

A Gol já está voando, para agitar a concorrência

Divulgação

A frota da Gol passou de seis para 10 Boeing 737-700 em outubro. Levado por "seu" Nenê (acima) e a esposa, o pioneiro recebeu ontem a benção do cardeal de Brasília, Dom José Freire Falção

José Paulo Lacort/AE

Patriarca Nenê se diz contra os subsídios

SIMONE CAVALCANTI

BRASILIA — Dono de 38 empresas do setor de transportes, entre elas a Gol, Constantino de Oliveira, o "seu" Nenê, é contra todo tipo de subsídios, inclusive o que é concedido ao querosene de aviação. Ele diz que os empresários precisam trabalhar e economizar mais para que negócios deem certo. "Sou contra subsídios porque o dinheiro do povo não pode estar em subsídio", afirmou ontem, durante a cerimônia de benção do Boeing 737-700 escolhido para o voo inaugural da companhia.

"Concordo com o presidente Fagnano de Henriquez quando ele diz que o governo não é UTI, as empresas é que têm de trabalhar e saber economizar. Não, por exemplo, vamos economizar até papel para bater as pressões." No seu caso, a fórmula que mistura muito trabalho e custos mínimos do certo. Seu grupo, o Aurea, futuro cara de R\$ 1 bilhão em 1999.

Depois da Brasília, feita pelo arcebispo de Brasília, D. José Freire Falção, "seu" Nenê fez questão de frisar que a frota da Gol será formada só por aviões novos e pilotos por profissionais experientes, o que garantirá a segurança dos usuários. "Há muitos anos, como usuário de serviços aéreos, tenho sofrido com o uso de aeronaves antigas. Não ficava pensando no que podia fazer", lembrou. "Um Fokker 100 é um avião que não é fabricado há muitos anos e deve ser a coisa mais difícil conseguir peças para ele. É por isso que só vamos trabalhar com aeronaves novas."

A referência total do subsídio do querosene, prevista para julho, não deverá atrapalhar os planos da Gol, diz Constantino de Oliveira Júnior — que recebeu de "seu" Nenê a missão de conduzir o negócio. Ele admite que o fim do benefício vai elevar os custos do mercado, são cessantes entre dois e três anos, no mínimo, se tudo der certo. **(Colaborou Simone Cavalcanti)**



Milton Michuda/AE

um grupo que faturou R\$ 1 bilhão em 1999.

O diretor comercial do Rio-Sul Linhas Aéreas, Nilson Giuliano, não se diz preocupado. Afirma encantar a chegada do novo concorrente com um "fato normal". A companhia, que pertence ao Grupo Varig, especializado no transporte de executivos. "Eles são 80% dos nossos passageiros. São muito exigentes com horário e frequência", afirma.

Ao largo — O presidente da Gol, Constantino de Oliveira Júnior, tenta passar ao largo desta discussão. "A ideia não é fazer uma concorrência direta às companhias convencionais. Estamos buscando um novo nicho de mercado", afirma. Ele diz que o seu plano é agregar demanda e levar para a Gol o "público que hoje é sensível a preços". Quer, também, tornar viável o transporte aéreo a uma faixa das classes B e C. "São 25 milhões de pessoas que hoje estão fora da aviação regular", afirma. Além disso, aposta no crescimento do mercado devido ao aumento entre 4% e 5% do PIB. Nos cálculos do setor, a cada ponto que o PIB cresce, o número de passageiros pode evoluir até o dobro.

Se as apostas serem certo, a Gol ambiciona chegar ao fim de 18 meses com 8,4% do mercado.

Investimentos — Segundo dados definidos como "não oficiais" por Constantino, o Grupo Aurea (a Gol é a 38.ª de um grupo formado por 37 empresas dedicadas basicamente ao transporte rodoviário de passageiros) já investiu cerca de R\$ 24 milhões na formação da nova empresa. Inicialmente vai operar com seis Boeings 737-700 que interligarão Porto Alegre, Florianópolis, São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília e



Constantino Júnior, tentando atrair passageiros das classes B e C

Salvador. O sétimo avião deve chegar em maio, mais dois estão programados para setembro e o décimo, outubro. Neste período, a malha da empresa deve ser ampliada, com a inclusão de Campinas e Recife. O plano prevê uma taxa de ocupação de 60%. "Estamos sondando o mercado há dois anos e acreditamos que há espaço para crescer", diz Constantino Júnior.

Seu projeto inclui a conexão entre o transporte aéreo e o rodoviário. A ideia é trazer os passageiros do interior para as capitais, onde tomariam os aviões,

Nova empresa faz voo inaugural entre Brasília e SP, prometendo preços baixos permanentes

VALDETE GECATO

Ao decolar às 6:56 de hoje, de Brasília, com destino ao aeroporto de Congonhas, em São Paulo, o novo Boeing 737-700 da estreante Gol Transportes Aéreos levou para os céus do Brasil uma inovação que promete agitar imediatamente a aviação comercial nos próximos meses. Com uma política de preços baixos permanente, e não apenas promocional, a empresa quer se solidificar alargando o gargalo do transporte aéreo no País, limitada a um reduzido círculo de 5 milhões de pessoas.

A Gol foi corajosa o suficiente para entrar na disputa pelas cobicadas rotas do Sul, Sudeste e Brasília, hoje mercado cativo dos grupos Varig, TAM, Varig Transbrasil. Mas terá um grande desafio pela frente: provar que o seu modelo é viável e gerar escala suficiente para cobrir os pesados investimentos necessários à sua consolidação.

Os dois maiores grupos do país, Varig e TAM, não falam abertamente em combater a investida de sua mais nova concorrente por meio de guerra de tarifas, mas a prova de que esta hipótese não deve ser descartada são as declarações do diretor comercial Brasil da TAM, José Wagner Ferreira. "Eu vou perder todas as horas da minha vida na hora em que a Gol começar a voar. E aí quem pode mais, chora menos", avisa. Sua expectativa é a de que as primeiras atingidas pelo novo ASP E TRANSPASRIL DEVEM SER ATINGIDAS

ASP E TRANSPASRIL DEVEM SER ATINGIDAS

As duas já praticam preços com descontos semelhantes àqueles da Gol. Mas não nos dá muita atenção. Foram empurradas para o "low fare" (tarifa de baixo custo) muito mais pelos seus problemas de caixa do que por estratégia, que está efetivamente trazendo um modelo que deu certo em companhias dos Estados Unidos e Europa e cujo exemplo mais bem-sucedido é o caso da Southwest Airlines. Cega, naturalmente, sem dívidas e com uma forte campanha na mídia, uma frota composta por 900 quilômetros e de última geração e com o respaldo de