



ÓCIOS

# resce a disputa pelo mercado aéreo

a lance da Vasp é respondido com agressividade, pondo em jogo a batalha no mercado aéreo

ANA MARIA GÉIA

batalha que tomou conta do mercado comercial brasileira desde o empresário Wagner Canhedo teve se tornou dono da linha de ônibus do ano passado, de um emaranhado de acusações e temores que agitam a indústria aérea brasileira.

Os opositores de Canhedo temiam a origem do empresário para não de estar se aventurando no setor, que exige altos investimentos, muita tecnologia e vive a insegurança de empresários de 54 anos, o dono da Vasp coloca sua linha numa plataforma que parece, tem finanças para sustentar.

Os opositores de Canhedo temiam a origem do empresário para não de estar se aventurando no setor, que exige altos investimentos, muita tecnologia e vive a insegurança de empresários de 54 anos, o dono da Vasp coloca sua linha numa plataforma que parece, tem finanças para sustentar.

Canhedo é um empresário ligado à indústria de aviação. Ele faz parte do rol de especialistas que acham que a Vasp está praticando uma política suicida com o endividamento a longo prazo. Acham que, nem toda a agressividade de mercado fará com que a empresa fortaleça sua caixa e supere todas as dívidas. E, se não, a Vasp não aguentará.

A mesma imagem é passada aos funcionários e executivos que acompanham há anos a trajetória da Vasp. "Ele está fazendo a coisa pelo trabalho", diz um deles, temendo da falta de alíquota.



Rabel Thomas, da Varig; Wagner Canhedo, da Vasp; e Omar Fontana, da Transbrasil: a concorrência internacional observa a briga dos três por um espaço maior no mercado interno

Canhedo é um empresário ligado à indústria de aviação. Ele faz parte do rol de especialistas que acham que a Vasp está praticando uma política suicida com o endividamento a longo prazo. Acham que, nem toda a agressividade de mercado fará com que a empresa fortaleça sua caixa e supere todas as dívidas. E, se não, a Vasp não aguentará.

A mesma imagem é passada aos funcionários e executivos que acompanham há anos a trajetória da Vasp. "Ele está fazendo a coisa pelo trabalho", diz um deles, temendo da falta de alíquota.

A mesma imagem é passada aos funcionários e executivos que acompanham há anos a trajetória da Vasp. "Ele está fazendo a coisa pelo trabalho", diz um deles, temendo da falta de alíquota.

### Perfil das três grandes

Vasp	
• Nº de passageiros/ano: 4,6 milhões	
• Vãos domésticos: 27 cidades	
• Vãos internacionais: 27 cidades	
• Frota: 50 aeronaves	
• Nº de funcionários: 9.369	
• Plano de investimentos: US\$ 2,5 bilhões até 1992	
• Faturamento/1990: US\$ 4.797 milhões	
• Participação no mercado: 30,1% (junho/90) — 34,4% (junho/91)	

  

Transbrasil	
• Nº de passageiros/ano: 2,6 milhões	
• Vãos domésticos: 19 cidades	
• Vãos internacionais: 42 cidades	
• Frota: 20 aeronaves	
• Nº de funcionários: 4.882	
• Plano de investimentos: US\$ 1,8 bilhão até ano 2000	
• Faturamento/1990: US\$ 384,7 milhões	
• Participação no mercado: 24,9% (junho/90) — 21,7% (junho/91)	

  

Varig	
• Nº de passageiros/ano: 6,44 milhões	
• Vãos domésticos: 45 cidades	
• Vãos internacionais: 42 cidades	
• Frota: 80 aeronaves	
• Nº de funcionários: 25.654	
• Plano de investimentos: US\$ 750 milhões em 1991	
• Receita de voo em 1990: Cr\$ 242,9 bilhões	
• Participação no mercado: 44,8% (junho/90) — 43,8% (junho/91)	

(\*) Dados de DAC estimados para junho/91

## As agências lucram com essa batalha

PAULA PLANCK Especial para o Estado

Mais uma vez o mundo da publicidade escuta a velha frase: "Numa disputa entre empresas quem ganha é o consumidor". Usada no singular a frase soa falsa. Na verdade, a máquina publicitária já mais lida na guerra, aumenta o calor da disputa e muita gente sa ganhando. A batalha travada entre a Vasp e a Varig, por exemplo, não está só beneficiando os consumidores em busca de uma viagem mais econômica, mas principalmente, garantindo um bom faturamento comercial para os veículos de comunicação e empresas que prestam serviços às agências como produtores de som e imagem, fotógrafos e grafistas. Isso sem contar a infraestrutura necessária para fazer com que os aviões levem voo e cheguem aos seus destinos.

Tudo começa no mês de março com o céu publicitário cheio de turbulências. A Vasp resolveu fazer uma concorrência fora dos padrões para entregar sua conta. As novas regras exigiam das concorrentes uma campanha pronta para ser veiculada.

One agência assinaram uma cartela-procedimento com o jgo. A DM-9, de Nizan Guanes e Afonso Serra Junior, saiu vitoriosa com um sorriso enfiado e o conceito: "A melhor distância entre dois pontos". A veiculação da nova campanha fez os concorrentes aéreos voarem criativamente. Surgiram filmes, anúncios e outdoors.

Está mais a Vasp apostando a Varig com uma carta. Veiculou um anúncio no qual um apresentador se dirige ao consumidor e comenta que, por causa da campanha publicitária da Vasp, a Varig voltou a anunciar. O presidente da agência Expresso Propaganda, que tem a conta da Varig, Carlos Ivan Squiera, diz que não vai responder. Não do jeito que a DM-9 está provocando. "Nós criamos uma nova forma de comunicação, explica Squiera, "com a série de comerciais Varig no Ar, estamos divulgando todos os facilidades que a empresa pode dar aos clientes". Esta campanha usa formação dos telegramas, mostrando os filmes em casal de apresentadores que divulga promoções, novas rotas e vários tipos de serviços diferenciados da companhia.

## Lances ousados nos bastidores

Lago no começo, quando Canhedo trouxe o primeiro 737-300 e 737-400 não havia escada para tanta aeronave, o que acabou causando problemas no Aeroporto Internacional de Cubicba, em novembro, quando os passageiros de pelo menos dois vôos foram obrigados a esperar quase 40 minutos dentro do avião porque não havia como desembarcar. "Foi um episódio que mudou a minha opinião sobre a linha da Infracor. Agora, a Vasp não tem mais esses problemas. Canhedo está com um plano de comprar de tudo. Num dos últimos pedidos, encomendou 50 escadas de uma só vez.

Um empresário garante que Canhedo não tem colocado um tostão sequer nos negócios que tem feito. "Está vindo tudo de fora", afirma. Em abril, ele estava na sede da McDonnell Douglas, em Long Beach, na Califórnia, quando a Vasp fechou o contrato de leasing de sete aviões MD-11 com a Mitsui, uma das maiores trading companies do mundo. US\$ 60 milhões, conta o empresário, foram os japoneses que deram.

Os especialistas em aviação consideram o lance a opção dos estrategistas. Lembram que a margem de lucro em uma aplicação de leasing é muito grande, o que torna o negócio um dos mais rentáveis do mundo. Primeiro, porque o avião tem segundo tol. Depois, porque o contrato prevê devolução da aeronave em caso de falta de pagamento. Alguns banqueiros brasileiros, com um professor especial para ver que aconteça no agitado mercado aéreo brasileiro. Vasp, Transbrasil e Varig estão se disputando o mercado para obter crédito. "Nossa atitude tem sido de cautela", conta o diretor de um banco.

O Banco, por exemplo, recentemente recebeu empréstimo de US\$ 15 milhões da Vasp. Na quarta-feira, Ulisses Canhedo ganhou o sinal de US\$ 60 milhões, conta o empresário, foram os japoneses que deram.

A concorrência entre as empresas de arrearcar as mangas e aprender a trabalhar, senão vai quebrar. Tem banqueiros batendo a minha porta e dia inteiro", disse. "A Vasp está com a saúde financeira perfeita e não deve nada a ninguém", repetiu Ulisses Canhedo. Um dia após suas declarações, a Companhia de Infraestrutura Portuária (Infracor) anunciou execução da Justiça uma dívida da empresa de R\$ 5 milhões, referente a serviços de telecomunicações não pagos nos últimos quatro meses. Transbrasil T&M tam-

além devem à Infracor. O Banco de Aviação deve cerca de Cr\$ 500 milhões à Serviços Auxiliares de Transportes Aéreos (Sata), companhia contratada para limpeza e outros serviços auxiliares em terra dentro dos aviões. A Sata, que está acionando a empresa, não recebe desde o final do ano e, em fevereiro, suspendeu seus trabalhos com a empresa. "A Vasp está fazendo política de descontos nos vôos com dinheiro dos fornecedores", acusa um empresário ligado ao setor.

Um que mais tem preocupado o mercado é o abrupto crescimento da Vasp. Nos Estados Unidos, lembram os especialistas, quando se tentava fazer política de descontos nos vôos com dinheiro dos fornecedores, a empresa não aguentava o setor.

Um empresário garante que Canhedo não tem colocado um tostão sequer nos negócios que tem feito. "Está vindo tudo de fora", afirma. Em abril, ele estava na sede da McDonnell Douglas, em Long Beach, na Califórnia, quando a Vasp fechou o contrato de leasing de sete aviões MD-11 com a Mitsui, uma das maiores trading companies do mundo. US\$ 60 milhões, conta o empresário, foram os japoneses que deram.

Um empresário garante que Canhedo não tem colocado um tostão sequer nos negócios que tem feito. "Está vindo tudo de fora", afirma. Em abril, ele estava na sede da McDonnell Douglas, em Long Beach, na Califórnia, quando a Vasp fechou o contrato de leasing de sete aviões MD-11 com a Mitsui, uma das maiores trading companies do mundo. US\$ 60 milhões, conta o empresário, foram os japoneses que deram.

Um empresário garante que Canhedo não tem colocado um tostão sequer nos negócios que tem feito. "Está vindo tudo de fora", afirma. Em abril, ele estava na sede da McDonnell Douglas, em Long Beach, na Califórnia, quando a Vasp fechou o contrato de leasing de sete aviões MD-11 com a Mitsui, uma das maiores trading companies do mundo. US\$ 60 milhões, conta o empresário, foram os japoneses que deram.

Um empresário garante que Canhedo não tem colocado um tostão sequer nos negócios que tem feito. "Está vindo tudo de fora", afirma. Em abril, ele estava na sede da McDonnell Douglas, em Long Beach, na Califórnia, quando a Vasp fechou o contrato de leasing de sete aviões MD-11 com a Mitsui, uma das maiores trading companies do mundo. US\$ 60 milhões, conta o empresário, foram os japoneses que deram.

### A MENOR DISTÂNCIA ENTRE DOIS PONTOS É A LINHA AÉREA.



A Vasp abriu concorrência fora dos padrões e quem ganhou foi a DMS



A investida da Vasp fez com que a Varig voltasse a anunciar novamente



Agora, um casal divulga promoções, novas rotas e serviços para a empresa