

CURSO DE MERCADO

Nuvem do Conhecimento

Sumário

| | |
|---|----|
| Mercado | 6 |
| 1. Mercado | 6 |
| 1.1 Apresentação..... | 6 |
| 1.2 Decolagem..... | 7 |
| 1.3 Decolagem..... | 7 |
| 1.4 Boas-vindas..... | 8 |
| 1.5 Primeira escala | 8 |
| 1.6 Conceito de mercado..... | 9 |
| 1.7 Entendendo o mercado | 9 |
| 1.8 Definição de mercado..... | 10 |
| 1.9 Consumidores..... | 11 |
| 1.10 Mercado é igual a troca | 11 |
| 1.11 Formas de contato..... | 12 |
| 1.12 Ampliando o conhecimento | 12 |
| 1.13 Vídeo sobre mercado | 13 |
| 1.14 Brasil: uma grande população | 13 |
| 1.15 Moivmentação do PIB | 14 |
| 1.16 Aprenda Mais | 14 |
| 1.17 Classes C e D | 15 |
| 1.19 Pousando..... | 15 |
| 1.20 Resumo..... | 16 |
| 1.21 Segunda escala | 16 |
| 1.22 O segmento Vai Voando | 17 |
| 1.23 Viabilidade do negócio | 17 |

| | |
|--|----|
| 1.24 Estudo de mercado..... | 18 |
| 1.25 Oportunidade identificada..... | 18 |
| 1.26 Reportagem 1 | 19 |
| 1.27 Reportagem 2 | 19 |
| 1.28 Reportagem 3 | 20 |
| 1.29 Do Oiapoque ao Chuí..... | 20 |
| 1.30 Números gerais da Vai Voando..... | 21 |
| 1.31 Startups têm facilidades para viajantes | 21 |
| 1.32 Negócio fatura R\$ 58 milhões..... | 22 |
| 1.33 Público..... | 22 |
| 1.34 Sistema pré-pago..... | 23 |
| 1.35 Serviços Vai Voando | 23 |
| 1.36 Parcerias | 24 |
| 1.37 Sobre os aeroportos | 24 |
| 1.38 Nacionais e Internacionais..... | 25 |
| 1.39 Conhecimento sobre aviação | 25 |
| 1.40 IATA | 26 |
| 1.41 Exemplos de IATA..... | 26 |
| 1.42 Simplificação dos processos | 27 |
| 1.43 Alfabeto fonético | 27 |
| 1.44 Comunicação eficiente | 28 |
| 1.45 Associação Fonética Internacional..... | 28 |
| 1.46 Exemplo do alfabeto fonético..... | 29 |
| 1.47 Aprenda mais..... | 29 |
| 1.48 Os maiores aeroportos do país..... | 30 |

| | |
|--|--------------------------------------|
| 1.49 Rodoviárias | 30 |
| 1.50 Aprenda mais..... | 31 |
| 1.51 As maiores rodoviárias do país | 31 |
| 1.52 Hotel | 32 |
| 1.53 Meios de hospedagem | 32 |
| 1.54 Conheça o curso de hotelaria | 33 |
| 1.55 Atividade | Erro! Indicador não definido. |
| Excelente! (Slide Layer) | Erro! Indicador não definido. |
| Atenção! (Slide Layer)..... | Erro! Indicador não definido. |
| Tente Novamente (Slide Layer) | Erro! Indicador não definido. |
| 1.56 Pousando..... | 33 |
| 1.57 Resumo..... | 34 |
| 1.58 Terceira escala | 34 |
| 1.59 As vantagens de planejar a viagem..... | 35 |
| 1.60 Incentive a compra programada..... | 35 |
| 1.61 Exemplo do custo benefício da compra programada | 36 |
| 1.62 O mercado da aviação | 36 |
| 1.63 Terceiro maior mercado | 37 |
| 1.64 Órgãos reguladores | 37 |
| 1.65 ANAC | 38 |
| 1.66 ANTT | 38 |
| 1.67 INFRAERO | 39 |
| 1.68 Aeroportos privatizados | 39 |
| 1.69 Atividade | Erro! Indicador não definido. |
| Excelente! (Slide Layer) | Erro! Indicador não definido. |

| | |
|---|--------------------------------------|
| Atenção! (Slide Layer)..... | Erro! Indicador não definido. |
| Tente Novamente (Slide Layer) | Erro! Indicador não definido. |
| 1.70 Pousando..... | 40 |
| 1.71 Resumo..... | 40 |
| 1.72 Instruções da Avaliação | Erro! Indicador não definido. |
| 1.73 Avaliação | Erro! Indicador não definido. |
| 1.74 Resultado..... | Erro! Indicador não definido. |
| Aprovado (Slide Layer)..... | Erro! Indicador não definido. |
| Reprovado (Slide Layer)..... | Erro! Indicador não definido. |
| 1.75 Desembarque | 41 |
| 1. Question Bank 1 | Erro! Indicador não definido. |
| Q1.1 A partir do seu aprendizado neste curso, assinale a alternativa correta: ... | Erro! Indicador não definido. |
| Q1.2 Complete a frase abaixo com a alternativa correta: | Erro! Indicador não definido. |
| A oportunidade de negócio encontrada no ano de 2009 pela Vai Voando era..... | Erro! Indicador não definido. |
| Q1.3 Na construção do modelo de negócio da Vai Voando, quais eram os principais fatores limitantes enfrentados pela população das classes C e D?..... | Erro! Indicador não definido. |
| Q1.4 As vantagens oferecidas aos nossos clientes são:..... | Erro! Indicador não definido. |
| Q1.5 A criação da marca Vai Voando teve como uma de suas propostas: ... | Erro! Indicador não definido. |
| Q1.6 A oferta dos serviços da Vai Voando ao público das classes C e D, tem como objetivo: | Erro! Indicador não definido. |
| Q1.7 Complete a frase abaixo com a alternativa correta: | Erro! Indicador não definido. |
| A Vai Voando é uma..... que tem como atuação..... | Erro! Indicador não definido. |

Q1.8 Os principais materiais de divulgação da marca Vai Voando são: **Erro! Indicador não definido.**

Q1.9 O sistema de vendas praticado pelo Vai Voando e apresentado neste curso é conhecido como: **Erro! Indicador não definido.**

Q1.10 As formas de pagamento ofertadas ao cliente pela Vai Voando são: **Erro! Indicador não definido.**

Q1.11 Na modalidade de cartão existem as seguintes opções:..... **Erro! Indicador não definido.**

Q1.12 Ainda sobre a opção de pagamento em cartão, podemos afirmar que: ... **Erro! Indicador não definido.**

Q1.13 O revendedor da Vai Voando pode entrar em contato com a empresa por meio dos seguintes canais de comunicação:..... **Erro! Indicador não definido.**

Q1.14 Complete a frase abaixo com a alternativa correta: **Erro! Indicador não definido.**

Com a proposta de é que a Vai Voando desenvolveu uma identidade visual para a sua marca..... **Erro! Indicador não definido.**

Q1.15 A Vai Voando se orgulha de já ter embarcado: **Erro! Indicador não definido.**

Mercado

1. Mercado

1.1 Apresentação



Notes:

1.2 Decolagem



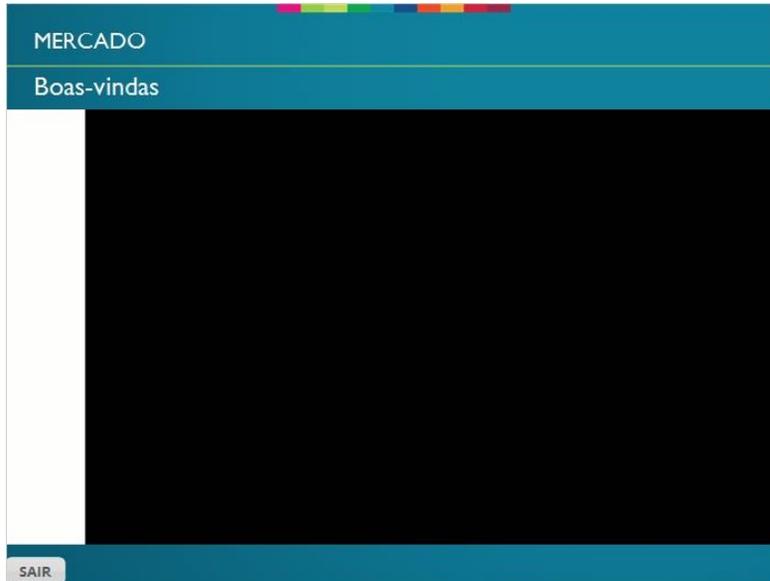
Notes:

1.3 Decolagem



Notes:

1.4 Boas-vindas



Notes:

1.5 Primeira escala



Notes:

1.6 Conceito de mercado



Notes:

1.7 Entendendo o mercado



Notes:

1.8 Definição de mercado

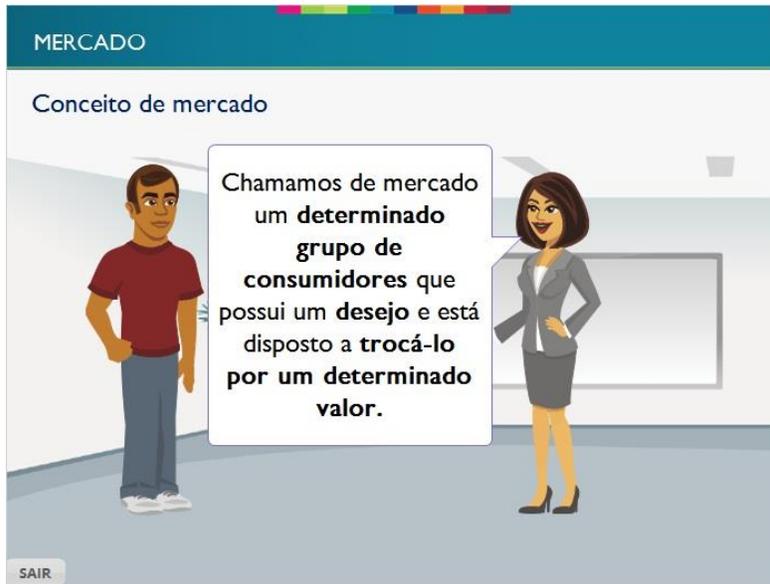


Notes:

1.9 Consumidores

MERCADO

Conceito de mercado



Chamamos de mercado um **determinado grupo de consumidores** que possui um **desejo** e está disposto a **trocá-lo por um determinado valor**.

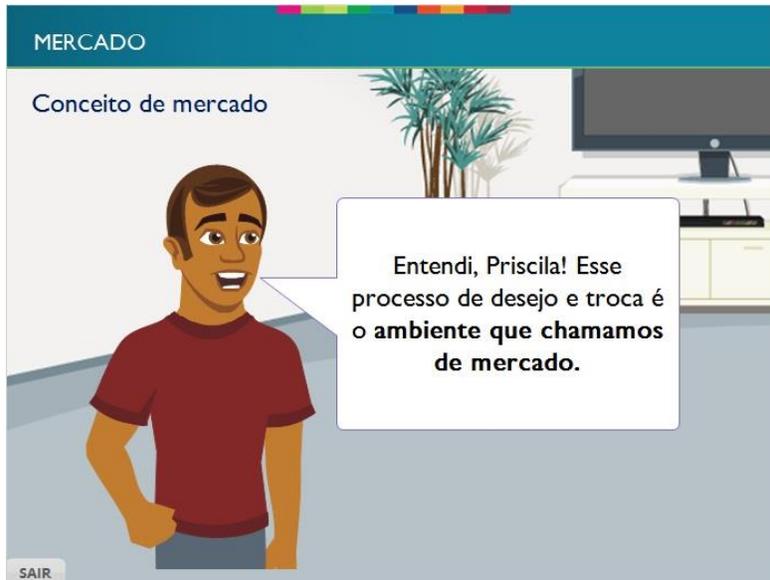
SAIR

Notes:

1.10 Mercado é igual a troca

MERCADO

Conceito de mercado

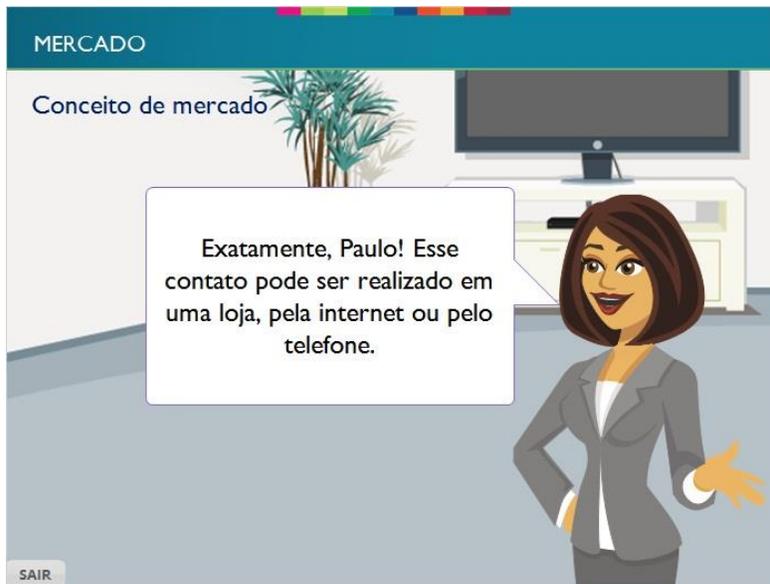


Entendi, Priscila! Esse processo de desejo e troca é o **ambiente que chamamos de mercado**.

SAIR

Notes:

1.11 Formas de contato



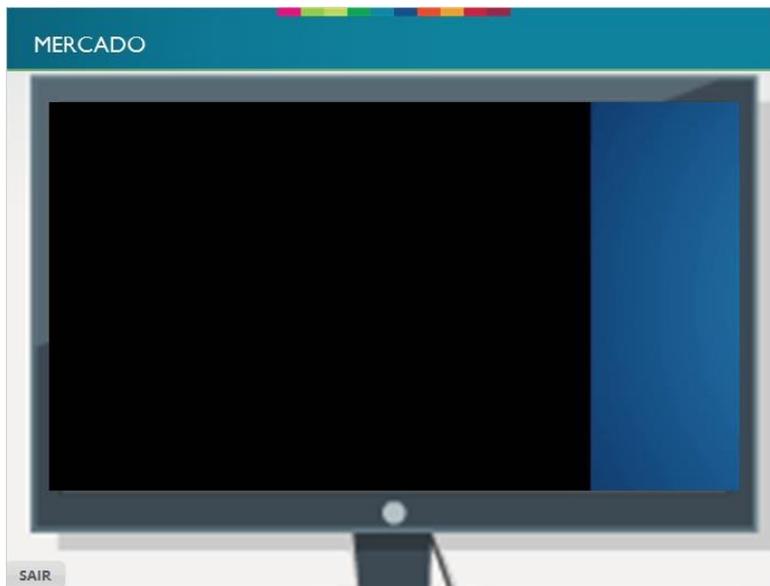
Notes:

1.12 Ampliando o conhecimento



Notes:

1.13 Vídeo sobre mercado



Notes:

1.14 Brasil: uma grande população



MERCADO

Brasil: uma grande população

Somos uma população de **205 milhões de pessoas no país**, mas apenas cerca de **98 milhões** viajam de transporte aéreo por ano.

SAIR

1.15 Movimentação do PIB

MERCADO

Brasil: uma grande população

O turismo movimenta cerca de **3,6% do PIB brasileiro**, e os motivos desse resultado acontecem em boa parte, ao surgimento de uma nova classe média no país, que incorporou **mais de 30 milhões de brasileiros ao mercado consumidor**.

Preço acessível + Aumento da renda = Novo consumidor

[APRENDA MAIS ?](#)

SAIR

1.16 Aprenda Mais

MERCADO

Brasil: uma grande população

Reflexos do crescimento econômico

Aumento dos gastos dos brasileiros com viagens* (2002 a 2010)

| Classe social | Aumento |
|---------------|---------|
| A/B | 41% |
| C | 242% |
| D/E | 65% |

A nova classe média foi a que mais aumentou os gastos com viagens nos últimos dez anos.

Distribuição de passageiros* conforme renda doméstica mensal

| Até 10 salários mínimos | Acima de 10 salários mínimos |
|-------------------------|------------------------------|
| 36% | 64% |

36% do total de passageiros das companhias brasileiras é da classe média.

Frequência anual de viagens* (% de passageiros únicos)

| 10 ou + viagens | 5 a 9 viagens | 2 a 4 viagens | 1 viagem |
|-----------------|---------------|---------------|----------|
| 41% | 19% | 19% | 11% |

O alto percentual de passageiros voando pela primeira vez reforça a tendência à democratização.

*Dados de mercado Data Proxior
Fonte: Estatísticas de Transporte Aéreo do Brasil, INEIS 2010
Fonte: Estatísticas de Transporte Aéreo do Brasil, INEIS 2010

SAIR

1.17 Classes C e D

MERCADO

Brasil: uma grande população



De acordo com a última pesquisa do IBGE, **68% da população brasileira** pertence às classes sociais atendidas pela nossa empresa: **C e D**.

Isso demonstra um **grande mercado** a ser explorado na perspectiva do nosso negócio.

Vamos entender melhor o que proporcionou esse **crescimento econômico**.

SAIR

1.19 Pousando



1.20 Resumo

MERCADO

Pousando



Você acabou de aprender que:

- Conhecer dados sobre a população brasileira pode auxiliar o desenvolvimento do seu negócio;
- O desenvolvimento da classe média brasileira e o crescimento econômico promovido por ela, contribui para a criação de negócios específicos.

SAIR

1.21 Segunda escala

MERCADO

Segunda escala



Capítulo 2
O trabalho da Vai Voando

Conheceremos mais sobre a **atuação da nossa empresa** nesse ramo e também os locais onde são prestados esses serviços, ou seja, **aeroportos e rodoviárias**.

SAIR

1.22 O segmento Vai Voando

MERCADO

O Segmento Vai Voando



A Vai Voando enxergou a **oportunidade** de oferecer passagens aéreas **sem burocracia**, para um público que tem uma necessidade específica: **visitar os seus parentes que moram longe**.

SAIR

1.23 Viabilidade do negócio

MERCADO

O Segmento Vai Voando

Para chegar a essa conclusão, lá no início da empresa, realizamos um **estudo de mercado** para entender a **viabilidade do negócio**.

Um estudo de mercado, procura responder, independente do ramo, às seguintes questões:



1.24 Estudo de mercado

MERCADO

O Segmento Vai Voando



1. Qual é o perfil dos clientes?
2. São Pessoas físicas ou jurídicas?
3. Quais são os desejos dos consumidores?
4. O mercado concorrente foi analisado?
5. Os fornecedores foram selecionados?

SAIR

1.25 Oportunidade identificada

MERCADO

O Segmento Vai Voando



A partir do **estudo de mercado** e da **oportunidade identificada**, a Vai Voando construiu a sua imagem no mercado, em um momento em que o crescimento do **transporte aéreo brasileiro** também alavancava. Confira nas reportagens a seguir alguns dados sobre esse assunto.

SAIR

1.26 Reportagem 1

MERCADO

Demanda no transporte aéreo doméstico cresce pela quarta vez seguida

Brasília, 26 de julho de 2017 - A demanda doméstica (em passageiros-quilômetros pagos transportados, RPK) registrou aumento de 1,6% em junho de 2017, quando comparada com o mesmo mês de 2016. [...] Nos seis primeiros meses do ano, demanda e oferta acumularam alta de 0,6% e queda de 0,6%, respectivamente.

Em junho de 2017, foram transportados 6,9 milhões de passageiros pagos em voos domésticos, representando um aumento de 1,9% em relação ao mesmo mês do ano anterior.

Reportagem disponível em: <<http://www.anac.gov.br/noticias/demanda-no-transporte-aereo-domestico-cresce-pela-quarta-vez-seguida>>. Acesso em 21 ago 2017.

SAIR

1.27 Reportagem 2

MERCADO

Tarifa Aérea Doméstica Real

A Tarifa Aérea Média Doméstica comercializada em 2016 no transporte regular de passageiros foi apurada no valor de R\$ 349,14, expresso em termos reais, correspondente a uma distância direta média entre a origem e o destino do passageiro de 1.132 km, independentemente de escalas ou conexões. Esse valor representou redução de 1,8% em relação a 2015 [...]

Reportagem disponível em: <<http://www.anac.gov.br/assuntos/dados-e-estatisticas/mercado-de-transporte-aereo/anuario-do-transporte-aereo/dados-do-anuario-do-transporte-aereo>>. Acesso em 21 ago 2017.

SAIR

1.30 Números gerais da Vai Voando

MERCADO

O Segmento Vai Voando

NÚMEROS GERAIS

PRINCIPAIS ROTAS

1. RIO X FOR 9,5%
2. RIO X JN 5,3%
3. SAO X REC 4,7%
4. RIO X MAO 4,4%
5. SAO X FOR 3,0%
6. SAO X SA 2,9%

BOLETO

61%

CARTÃO

39%

FATURAMENTO

2016: R\$ 57,0M
2015: R\$ 43,6M
2014: R\$ 33,0M

TOTAL VOOADO: R\$ 832,80

Hoje, somos a primeira e maior rede de agências de viagens voltada às classes populares. Confira algumas reportagens sobre o sucesso e o crescimento da nossa empresa:

SAIR

1.31 Startups têm facilidades para viajantes

MERCADO

Facilidades para viajantes

Julia Barbas
Para Valor de São Paulo

Startups da área de turismo estão driblando a crise econômica com novas facilidades para os consumidores. Há ofertas de hotéis e passagens aéreas em 12 parcelamentos, sem compensação de renda, e venda de diárias fracionadas em grandes redes hoteleiras. Em algumas empresas, o número de clientes cadastrados quase triplicou em um ano.

A Vai Voando, que vende passagens aéreas e rodoviárias sem a necessidade de consulta de crédito, expandiu as atividades para a rede de hospedagem. O consumidor pode parcelar a compra em até 12 vezes, sem juros, no cartão. A alternativa é que de 10% a 15% da compra de passagens também comprem diárias de hotéis.

Frente ao grupo Hysma desde 2015, a empresa atua há mais de sete anos, com atendimento focado no público de baixa renda. Tem 411 pontos de vendas em bairros da periferia e embargou 42 mil passageiros, com uma média de dez mil embarques ao mês. A maioria, segundo a companhia, viajou de avião pela primeira vez, ao mesmo tempo de vendas.

Um fato que muitos voos não são em períodos o público ainda viajara de ônibus, mesmo que o custo do trajeto rodoviário fosse maior ou igual ao do avião", diz o diretor Luiz Andreazza. Segundo ele, o empreendimento começou com pouco investimento e quase nenhuma atração do mercado. "No início, não conseguíamos convencer as operadoras a apoiar no negócio". Em oito anos, foram investidos cerca de R\$ 7 milhões, a maioria da FlyOne.

O faturamento da Vai Voando passou de R\$ 44 milhões, em 2015, para R\$ 58 milhões no ano passado. A previsão para 2017 é alcançar R\$ 70 milhões. A empresa tem seis empreendedores para trabalhar como agentes. Além, o plano é abrir a venda de pacotes e voos internacionais nos próximos dois anos, além de oferecer aluguel de carros e viagens de cruzeiros.

Na Novoci.com, o público-alvo é o de consumidores que tiveram algum problema com as empresas aéreas, como voos cancelados, overbooking e extratos de bagagem. O cliente se comunica com advogados especializados, por meio de um formulário, telefônico ou chat on-line, explicam os direitos-fundadores Alexandre Monteiro Gabriel Malta.

Lançada no mês passado com um investimento de R\$ 20 mil, a empresa de dez funcionários já conta com uma rede de mais de 100 advogados e 50 clientes cadastrados. O faturamento esperado para 2017 é de cerca de R\$ 200 mil. A Novoci tem receita 30% do valor indenizado, por caso.

Para Bruno Ferreira, CEO da Cambio Store, que conecta consumidores a corretoras, o cliente da área de turismo quer comodidade. "Antes de abrir a empresa, via que os amigos que iam ao exterior ligavam para diversos bancos para saber as melhores taxas", lembra. "Havia muitos burocráticos e ainda gera o estresse antes das férias".

Atualmente, ele trabalha com três produtos, movidos em espécie, cartão pré-pago e remessas internacionais, principalmente para pessoas físicas em viagem ao exterior. O sistema busca as melhores cotações em tempo real e disponibiliza a compra de moeda estrangeira em apenas três cliques.

Em um ano, a base de usuários passou de 40 mil para 110 mil. A empresa faturou R\$ 500 mil em 2016 e a projeção para 2017 é alcançar R\$ 2 milhões, baseada no aumento da carteira de clientes e do índice de recorrência, acima de 80%. "Estamos à procura de investimentos de novos produtos de crédito on-line". No mês passado, a operação se fundiu com a fidelizar, startup do mesmo segmento.

A HotelQuando.com, que recebe quartos de hotéis por mês, seis, nove ou 12 meses, também observa alta na demanda. A base de empresas que compõem o serviço fracionado passou de cerca de 200, em junho de 2016, para mais de mil, no primeiro semestre de 2017.

Segundo o gerente de vendas Marinho Junjão, cerca de 40% do volume de reservas são feitas por usuários finais e 60% vêm de empresas de pequeno e médio porte.

SAIR

1.32 Negócio fatura R\$ 58 milhões...

MERCADO

Negócio fatura R\$ 58 milhões vendendo passagens aéreas por boleto

Reportagem disponível em: <http://exame.abril.com.br/pme/negocio-fatura-r-58-milhoes-vendendo-passagens-aereas-por-boleto/>.

Passagens aéreas pré-pagas, inclusive por boleto, fizeram com que a empresa Vai Voando crescesse junto com a ascensão das classes C e D.



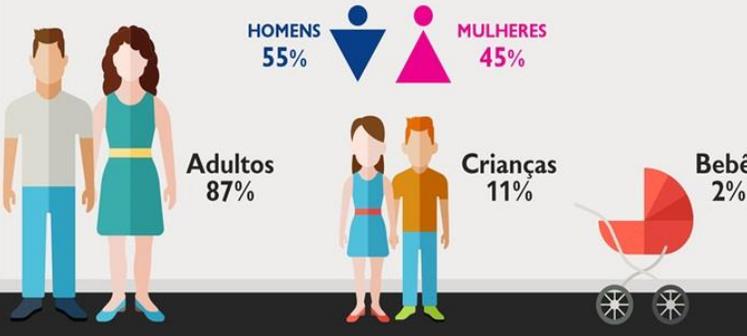
SAIR

1.33 Público

MERCADO

Ao longo da história da Vai Voando, embarcamos mais de 500 mil passageiros, em média 117 por dia. A maior parte desses passageiros viajou pela primeira vez de avião através do sistema pré-pago.

pel a primeira vez de avião através do sistema Pré-pago.



| Demografia | Porcentagem |
|------------|-------------|
| HOMENS | 55% |
| MULHERES | 45% |
| Adultos | 87% |
| Crianças | 11% |
| Bebês | 2% |

SAIR

1.34 Sistema pré-pago



1.35 Serviços Vai Voando



1.36 Parcerias

MERCADO

Sistema Vai Voando



Nós trabalhamos com **companhias aéreas** e também com as empresas **rodoviárias**.

SAIR

1.37 Sobre os aeroportos

MERCADO

Sistema Vai Voando



Começando pelo aeroporto, é uma área com instalações e facilidades para **apoio nas operações das aeronaves, no embarque e desembarque de pessoas, animais ou coisas**.

SAIR

1.38 Nacionais e Internacionais

MERCADO

Sistema Vai Voando



Eles se dividem em **aeroportos nacionais e internacionais**, e as principais diferenças para essas classificações se referem ao controle de passaporte e à necessidade de passagem pela Alfândega.

SAIR

1.39 Conhecimento sobre aviação

MERCADO

O código IATA



Duas informações para aprendermos relacionadas ao transporte aéreo são o código **IATA** e o **Alfabeto Fonético**.

SAIR

1.40 IATA

MERCADO

O código IATA



Começando com o código IATA, trata-se de uma sigla inglesa que significa International Air Transport Association ou Associação Internacional de Transportes Aéreos.

SAIR

1.41 Exemplos de IATA

MERCADO

O código IATA

Exemplos de IATA de alguns aeroportos brasileiros:

- GRU (Aeroporto Internacional de Guarulhos);
- CGB (Aeroporto Internacional de Cuiabá);
- MAO (Aeroporto Internacional de Manaus);
- FOR (Aeroporto Internacional de Fortaleza);



Essa associação desenvolveu uma representação que, combinando **três letras**, tornou possível representar os nomes dos aeroportos de todo o mundo.

SAIR

1.42 Simplificação dos processos

MERCADO

O código IATA



O principal objetivo da associação é auxiliar as companhias aéreas a simplificar processos, tais como aumentar a **comodidade dos passageiros**, reduzir custos, **melhorar a eficiência dos serviços** e, principalmente, cuidar da segurança da aviação, além de procurar minimizar o impacto do transporte aéreo no meio ambiente.

Os códigos servem para simplificar processos e são usados em **passagens de avião**, **adesivos de bagagens**, etc.

SAIR

1.43 Alfabeto fonético

MERCADO

Alfabeto Fonético



Alfabeto Fonético

O alfabeto fonético é uma **forma de facilitar a comunicação** no momento de soletrar uma determinada informação.

SAIR

1.44 Comunicação eficiente

MERCADO

Alfabeto Fonético



Com a criação do alfabeto fonético, foi possível criar um **código de comunicação internacional** que facilite a pronúncia de outras línguas, sem a necessidade de conhecer o idioma profundamente.

SAIR

1.45 Associação Fonética Internacional

MERCADO

Alfabeto Fonético



Ele foi criado em 1886 por um grupo de professores ingleses e franceses, o qual mais tarde veio a se chamar de **Associação Fonética Internacional - AFI**.

SAIR

1.46 Exemplo do alfabeto fonético

MERCADO

Alfabeto Fonético



Alfabeto Fonético:

| | |
|-------------|--------------|
| A – Alfa | N – November |
| B – Beta | O – Oscar |
| C – Charlie | P – Papa |
| D – Delta | Q – Quebec |
| E – Eco | R – Romeo |

Aprenda agora o **alfabeto fonético!**

SAIR

1.47 Aprenda mais

MERCADO

Sistema Vai Voando



APRENDA MAIS ?

Você sabe quais são os maiores aeroportos do país?

SAIR

1.48 Os maiores aeroportos do país

MERCADO

Sistema Vai Voando

Os maiores aeroportos do país:

| | Aeroporto | Passageiros | Cidade | UF |
|----|--|-------------|----------------|----|
| 1 | Aeroporto Internacional de Guarulhos | 36.678.452 | Guarulhos | SP |
| 2 | Aeroporto de Congonhas | 17.119.530 | São Paulo | SP |
| 3 | Aeroporto Internacional do Galeão | 17.109.590 | Rio de Janeiro | RJ |
| 4 | Aeroporto Internacional de Brasília | 16.610.000 | Brasília | DF |
| 5 | Aeroporto Internacional de Confins | 10.002.477 | Belo Horizonte | MG |
| 6 | Aeroporto de Viracopos | 9.294.446 | Campinas | SP |
| 7 | Aeroporto Santos Dumont | 9.102.187 | Rio de Janeiro | RJ |
| 8 | Aeroporto Internacional Antônio E. Magalhães | 8.475.643 | Salvador | BA |
| 9 | Aeroporto Internacional Salgado Filho | 7.993.164 | Porto Alegre | RS |
| 10 | Aeroporto Internacional de Guararapes | 6.817.790 | Recife | PE |

SAIR

1.49 Rodoviárias

MERCADO

Sistema Vai Voando

Rodoviárias



Assim como os aeroportos, as rodoviárias são um local com instalações para apoio nas operações dos ônibus e no embarque e desembarque.

SAIR

1.50 Aprenda mais

MERCADO

Sistema Vai Voando



APRENDA MAIS ?

Conheça as 5 maiores rodoviárias do país.

SAIR

1.51 As maiores rodoviárias do país

MERCADO

Sistema Vai Voando

As 5 maiores rodoviárias do país:

| | Rodoviárias | Passageiros | Cidade | UF |
|---|-----------------------------|-------------|----------------|----|
| 1 | Terminal do Tietê | 60.000/dia | São Paulo | SP |
| 2 | Terminal Novo Rio | 50.000/dia | Rio de Janeiro | RJ |
| 3 | Terminal POA | 40.000/dia | Belo Horizonte | MG |
| 4 | Rodoferroviária de Curitiba | 31.000/dia | Curitiba | PR |
| 5 | Terminal de Fortaleza | 8.000/dia | Fortaleza | CE |

SAIR

1.52 Hotel

MERCADO

Sistema Vai Voando



E o mais novo produto ofertado pela Vai Voando, o hotel!
Ele também pode ser parcelado no boleto, pago via PinPad ou ainda pelo P.O.S.

SAIR

1.53 Meios de hospedagem

MERCADO

Sistema Vai Voando



Os meios de hospedagem são classificados de acordo com a sua característica básica e conforme as estrelas que este estabelecimento possui.

SAIR

1.54 Conheça o curso de hotelaria

MERCADO

Sistema Vai Voando



Para entender melhor essas classificações, preparamos exclusivamente para você o **Curso de hotelaria**. Não deixe de conferir este e outros cursos, aqui mesmo na Nuvem do conhecimento na área de cursos!

SAIR

1.56 Pousando



Notes:

1.57 Resumo

MERCADO

Pousando



Você acabou de aprender que:

- A Vai Voando trabalha com passagens aéreas e rodoviárias pré-pagas;
- É importante conhecer informações sobre os aeroportos e as rodoviárias, como demonstradas aqui para conseguir auxiliar o cliente;
- Há algumas coisas específicas dessa área, como o código IATA e o alfabeto fonético, utilizados no transporte aéreo. E a nova inclusão do produto hotel.

SAIR

1.58 Terceira escala

MERCADO

Terceira escala



Capítulo 3

O mercado Vai Voando

Agora vamos conhecer mais sobre as **vantagens da compra programada** e aprender sobre os órgãos reguladores e fiscalizadores dos serviços prestados nos aeroportos e nas rodoviárias.

SAIR

1.59 As vantagens de planejar a viagem

MERCADO

As vantagens do planejamento da viagem



Pesquisas da Associação Brasileira das Empresas Aéreas (ABEAR), mostram a **vantagem da relação custo/benefício na compra programada** de passagens aéreas.

SAIR

1.60 Incentive a compra programada

MERCADO

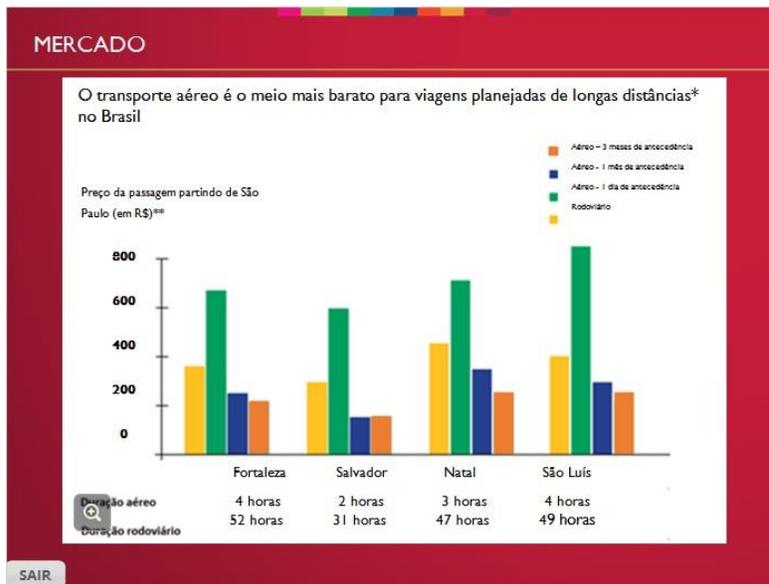
Programando a sua viagem



Apesar dessas vantagens, a compra programada não é um costume dos consumidores. No gráfico da próxima tela, veremos que o maior volume de compras se refere a passagens para embarque imediato.

SAIR

1.61 Exemplo do custo benefício da compra programada



1.62 O mercado da aviação

MERCADO

O mercado da aviação

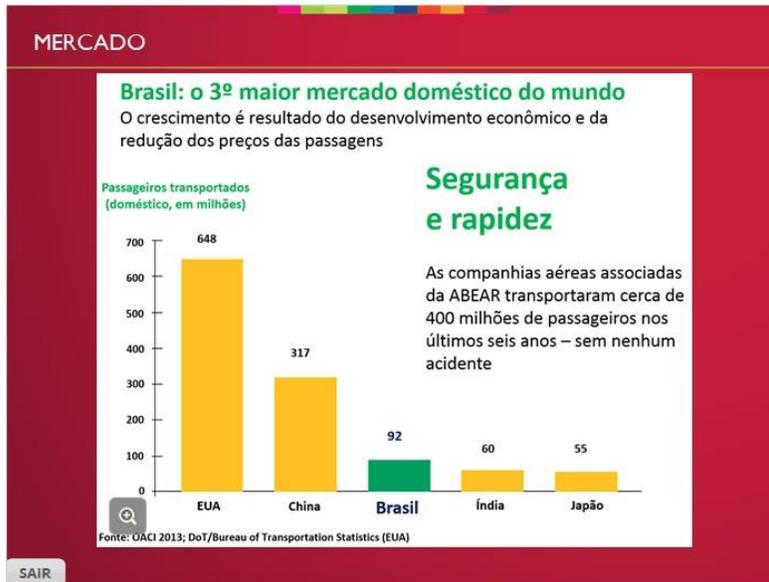


Esses números nos tornam o **3º mercado mundial da aviação**, perdendo somente para os Estados Unidos (EUA) e a China.

Veja esses números no gráfico da próxima tela!

SAIR

1.63 Terceiro maior mercado



1.64 Órgãos reguladores

MERCADO

Organização do transporte turístico no país

Agora é o momento de conhecermos os principais **órgãos reguladores e fiscalizadores**, para que essas empresas ofereçam um serviço de qualidade aos clientes.

SAIR

1.65 ANAC

MERCADO

ANAC



A Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC) é a empresa **reguladora e fiscalizadora das normas e atividades** praticadas no país referentes aos **serviços aéreo no Brasil**.

SAIR

1.66 ANTT

MERCADO

ANTT

A Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT) é o **órgão regulador e fiscalizador das normas que regem o transporte terrestre**, seja interestadual ou internacional aqui no país.



SAIR

1.67 INFRAERO

MERCADO

INFRAERO



A INFRAERO é o órgão responsável por **atividades como manutenção, funcionamento, estrutura e licitações de 60 aeroportos do país**. Seis aeroportos no Brasil não respondem totalmente à INFRAERO, devido ao fato de terem uma parte privatizada.

SAIR

1.68 Aeroportos privatizados

MERCADO

INFRAERO

São eles:

1. Aeroporto Internacional Tom Jobim, no Rio de Janeiro;
2. Aeroporto Internacional de Viracopos, em Campinas;
3. Aeroporto Internacional de Guarulhos, em São Paulo;
4. Aeroporto Internacional de Brasília, no Distrito Federal;
5. Aeroporto Internacional Augusto Severo, no Rio Grande do Norte;
6. Aeroporto Internacional de Confins, em Minas Gerais.



SAIR

Notes:

1.70 Pousando



Notes:

1.71 Resumo

MERCADO

Pousando

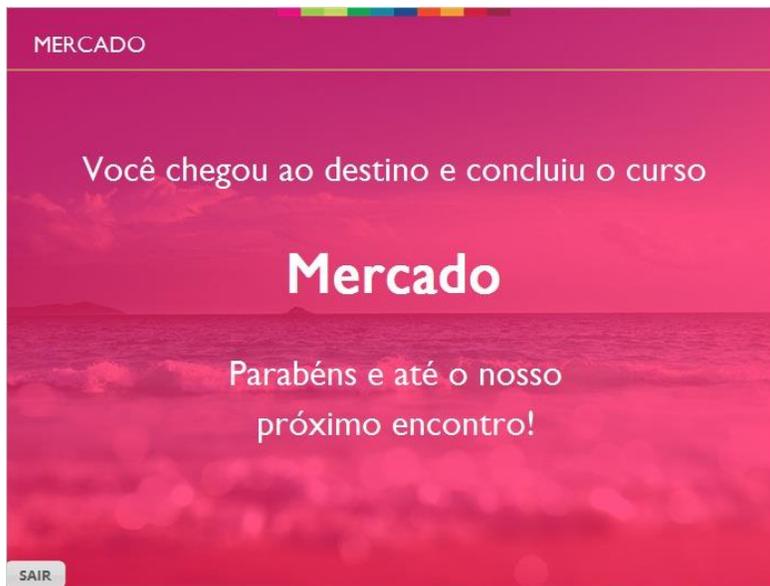


- de que o mercado aéreo brasileiro ocupa a terceira posição no mercado mundial;
- Existem órgãos que fiscalizam os transportes para garantir um serviço de qualidade aos passageiros;
- A ANAC é responsável pela regulamentação e fiscalização do setor aéreo no Brasil;
- A Infraero é responsável pela gestão dos aeroportos no país.
- A ANTT é a responsável pelo transporte rodoviário aqui no país.

SAIR

Notes:

1.75 Desembarque



Notes: