALTA DE CONCORRÊNCIA.
"EFEITO AVIANCA" FAZ PREÇO DE PASSAGEM AÉREA SUBIR ATÉ 140%	AVIANCA, PRECIFICAÇÃO, REDUÇÃO DA OFERTA, CONCENTRAÇÃO DE MERCADO.
UM MÊS SEM AVIANCA: AÉREAS TÊM 9% MENOS LUGARES E PREÇOS NAS ALTURAS.	FALÊNCIA AVIANCA, PRECIFICAÇÃO, OLIGOPÓLIO AÉREO, MERCADO DOMÉSTICO
CONCENTRAÇÃO NA AVIAÇÃO PODE SIGNIFICAR AUMENTO DE PREÇOS PARA OS PASSAGEIROS, DIZEM ANALISTAS	CONCENTRAÇÃO DE MERCADO. DUOPÓLIO, OLIGOPÓLIO, PRECIFICAÇÃO
CONCORRÊNCIA NO TRANSPORTE AÉREO BRASILEIRO É DESTAQUE EM RELATÓRIO DA OCDE	ANAC, OCDE, FALTA DE CONCORRÊNCIA, COMPETIÇÃO, INFRAESTRUTURA DE TRANSPORTES.

Elaborado pela autora.

É possível verificar que algumas questões foram mais abordadas do que outras. Das seis notícias escolhidas, observa-se que a falta de concorrência e a concentração de mercado se encontram em três publicações, como também a Avianca e a sua falência, que protagonizam três matérias, analisa-se que junto ao contexto da Avianca, sempre é resgatado a questão da precificação e dos preços abusivos na época das notícias. O mesmo acontece com a abordagem do oligopólio, sempre ligado a precificação e a alta do preço quando mencionado.

No geral, as matérias fornecem informações detalhadas sobre o setor aéreo e sua situação na época das publicações, contextualizando a precificação e eventuais responsáveis para a alta de preço. Nas notícias analisadas, é abordada a concentração de mercado, mencionando que apenas três grandes companhias aéreas dominam o setor e dando a entender que a falta de concorrência pode levar a preços mais altos e serviços de qualidade inferior. Os consumidores são levados como pauta importante, e para as matérias, eles são afetados pela

falta de concorrência, lidando com o aumento dos preços das passagens e a falta de opções reais. Isso mostra a importância do problema para o público em geral.

Também foi visto que a ANAC e a OCDE mantêm ciência da falta de concorrência no setor, e que tentam lidar com o problema através de ações regulatórias para promover a concorrência, mostrando que há esforços para lidar com a questão. A Avianca foi igualmente um tópico muito abordado nas notícias que analisaram como a saída da companhia afetou o mercado, levando a um aumento nos preços das passagens e uma queda na oferta de voos. Isso ilustra como a falta de concorrência pode ter efeitos imediatos sobre os consumidores.

Foram mencionadas as fusões e aquisições em andamento no setor e como elas podem afetar a concorrência, com opiniões divergentes sobre os efeitos dessas transações, o que mostra a complexidade do problema. É discutida a possibilidade de companhias aéreas estrangeiras entrarem no mercado brasileiro, o que poderia aumentar a concorrência. No entanto, também aponta as barreiras que dificultam essa entrada. As notícias também incluem as opiniões de especialistas e advogados que expressam preocupações com a concentração do mercado. Isso adiciona uma perspectiva crítica e balanceada às matérias.

5. Conclusão

O gráfico da ANAC forneceu uma análise detalhada das tarifas aéreas médias no Brasil ao longo de vários anos, destacando várias tendências e eventos que afetaram o setor de companhias aéreas. Ele apresenta dados e gráficos que demonstram claramente a evolução dos preços das passagens, com foco nas principais empresas do setor: LATAM, Gol e Azul.

Uma das principais conclusões da análise é que o mercado de companhias aéreas no Brasil é dominado por uma estrutura de mercado denominada oligopólio, que para Silva (2004) “[...] se caracteriza pela pequena quantidade de ofertantes”. Isso é evidenciado pelo número de empresas no setor e pela diferença nos preços das passagens, com a Azul geralmente mantendo tarifas mais altas em comparação com suas concorrentes, a LATAM e a Gol. Essa falta de concorrência real entre as empresas pode permitir que elas ajustem os preços de forma coordenada, como evidenciado pelo aumento nas tarifas após a falência da Avianca Brasil.

Além disso, foi possível visualizar o impacto da pandemia de COVID-19 no setor de aviação, com uma queda significativa nos preços das passagens devido à diminuição da demanda por viagens aéreas. No entanto, mesmo com a recuperação do setor em 2021, os

preços das tarifas continuaram subindo, indicando a capacidade das empresas dominantes de manter preços mais altos, apesar da aparente concorrência.

Através da análise das notícias do setor aéreo, foi possível verificar que o mercado de aviação comercial no Brasil está altamente concentrado, com três grandes companhias (LATAM, Gol e Azul) dominando a indústria. Essa concentração levanta preocupações legítimas sobre a falta de concorrência real e a influência que essas empresas podem ter sobre os preços das passagens. Esta informação coincide com a concepção de Leininger e Moghadam (2018), sobre a estrutura de mercado oligopolista de que existem barreiras para entradas de novas empresas no oligopólio, o que fortalece as já participantes do pequeno grupo dominante neste mercado. Isso é especialmente problemático para os consumidores, pois visualiza-se que a concorrência é um fator importante para manter preços acessíveis. É observável também que os preços das passagens aéreas no Brasil são frequentemente considerados exorbitantes pelos consumidores. Isso é atribuído, em parte, à falta de concorrência. O aumento nos preços das passagens após a falência da Avianca Brasil é um exemplo.

Além disso, é possível verificar através das informações do gráfico de tarifa média e das publicações de notícias sobre o setor que a pandemia de COVID-19 teve um impacto significativo no setor aéreo, com uma queda acentuada na demanda por viagens aéreas. E que isso levou a preços mais baixos temporariamente, mas também apontam que, à medida que a demanda se recuperava, os preços começaram a subir novamente. Isso sugere que as companhias aéreas podem ser capazes de ajustar os preços de forma coordenada, apesar da recuperação do setor.

Visualiza-se a necessidade de regulamentação para promover a concorrência no setor e proteger os interesses dos consumidores. A entrada de companhias estrangeiras é vista como uma possível solução, mas as notícias também destacam as barreiras significativas que podem impedir essa entrada. E que a possível aquisição de concorrentes por parte da Azul e a falta de concorrência efetiva no mercado brasileiro de aviação são desafios que podem afetar negativamente os consumidores no futuro. É compreendido, que para os portais de notícias a concentração adicional do mercado pode levar a aumentos de preços e piora na qualidade dos serviços.

Os dados analisados evidenciam que, desde a falência da Avianca Brasil em julho de 2019, as três empresas dominantes detêm uma participação esmagadora no mercado, juntas controlando praticamente toda a demanda brasileira por serviços aéreos. Como resultado

dessa concentração, há pouca concorrência efetiva entre essas empresas para oferecer preços mais acessíveis aos consumidores.

A falta de concorrência é evidenciada pelo fato de as tarifas aéreas permanecerem altas por grande parte dos meses analisados, tendo somente oscilação em tempos de crise econômica como na época da pandemia da Covid-19, aumentando o preço novamente ao recuperar a demanda. Isso indica que as companhias aéreas têm uma margem de manobra considerável para manter preços mais elevados devido à falta de alternativas competitivas para os passageiros. Esta concorrência limitada foi comentada inclusive por Sanovicz (2023) presidente da Associação Brasileira das Empresas Aéreas (ABEAR) como um dos fatores que influenciam a alta de tarifas atualmente.

A concentração de mercado também é apontada como um fator que permite às companhias aéreas coordenarem os preços de passagens de forma a maximizar seus lucros, o que pode prejudicar os consumidores. As notícias mencionam a possibilidade de as empresas agirem de forma coordenada para determinar os preços das passagens, o que pode ser visto em casos em que as tarifas da LATAM e da Gol, por exemplo, são coincidentemente semelhantes para os mesmos trechos.

Conclui-se que, a falta de concorrência, a alta de preço de tarifas de passagens e a concentração de mercado são consequências da estrutura de mercado de oligopólio no setor aéreo brasileiro que parece limitar a concorrência e permitir que as grandes companhias aéreas mantenham preços mais altos, o que, por sua vez, afeta negativamente os consumidores, tornando as viagens aéreas menos acessíveis e mais caras. Portanto, a promoção da concorrência e a busca por soluções que incentivem uma maior diversidade de *players* no mercado podem ser cruciais para melhorar a situação para os passageiros brasileiros.

As contribuições desta pesquisa são fundamentais para aumentar a compreensão das consequências da estrutura de oligopólio no setor aéreo brasileiro sobre os consumidores e de como as empresas dominantes afetam os consumidores em termos de preços, qualidade dos serviços e escolha de opções. Ela fornece uma análise abrangente das tendências de preços das passagens ao longo dos anos e das notícias sobre o setor, destacando a falta de concorrência efetiva entre as principais empresas aéreas e a influência que isso tem sobre os preços elevados. As implicações da concentração de mercado e as barreiras para a entrada de novas empresas também são discutidas.

Como limitação para este estudo, tem-se que, devido ao curto período de tempo de coleta de dados, não foi possível incluir uma pesquisa de campo ou entrevistas com as próprias companhias aéreas ou consumidores, o que poderia fornecer uma compreensão mais completa das práticas de preços, estratégias das empresas e opinião dos consumidores para abordar a satisfação dos clientes.

Para estudos futuros, sugere-se a realização de pesquisas adicionais que investiguem mais profundamente as estratégias de preços e as práticas de concorrência das companhias aéreas no Brasil. Ademais, a análise das implicações da estrutura de oligopólio sobre a qualidade dos serviços e a satisfação do cliente pode ser uma área de pesquisa relevante. Podendo ser interessante examinar em detalhes as barreiras para a entrada de novas empresas. Essas áreas de estudos poderiam fornecer bons resultados para melhorar a situação dos passageiros brasileiros no mercado de aviação.

6. Referências Bibliográficas

ABEAR. **PANORAMA 2021 O SETOR AÉREO EM DADOS E ANÁLISES**. 10. ed. [s.l.] Associação Brasileira das Empresas Aéreas, 2022. p. 58

AGÊNCIA NACIONAL DE AVIAÇÃO CIVIL (ANAC). **Anuário do transporte aéreo**. 2016. Disponível em: <http://www.anac.gov.br/assuntos/dados-e-estatisticas/mercado-de-transporte-aereo/anuario-dot-ransporte-aereo/anuario-do-transporte-aereo>. Acesso em: 05 jun. 2023.

AGUIAR DA SILVA, G.; MOURÃO, G. N. **CONCENTRAÇÃO NO MERCADO DE TRANSPORTE AÉREO DE PASSAGEIROS NO BRASIL: UMA AVALIAÇÃO DO PERÍODO 2000-2017**. Anais Simpósio de Pesquisa e Seminário de Iniciação Científica, [S. l.], v. 1, n. 4, 2019. Disponível em: <https://sppaic.fae.edu/sppaic/article/view/69>. Acesso em: 28 ago. 2023.

ANAC lança novos painéis de consulta para dados do setor de aviação civil. Disponível em: <https://www.gov.br/anac/pt-br/noticias/2023/anac-lanca-novos-paineis-de-consulta-para-dados-do-setor-de-aviacao-civil>. Acesso em: 27 ago. 2023.

Anuário do Transporte Aéreo. Disponível em: <https://www.gov.br/anac/pt-br/assuntos/dados-e-estatisticas/mercado-de-transporte-aereo/anuario-do-transporte-aereo>. Acesso em: 21 abr. 2023.

Basseto, M. (2021, maio 14). **A evolução das 3 grandes empresas aéreas do Brasil, do início da Covid ao presente**. AEROIN. Disponível em: <https://aeroin.net/evolucao-azul-gol-latam-aereas-brasil-inicio-covid-19-presente/>. Acesso em: 23 mai. 2023

BRASIL. **LEI Nº 11.182, de 27 de setembro de 2005, Cria a Agência Nacional de Aviação Civil – ANAC**. 2005

CALIXTO, F. Latam é líder em participação de mercado no Brasil, diz Anac. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/aviacao/empresas/2023/01/latam-e-lider-em-participacao-de-mercado-no-brasil-diz-anac_194068.html. Acesso em: 27 ago. 2023.

Com luxo e banquete, saiba por que voar de avião era para poucos. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/ciencia/com-luxo-e-banquete-saiba-por-que-voar-de-aviao-era-para-poucos>. Acesso em: 27 ago. 2023.

Concorrência no transporte aéreo brasileiro é destaque em relatório da OCDE. (2022, outubro 7). Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC). Disponível em: <https://www.gov.br/anac/pt-br/noticias/2022/concorrenca-no-transporte-aereo-brasileiro-e-de-destaque-em-relatorio-da-ocde>. Acesso em: 12 jun. 2023

Concorrência no transporte aéreo brasileiro é destaque em relatório da OCDE. (2022, outubro 7). Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC). Disponível em: <https://www.gov.br/anac/pt-br/noticias/2022/concorrenca-no-transporte-aereo-brasileiro-e-de-destaque-em-relatorio-da-ocde>. Acesso em: 12 jun. 2023

Conteúdo, E. (2019, maio 2). **“Efeito Avianca” faz preço de passagem aérea subir até 140%**. **Exame.com**. Disponível em: <https://exame.com/invest/minhas-financas/efeito-avianca-faz-preco-de-passagem-aerea-subir-ate-140/>. Acesso em: 10 jun. 2023

Conteúdo, E. (2019, maio 2). **“Efeito Avianca” faz preço de passagem aérea subir até 140%**. **Exame.com**. Disponível em: <https://exame.com/invest/minhas-financas/efeito-avianca-faz-preco-de-passagem-aerea-subir-ate-140/>. Acesso em: 10 jun. 2023.

COSTA, W. C. C.; OLIVEIRA, A. V. M. **Uso de indicadores de atratividade relativa na avaliação de qualidade de companhias aéreas**. **Revista de Engenharia e Tecnologia**. V. 6, No. 3. Dez. 2014.

DAC, Departamento de Aviação Civil/Ministério da Aeronáutica. **Anuário do Transporte Aéreo 1990**. Brasília: DAC, 1991. DAC, Departamento de Aviação Civil/Ministério da Aeronáutica. **Anuário do Transporte Aéreo 2001**. Brasília: DAC, 2002.

Dados Estatísticos. ([s.d.]). **Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC)**. Recuperado 20 de abril de 2023, de. Disponível em:

<https://www.gov.br/anac/pt-br/assuntos/dados-e-estatisticas/dados-estatisticos/dados-estatisticos>. Acesso em: 13 jun. 2023.

Dados Estatísticos. Disponível em:

<https://www.gov.br/anac/pt-br/assuntos/dados-e-estatisticas/dados-estatisticos/dados-estatisticos>. Acesso em: 23 jun. 2023.

DE ABREU CRUVINEL GORDO, L. A. **Textos para Discussão - Variações de preços após falência de uma empresa: uma análise do caso da avianca no transporte aéreo de passageiros no brasil**. Brasília: Agência Nacional de Aviação Civil, 2021. p. 20

Debatedores defendem aumento da concorrência no setor aéreo brasileiro - Notícias.

Disponível em:

<https://www.camara.leg.br/noticias/603620-debatedores-defendem-aumento-da-concorrencia-no-setor-aereo-brasileiro/>. Acesso em: 27 ago. 2023.

DORNBUSCH, R.; FISCHER, S.; BEGG, D. **Introdução à economia: para cursos de Administração, Direito, Ciências Humanas e Contábeis**. 3. reimp. Rio de Janeiro. Elsevier, 2003.

Esperidião, M., Nogueira Perez Avila, R., Bagatim, A., Dias, D. R., José, E., De Moraes, M., Gonçalves, G. B., Das, M., Barbosa De Oliveira, G., & Cupini, M. **A REALIDADE DE UMA CONCORRÊNCIA DESLEAL ENTRE AS EMPRESAS DE TRANSPORTE AÉREO DE PASSAGEIROS**. 19 p. Dissertação de graduação — Faculdade Integrado INESUL, Araucária. Disponível em:

https://www.inesul.edu.br/revista/arquivos/arq-idvol_38_1443046675.pdf. Acesso em: 28 ago. 2023.

Faturamento das viagens corporativas cresce 17% no primeiro semestre de 2023 em relação a período pré-pandemia. Disponível em:

<<https://agenciagov.ebc.com.br/noticias/202307/faturamento-das-viagens-corporativas-cresce-17-no-primeiro-semester-de-2023-em-relacao-a-periodo-pre-pandemia-1>>. Acesso em: 27 ago. 2023.

FAY, C. M.; OLIVEIRA, G. C. **Empresas aéreas: as transformações no mercado brasileiro no período de 2000-2012**. In: Anais do XXXIII encontro da APHES: economia, sociedade e mercados no mundo global. Braga: Universidade do Minho, 2013.

FERREIRA, Josué Catharino. **Um Breve Histórico da Aviação Comercial Brasileira**. XII Congresso Brasileiro de História Econômica & 13ª Conferência Internacional de História de Empresas, ABPHE, 2017.

FLICK, U. **An Introduction to Qualitative Research**. 6th ed. SagePublicationsLtd, 2019.
GUIMARÃES, E. A.; SALGADO, L. H. A regulação do mercado de aviação civil no Brasil. Rio de Janeiro: IPEA, 2003. Disponível em:
http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/5768/1/NT_n02_Regulacao-mercado-aviacao-civil_Dimac_2003-out.pdf. Acesso em: 05 jun. 2023.

IATA. **O Valor do Transporte Aéreo no Brasil**. [s.l.] IATA, mar. 2019. Disponível em:
<https://www.iata.org/contentassets/bc041f5b6b96476a80db109f220f8904/brazil-o-valor-do-transporte-aereo.pdf>. Acesso em: 12 jun. 2023.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 12 ed. São Paulo: Pearson, 2006.

KOTLER, P. Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control. New Jersey: Prentice-Hall, 1991.

KOTLER, P. Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control. New Jersey: Prentice-Hall, 1991.

MARTINEZ-VARGAS, Ivan. **Concentração na aviação pode significar aumento de preços para os passageiros, dizem analistas**. 10 jun. 2021. Disponível em:
<https://oglobo.globo.com/economia/concentracao-na-aviacao-pode-significar-aumento-de-precos-para-os-passageiros-dizem-analistas-25054560>. Acesso em: 19 set. 2023.

Movimentação de passageiros em 2022 alcança maior patamar desde o início da pandemia, consolidando recuperação do setor. Disponível em:
<https://www.gov.br/anac/pt-br/noticias/2023/movimentacao-de-passageiros-em-2022-alcanca-maior-patamar-desde-o-inicio-da-pandemia-consolidando-recuperacao-do-setor>. Acesso em: 28 ago. 2023.

No primeiro trimestre de 2022, 8 em cada 10 pessoas decidiram viajar pelo Brasil. Disponível em:
<https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/no-primeiro-trimestre-de-2022-8-em-cada-10-pessoas-decidiram-viajar-pelo-brasil>. Acesso em: 28 ago. 2023.

OLIVEIRA, A. V. M. **Transporte Aéreo: Economia e Políticas Públicas**. São Paulo: Pezco, 2009.

OLIVEIRA, S. R. **Rota de Colisão: a histórica cultura da Varig em choque fatal com as mudanças na aviação comercial brasileira**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2011.

Onfly, T. (2022, setembro 1). **Número de passageiros transportados cresce 52% no primeiro semestre de 2022**. Onfly. Disponível em: <https://www.onfly.com.br/blog/passageiros-transportados-cresce-52-2022/>. Acesso em: 15 jun. 2023.

Pan, J. (2019, março 11). **Consumidor sofre com falta de concorrência no setor aéreo. Jovem Pan**. Disponível em: <https://jovempan.com.br/programas/jornal-da-manha/consumidor-sofre-com-falta-de-concorrencia-no-setor-aereo.html>. Acesso em: 02 jul. 2023.

Pan, J. (2019, março 11). **Consumidor sofre com falta de concorrência no setor aéreo. Jovem Pan**. Disponível em: <https://jovempan.com.br/programas/jornal-da-manha/consumidor-sofre-com-falta-de-concorrencia-no-setor-aereo.html>. Acesso em: 02 jul. 2023.

Panorama da Aviação Brasileira - Empregos. Disponível em: <http://panorama.abear.com.br/a-aviacao-no-brasil/impactos-sociais-e-economicos/empregos/>. Acesso em: 27 ago. 2023.

Paulo, D. E. S. (2017, abril 5). **Concorrência e liberdade tarifária ajudam a reduzir valor das passagens - Brasil que Voa.com.br**. Disponível em: <https://estudio.folha.uol.com.br/brasil-que-voa/2017/05/1881038-concorrencia-e-liberdade-tarifaria-ajudam-a-reduzir-valor-das-passagens.shtml>. Acesso em: 11 jul. 2023.

POSSAS, Sílvia. **Concorrência e competitividade: notas sobre estratégia e dinâmica seletiva na economia capitalista**. São Paulo: Hucitec, 1999.

Pupo, A. (2022, agosto 29). **Azul lidera ranking de transportes de passageiros no Brasil em 2021, aponta Anac**. UOL. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/estadao-conteudo/2022/08/29/azul-lidera-ranking-de-companhias-aereas-brasileiras-em-2021-aponta-anac.htm?cmpid=copiaecola&cmpid=copiaecola>. Acesso em: 11 jul. 2023.

Riveira, C. (2019, julho 27). **Um mês sem Avianca: aéreas têm 9% menos lugares e preços nas alturas**. Exame.com. Disponível em: <https://exame.com/negocios/o-caos-sem-a-avianca-oferta-em-voos-caiu-9-e-precos-chegaram-a-dobrar/>. Acesso em: 11 jul. 2023.

Riveira, C. (2019, julho 27). **Um mês sem Avianca: aéreas têm 9% menos lugares e preços nas alturas**. Exame.com. Disponível em: <https://exame.com/negocios/o-caos-sem-a-avianca-oferta-em-voos-caiu-9-e-precos-chegaram-a-dobrar/>. Acesso em: 11 jul. 2023.

SARDINHA, J. C. **Formação de Preços: A Arte do Negócio**. São Paulo: Ed. Makron Books, 1995. p. 30.

SILVA, C. L. **Competitividade na cadeia de valor**. 2. ed. Curitiba: Juruá, 2004.

SINDEAUX, Hanry Fontenele. **Análise da concentração no setor aéreo e o impacto causado pela falência da Avianca**. 2021. 37f. Dissertação (Mestrado em Economia de Empresas) - Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade - FEAAC, Programa de Economia Profissional - PEP, Universidade Federal do Ceará - UFC, Fortaleza (CE), 2021.

TAFARELO, S. **São Paulo lidera buscas de viagens nacionais para o 2o semestre; confirma ranking**. Disponível em:

<https://www.cnnbrasil.com.br/viagemegastronomia/viagem/sao-paulo-lidera-buscas-de-viagens-nacionais-para-o-2o-semester-confirma-ranking/>. Acesso em: 27 ago. 2023.

TAGLIARI, Livia Maria., FONSECA, Matheus. **ESTIMATIVA DA OFERTA E DEMANDA DE TRANSPORTE AÉREO NO BRASIL**. 2017. 132 p. Dissertação de graduação — Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <http://repositorio.poli.ufrj.br/monografias/monopoli10021137.pdf>. Acesso em: 28 ago. 2023.

Tendência de concentração do setor aéreo do Brasil reacende discussão sobre preço da passagem. (2021, junho 10). Folha de S.Paulo. Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2021/06/tendencia-de-concentracao-do-setor-aereo-do-brasil-reacende-discussao-sobre-preco-da-passagem.shtml>. Acesso em: 13 jul. 2023.

TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO – TCU. Acórdão nº 346/2008 Plenário. Disponível em: [www.tcu.gov.br]; Acesso em: 18 jul. 2023.

Villar, M. (2022, janeiro 18). **Demanda reprimida faz passagem aérea ficar até 7 vezes mais cara**. **Jornal Correio**. Disponível em:

<https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/demanda-reprimida-faz-passagem-aerea-ficar-ate-7-vezes-mais-cara/>. Acesso em: 04 jul. 2023.