

# **Análise da evolução dos preços das passagens ao longo do período de reservas e efeitos da concorrência com companhia aérea novata**



V Semana de Qualidade da Informação do Transporte Aéreo

ANAC

2017

---

Rafael R. Varella

# ROTEIRO

1. Introdução e Fundamentação Teórica
2. Desenvolvimento Empírico
3. Resultados
4. Considerações Finais

## **1. Introdução e Fundamentação Teórica**

## 2. Desenvolvimento Empírico

## 3. Resultados

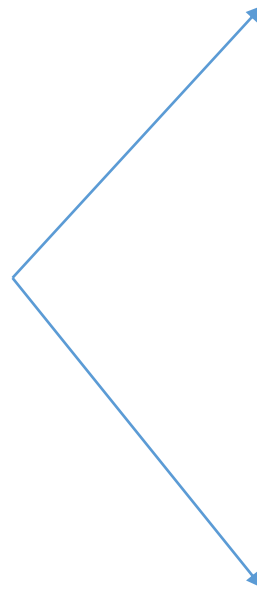
## 4. Considerações Finais

## OBJETIVO

- Avaliar se a competição adjacente com uma LCC novata impacta as estratégias de discriminação intertemporal de preços e gerenciamento dos canais de distribuição das concorrentes.

# TEMAS DA PESQUISA

Competição  
Adjacente com a LCC

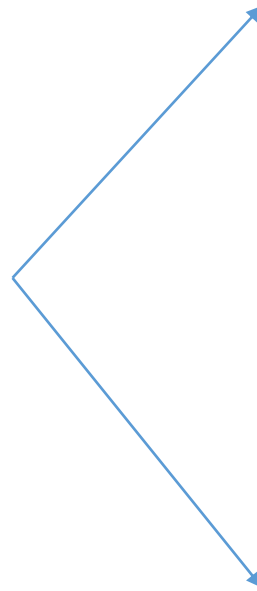


Discriminação  
Intertemporal de  
Preços

Gerenciamento  
dos Canais de  
Distribuição

# TEMAS DA PESQUISA

**Competição  
Adjacente com a LCC**



Discriminação  
Intertemporal de  
Preços

Gerenciamento  
dos Canais de  
Distribuição

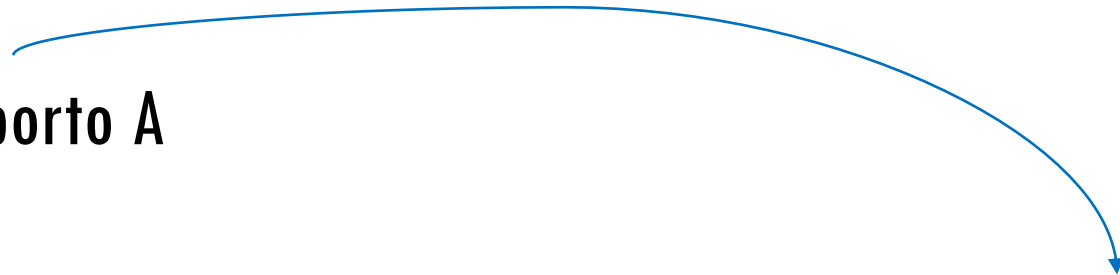
# COMPETIÇÃO ADJACENTE COM LCC



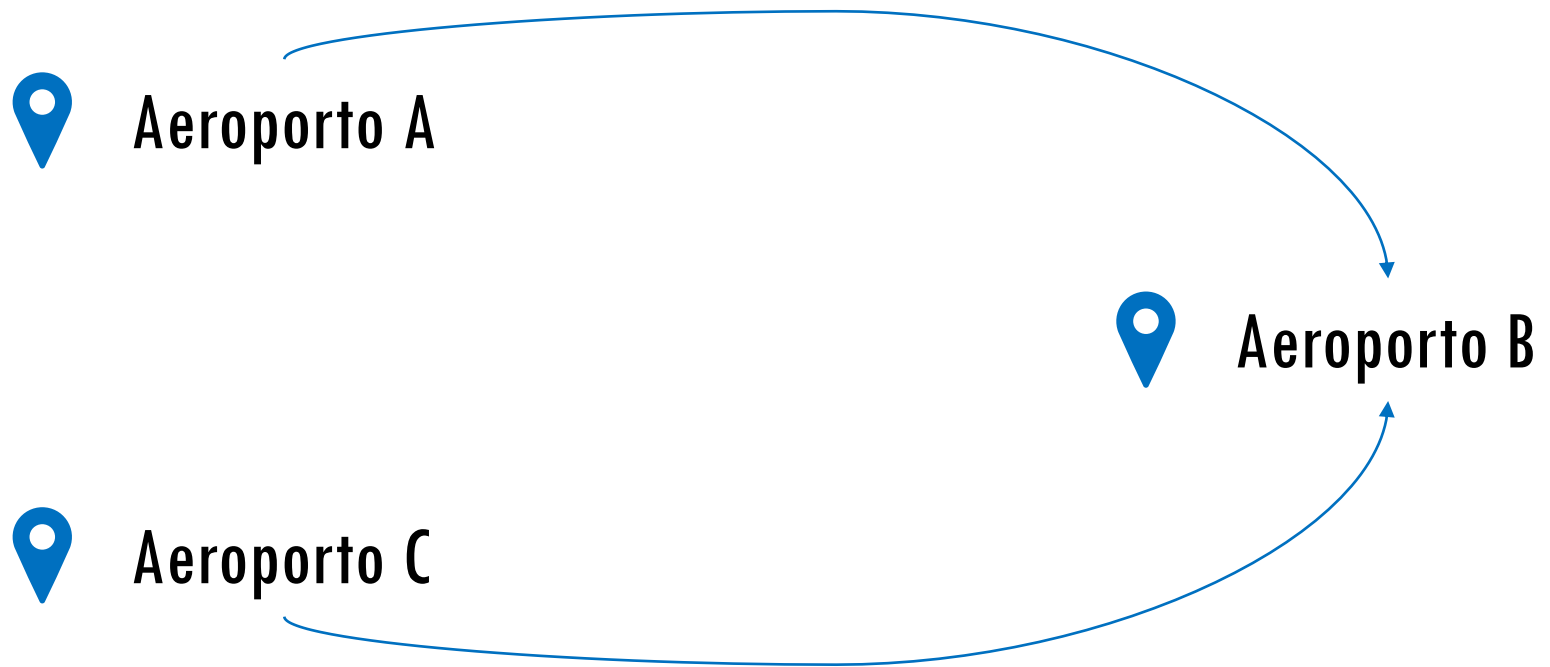
**Aeroporto A**



**Aeroporto B**

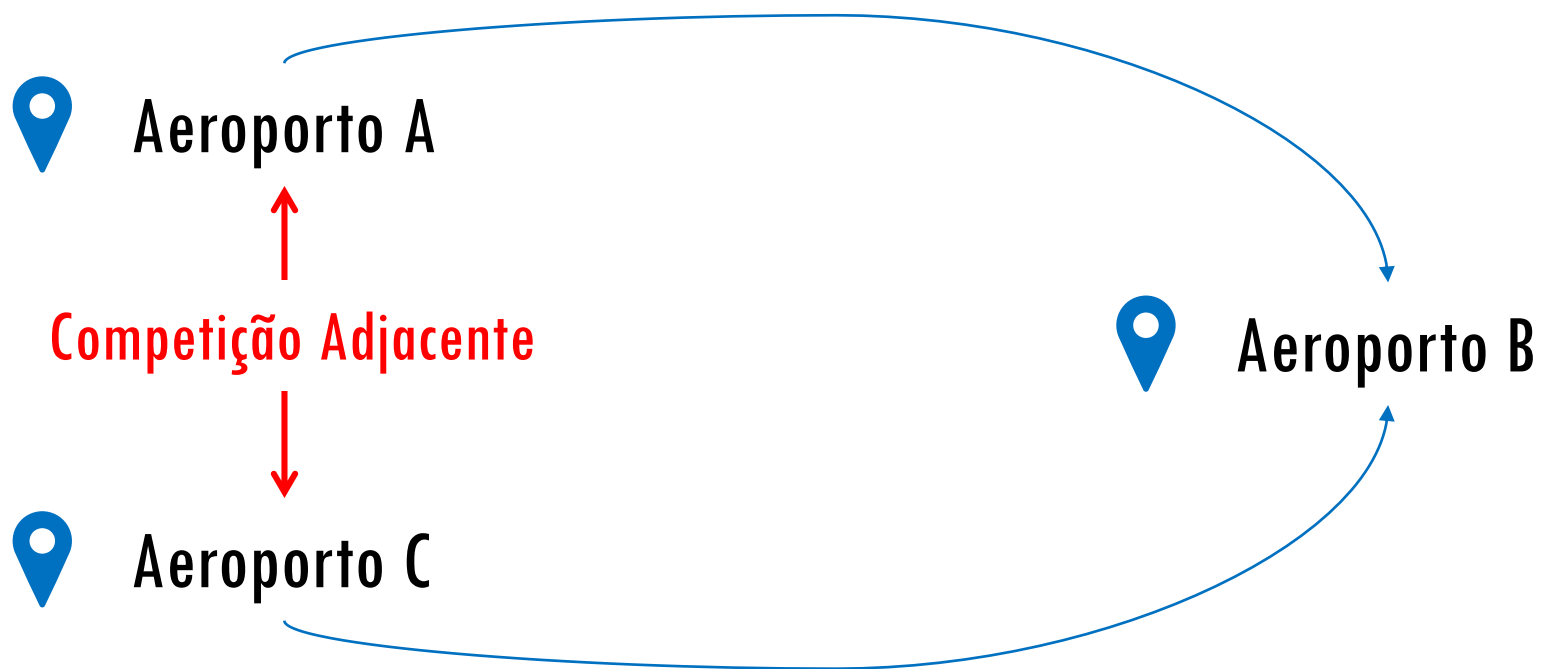


# COMPETIÇÃO ADJACENTE COM LCC





# COMPETIÇÃO ADJACENTE COM LCC



# COMPETIÇÃO ADJACENTE COM LCC

→ Tradicionalmente, as LCCs operam em aeroportos secundários devido às menores taxas e eventuais barreiras comerciais impostas pelas demais companhias

Barbot, 2006; Graham, 2013; Kazda e Caves, 2015

# COMPETIÇÃO COM LCC — LITERATURA PRÉVIA

1993

1996

1999

2001

2009

2013

# COMPETIÇÃO COM LCC — LITERATURA PRÉVIA

Bennet e Craun



- Identificaram o “Efeito Southwest”

1993

1996

1999

2001

2009

2013

# COMPETIÇÃO COM LCC — LITERATURA PRÉVIA

Bennet e Craun



1993

1996

1999

2001

2009

2013

- Modelagem econométrica
- A entrada de uma FSC não gerava os mesmos efeitos
- O “Efeito Southwest” mantinha-se ao longo do tempo



Windle e Dresner

# COMPETIÇÃO COM LCC — LITERATURA PRÉVIA

Bennet e Craun



Dresner et al.



- Confirmação do “Efeito Southwest” olhando somente os preços das concorrentes

1993

1996

1999

2001

2009

2013



Windle e Dresner

# COMPETIÇÃO COM LCC — LITERATURA PRÉVIA

Bennet e Craun



Dresner et al.



1993

1996

1999

2001

2009

2013

- Competição real,  
adjacente e em potencial



Windle e Dresner



Morrison

# COMPETIÇÃO COM LCC — LITERATURA PRÉVIA

Bennet e Craun



Dresner et al.



Mantin e Koo



- Maior dispersão dos preços após a entrada da LCC

1993

1996

1999

2001

2009

2013



Windle e Dresner



Morrison



# COMPETIÇÃO COM LCC — LITERATURA PRÉVIA

Bennet e Craun



Dresner et al.



Mantin e Koo



1993

1996

1999

2001

2009

2013



Windle e Dresner



Morrison



Obermeyer et al.

# COMPETIÇÃO COM LCC — LITERATURA PRÉVIA

Bennet e Craun



Dresner et al.



Mantin e Koo



1993

1996

1999

2001

2009

2013



Windle e Dresner



Morrison



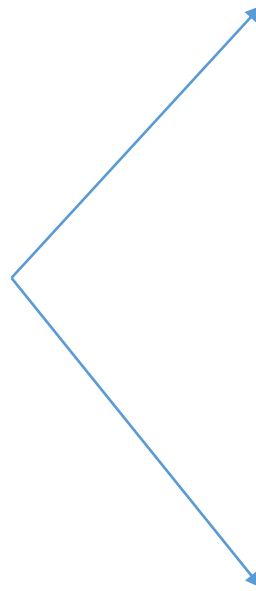
Obermeyer et al.

# TEMAS DA PESQUISA

Competição  
Adjacente com a LCC

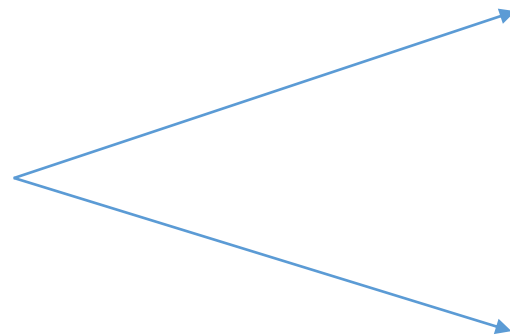
**Discriminação  
Intertemporal de  
Preços**

Gerenciamento  
dos Canais de  
Distribuição



# VARIAÇÃO TEMPORAL DOS PREÇOS

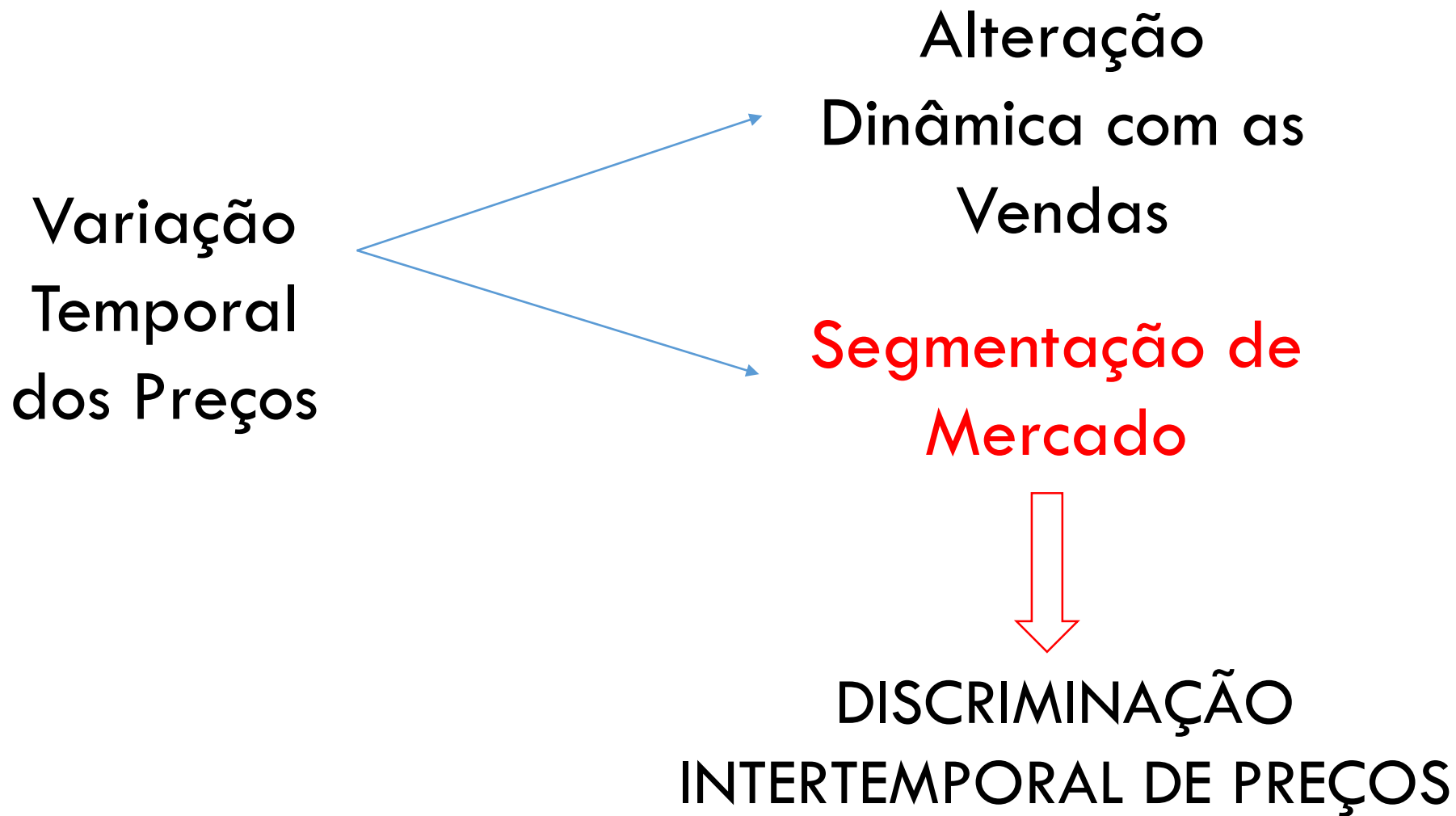
Variação  
Temporal  
dos Preços



Alteração  
Dinâmica com as  
Vendas

Segmentação de  
Mercado

# VARIAÇÃO TEMPORAL DOS PREÇOS

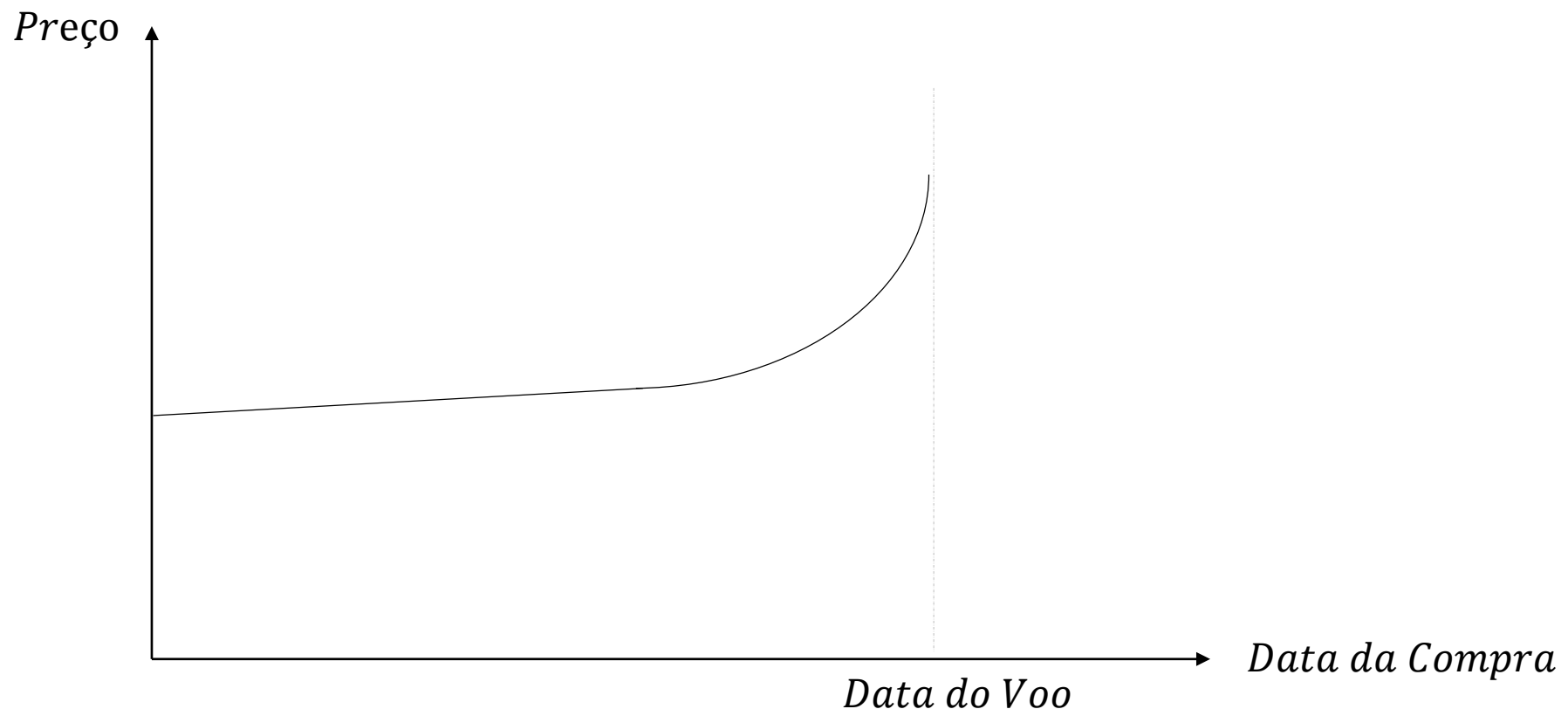


# DISCRIMINAÇÃO INTERTEMPORAL DE PREÇOS

→ Forma de segmentação de mercado que utiliza a **antecedência de compra** como indicativo da elasticidade a preço do passageiro.

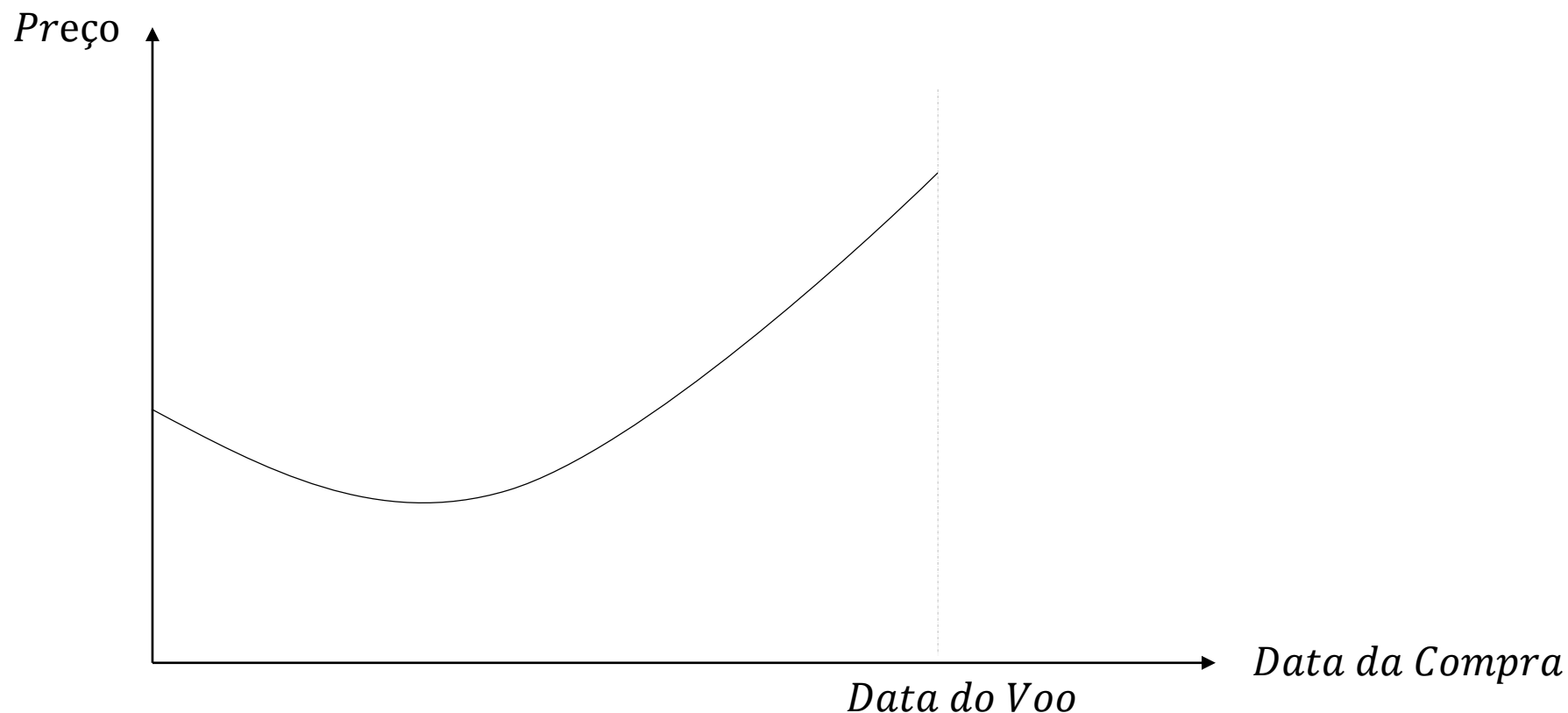
# DISCRIMINAÇÃO INTERTEMPORAL DE PREÇOS

→ PADRÃO MONOTÔNICO



# DISCRIMINAÇÃO INTERTEMPORAL DE PREÇOS

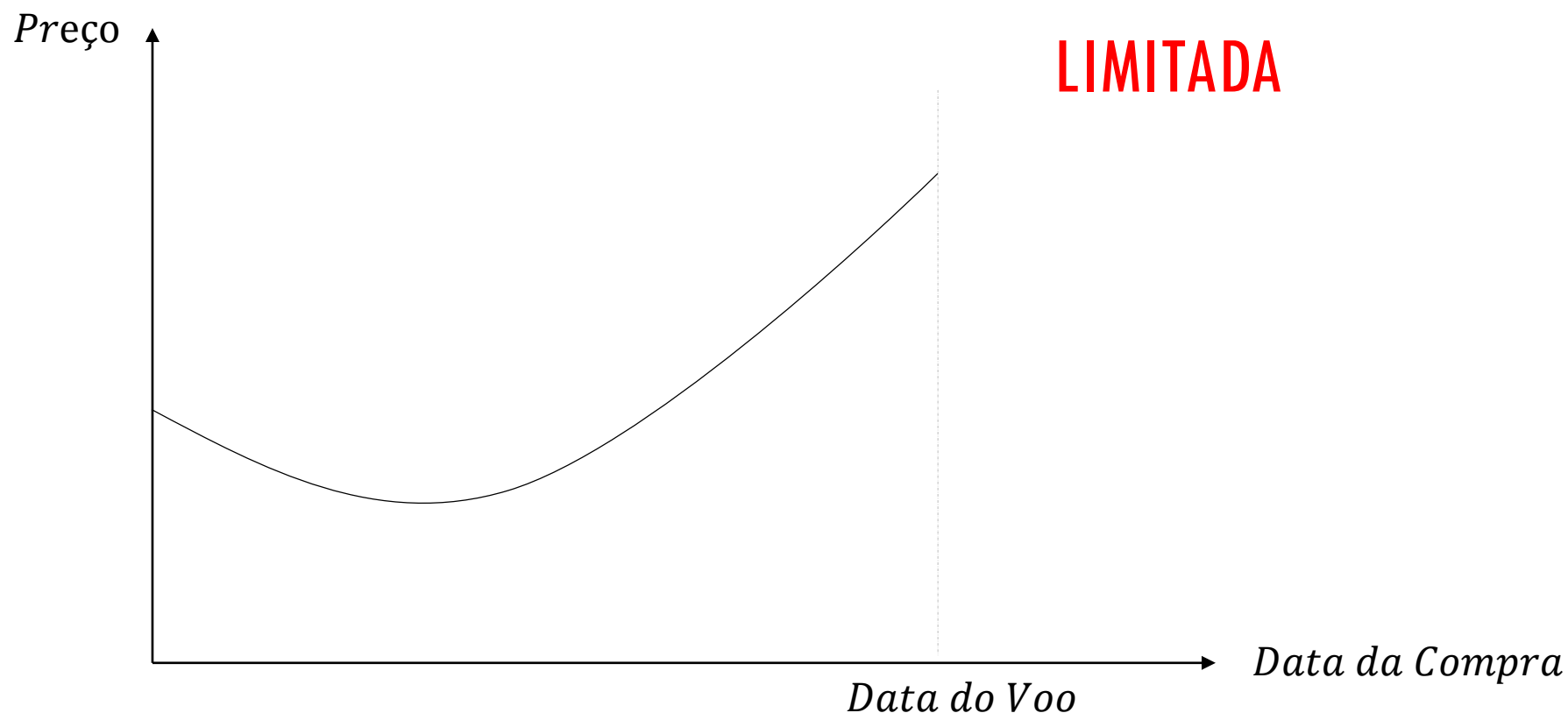
→ CURVA “J”





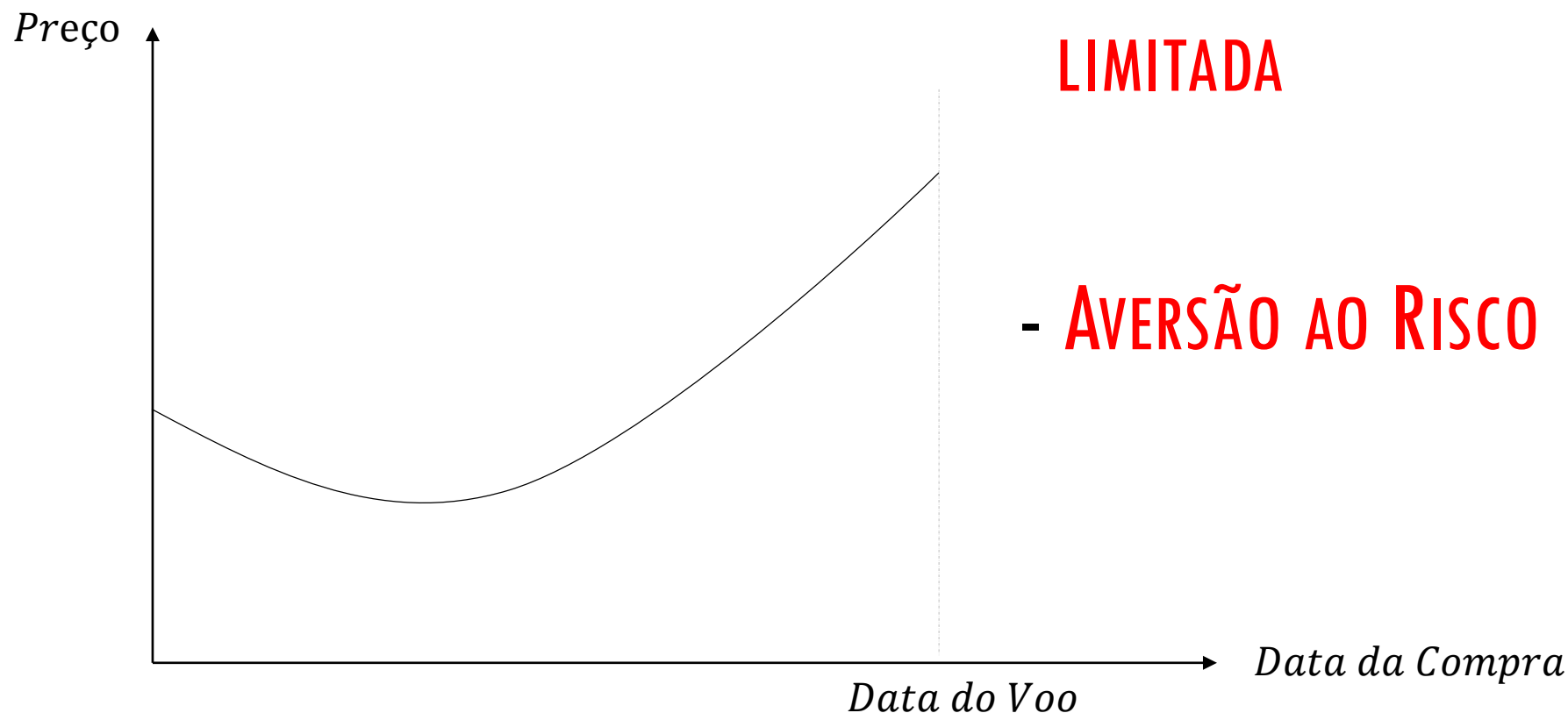
# DISCRIMINAÇÃO INTERTEMPORAL DE PREÇOS

→ CURVA “J”



# DISCRIMINAÇÃO INTERTEMPORAL DE PREÇOS

→ CURVA “J”



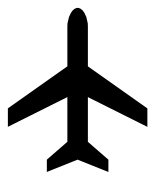
# TEMAS DA PESQUISA

Competição  
Adjacente com a LCC

Discriminação  
Intertemporal de  
Preços

**Gerenciamento  
dos Canais de  
Distribuição**

# GERENCIAMENTO DOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO



Cia Aérea



Passageiros

# GERENCIAMENTO DOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO



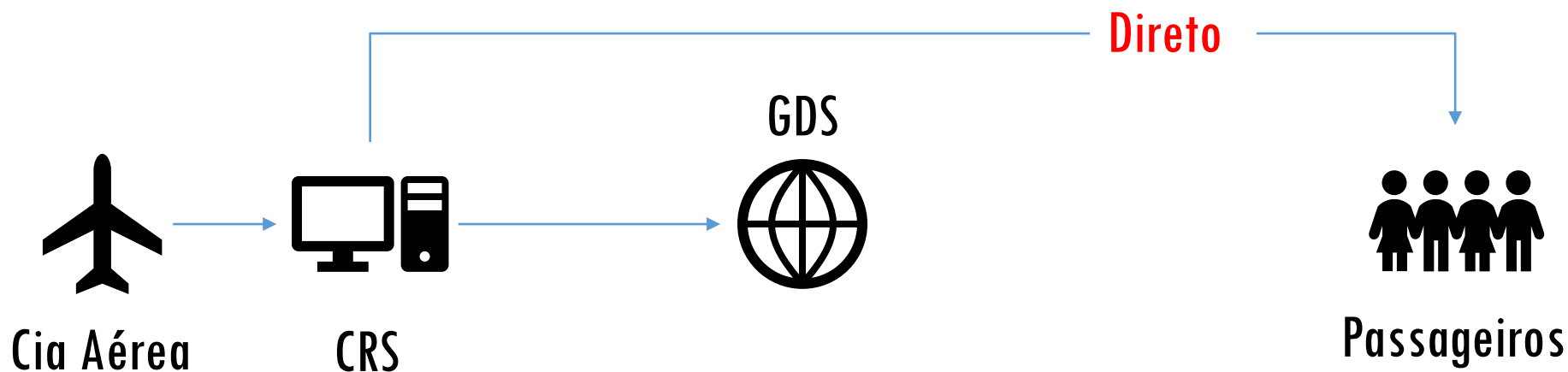
# GERENCIAMENTO DOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO



# GERENCIAMENTO DOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

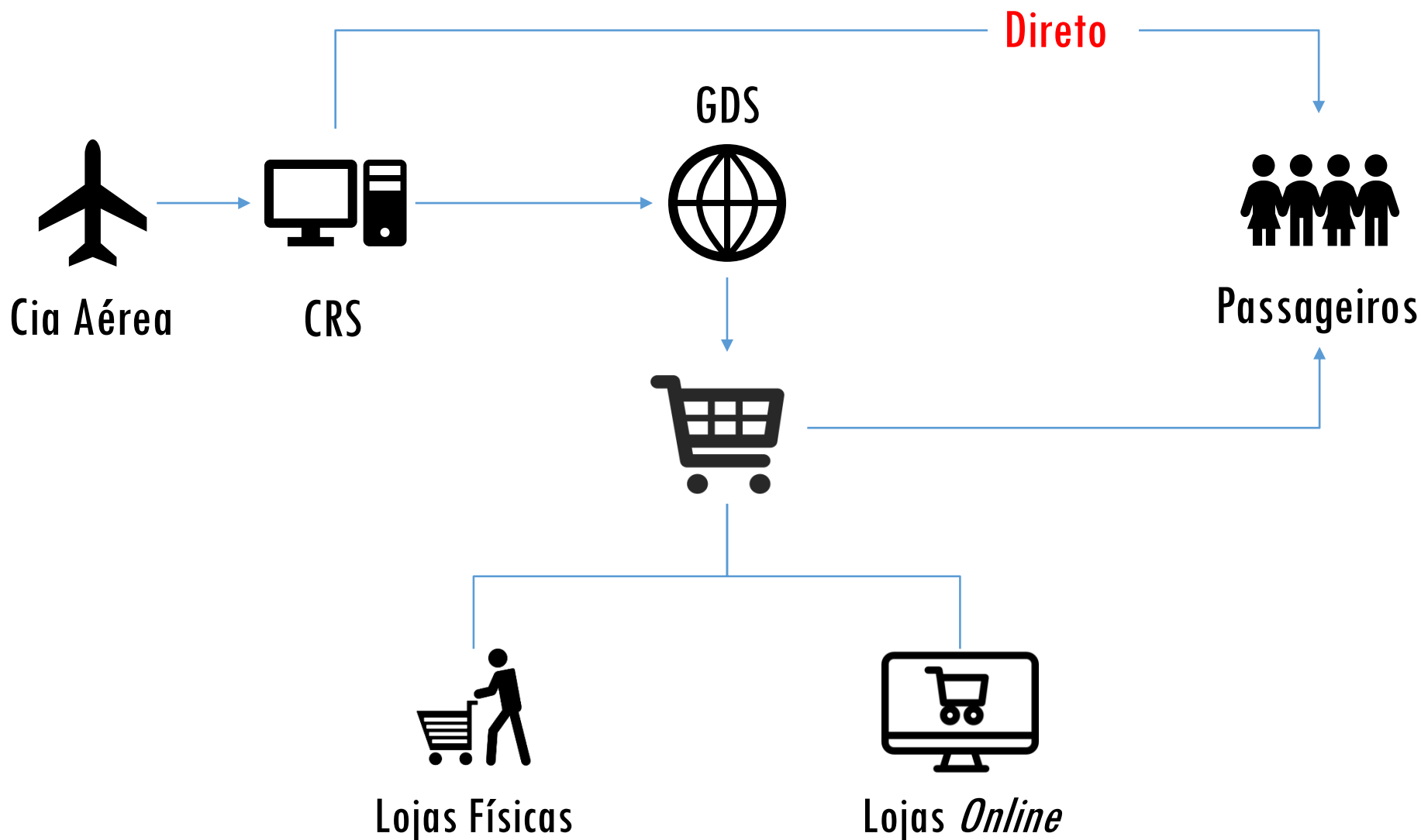


# GERENCIAMENTO DOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

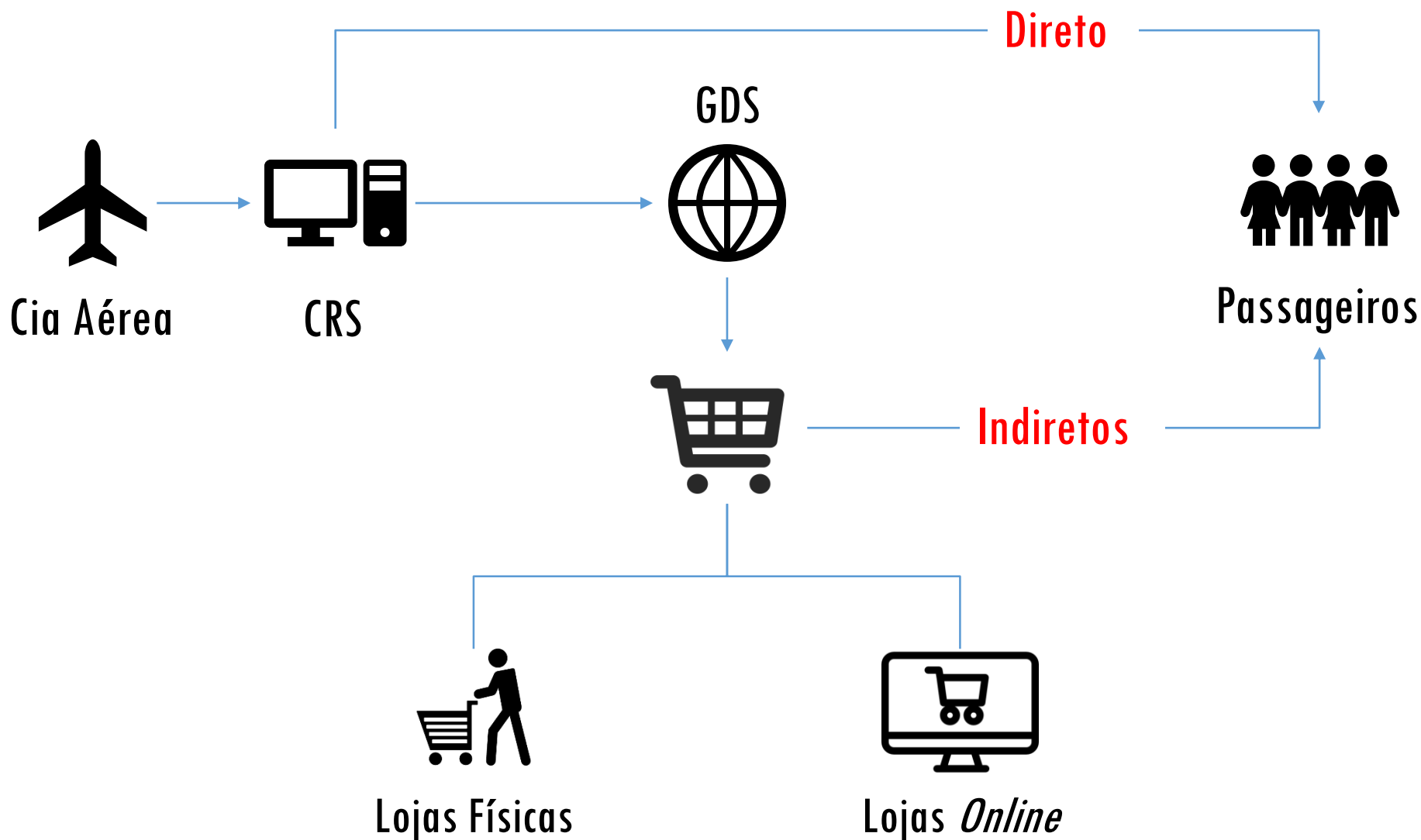




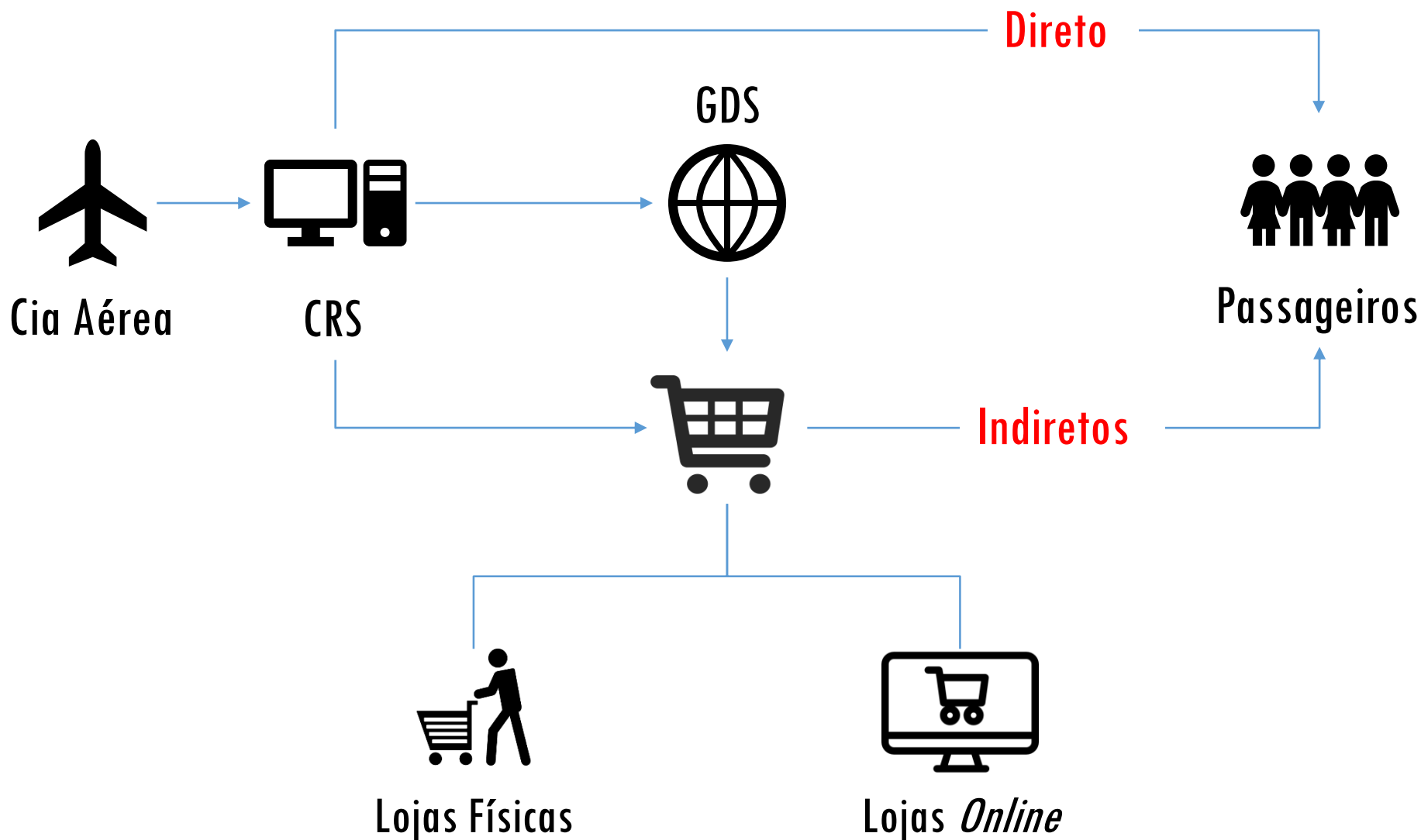
# GERENCIAMENTO DOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO



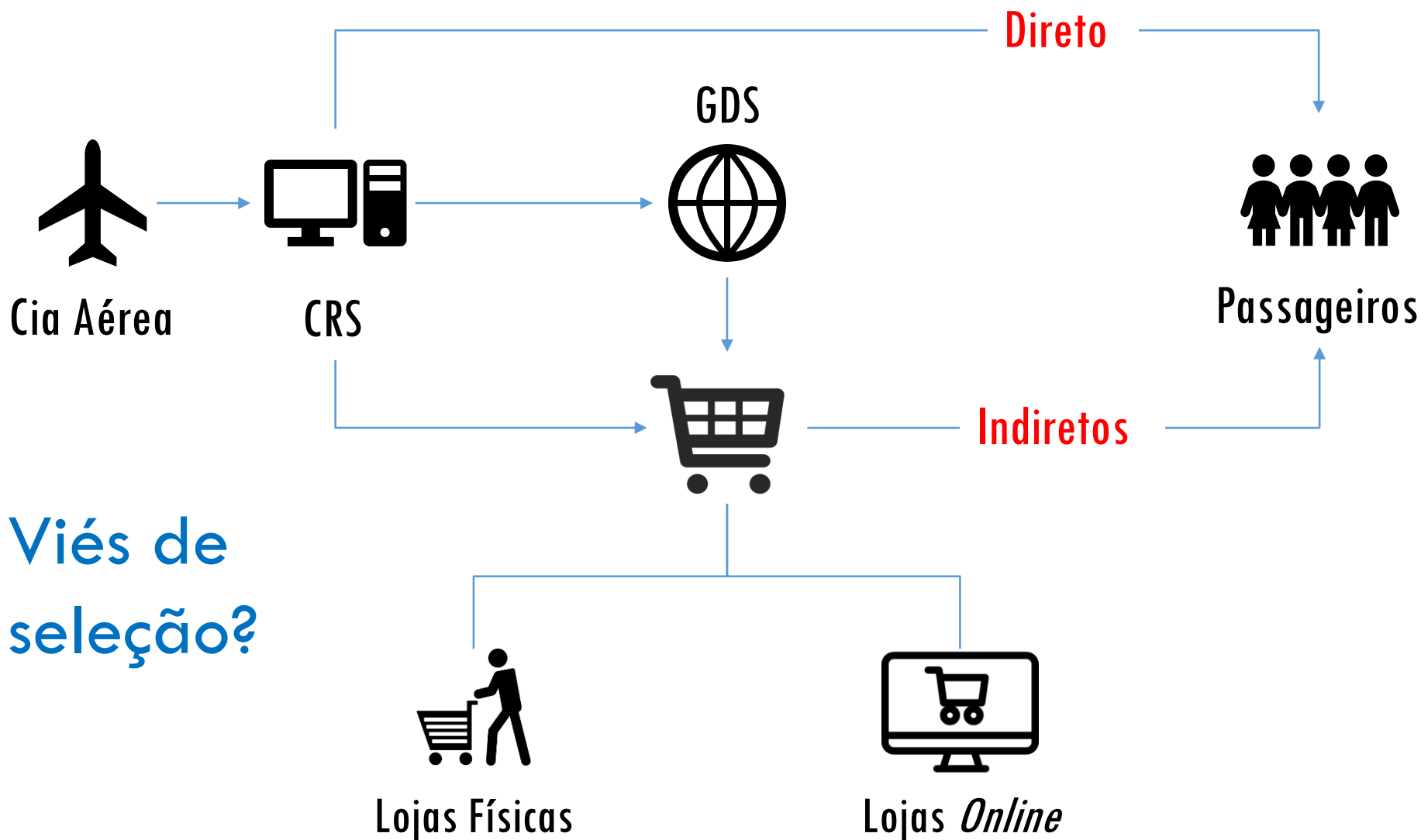
# GERENCIAMENTO DOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO



# GERENCIAMENTO DOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO



# GERENCIAMENTO DOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO



# ROTEIRO

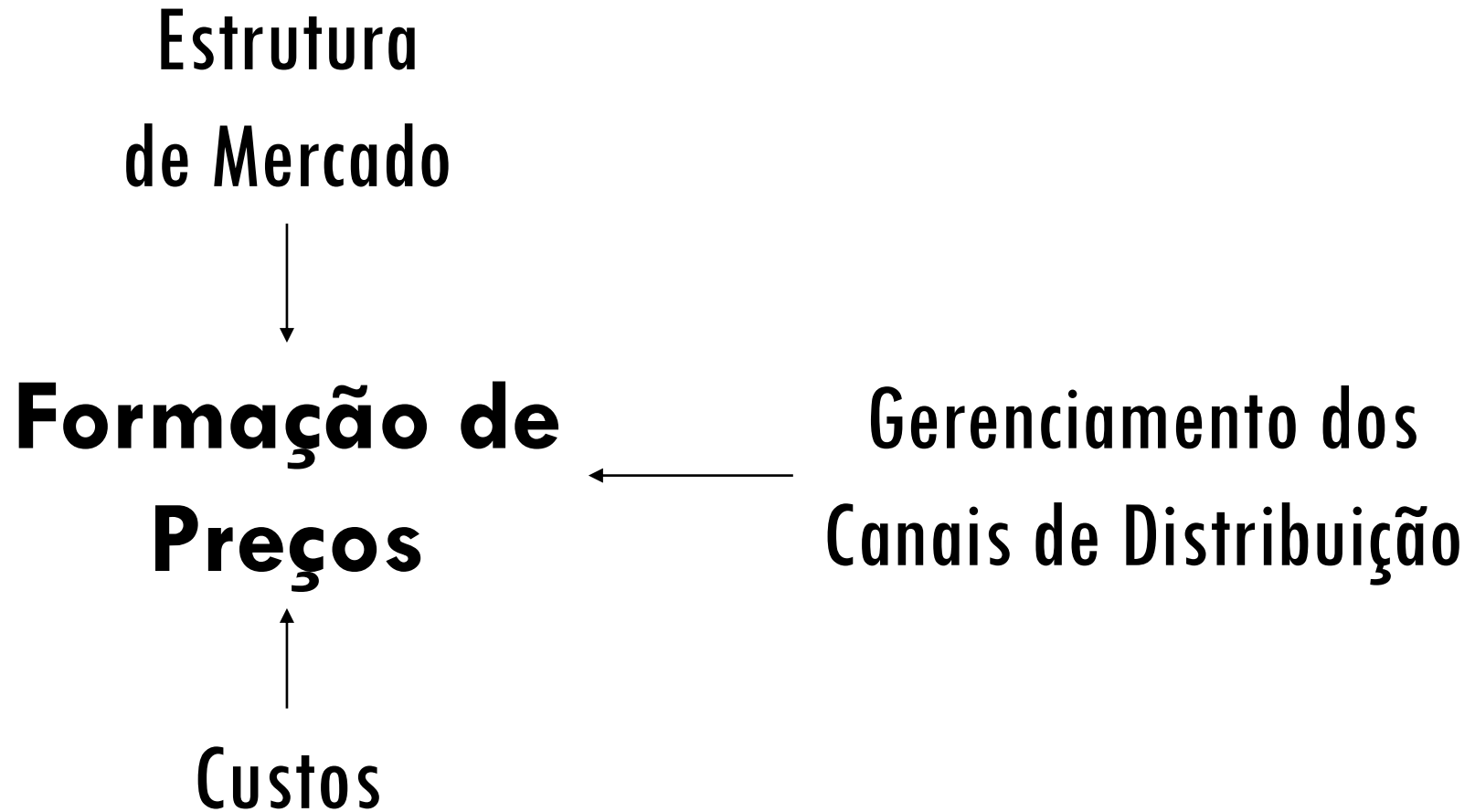
1. Introdução

**2. Desenvolvimento Empírico**

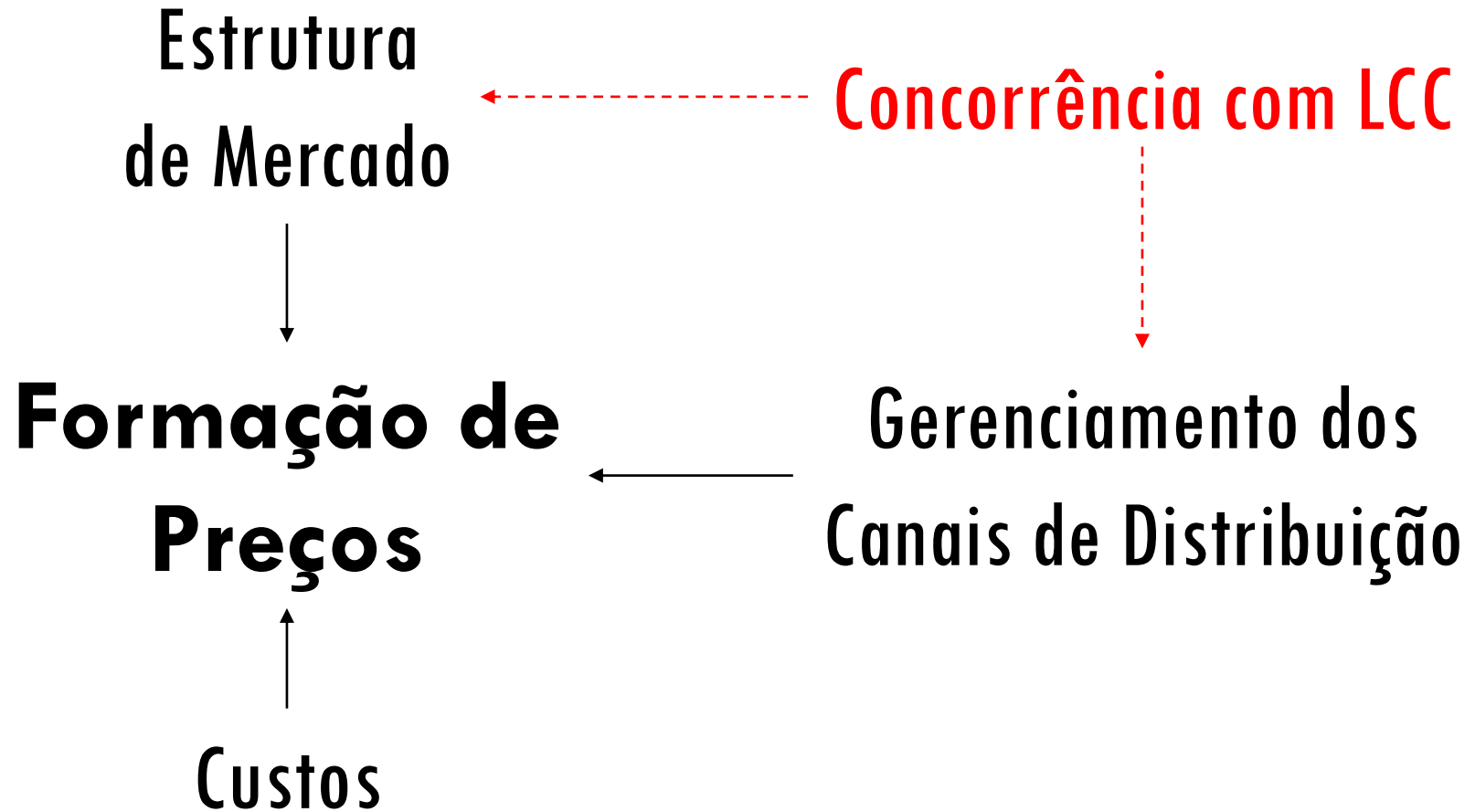
3. Resultados

4. Considerações Finais

# MODELO CONCEITUAL



# MODELO CONCEITUAL



# ESTUDO DE CASO

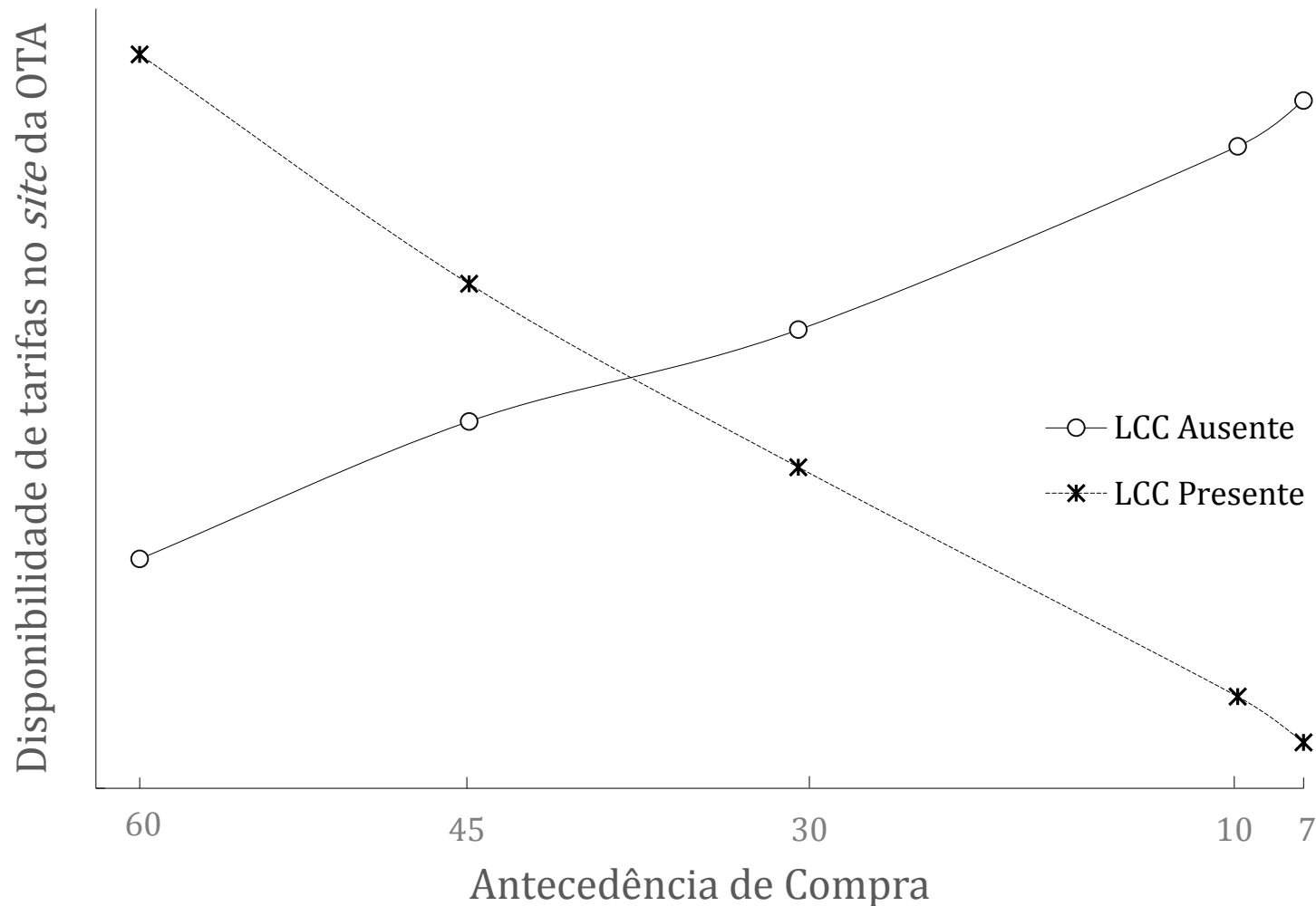
- LCC novata: Azul, em VCP
- FSCs: Gol e TAM, em GRU e CGH
- Dados primários coletados no *site* de uma OTA utilizando um “*spider*”
- Período: 2008 a 2010
- Aproximadamente 4 mm de coletas, 100 mil usadas na pesquisa



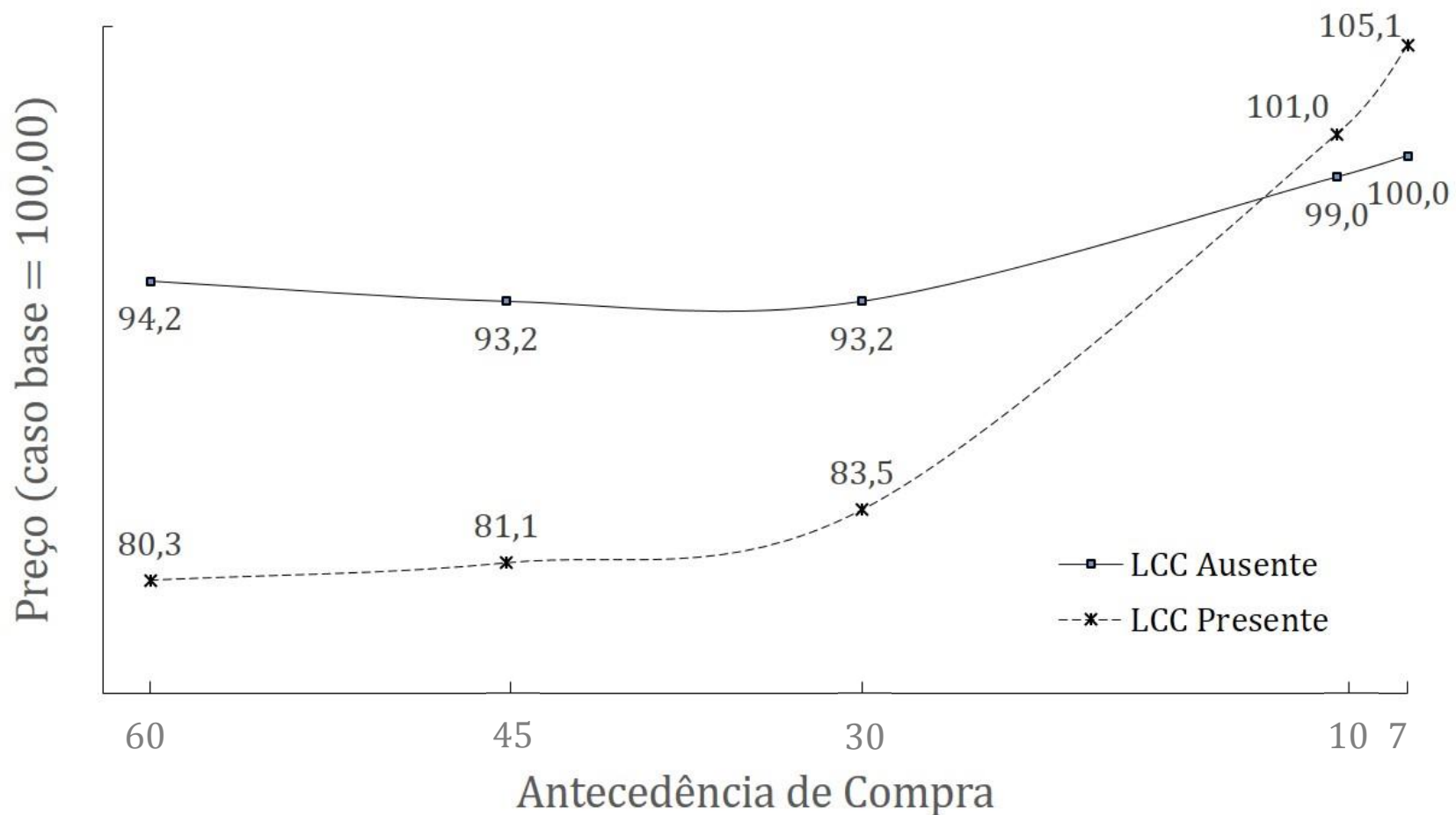
# ROTEIRO

1. Introdução
2. Desenvolvimento Empírico
- 3. Resultados**
4. Considerações Finais

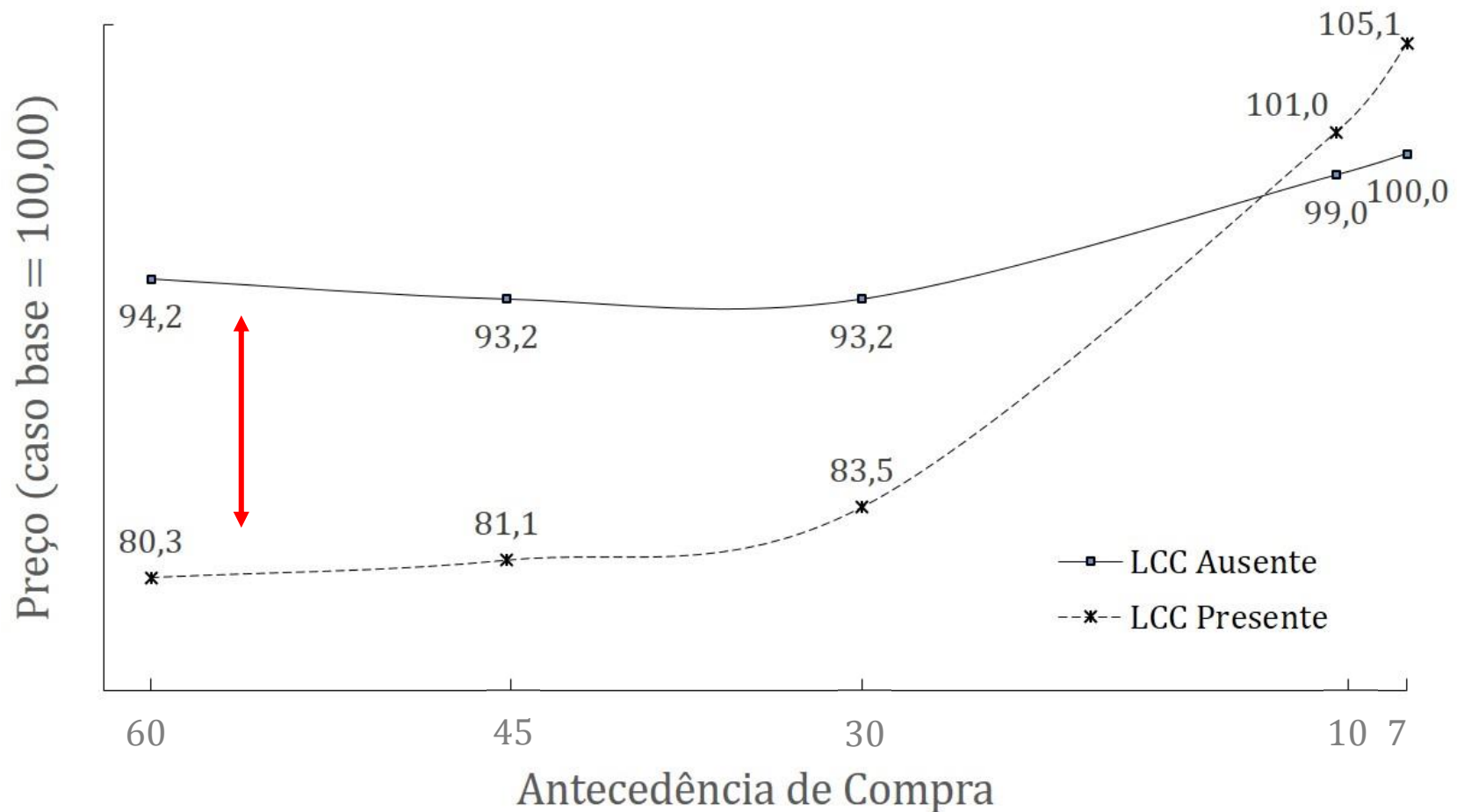
# GERENCIAMENTO DOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO



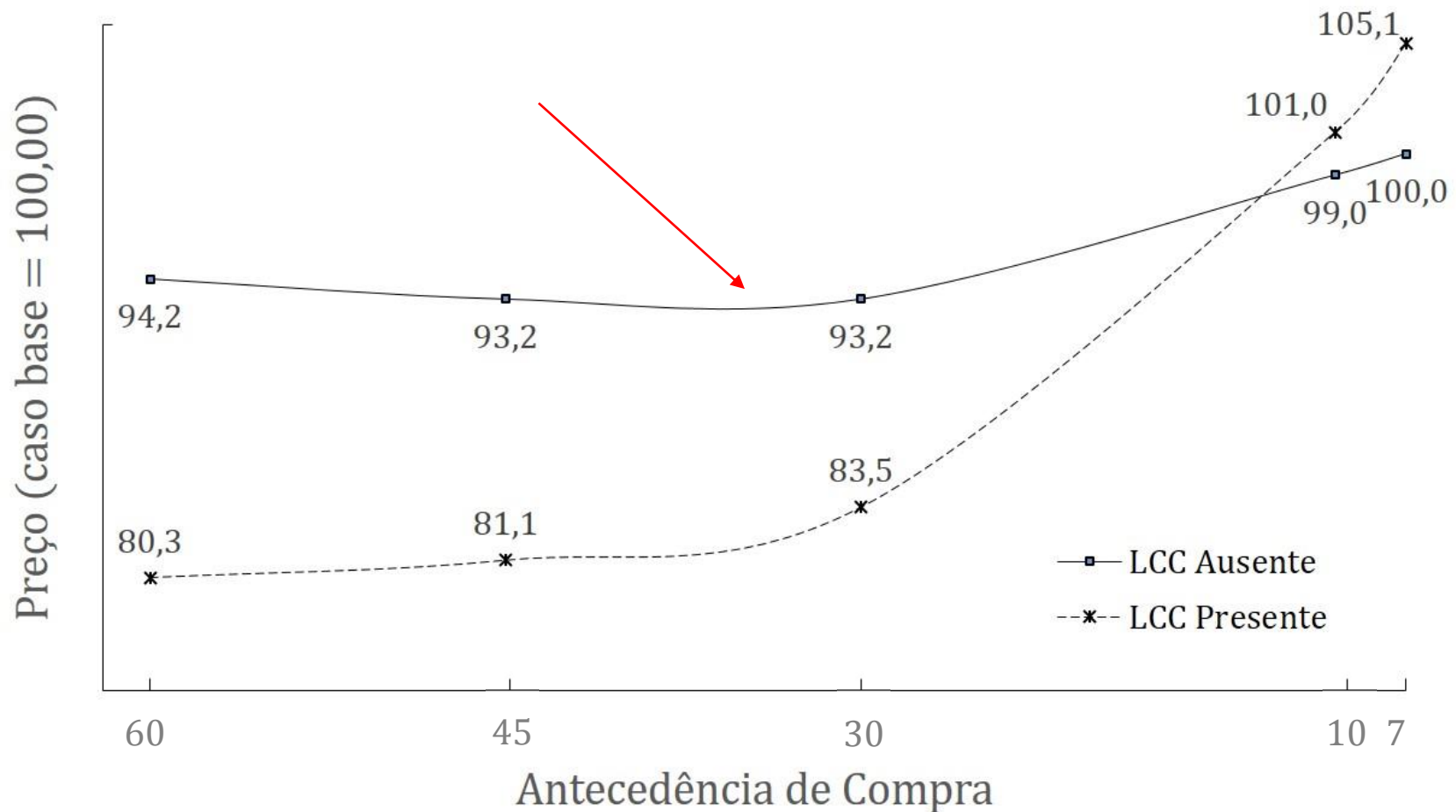
# DISCRIMINAÇÃO INTERTEMPORAL DE PREÇOS



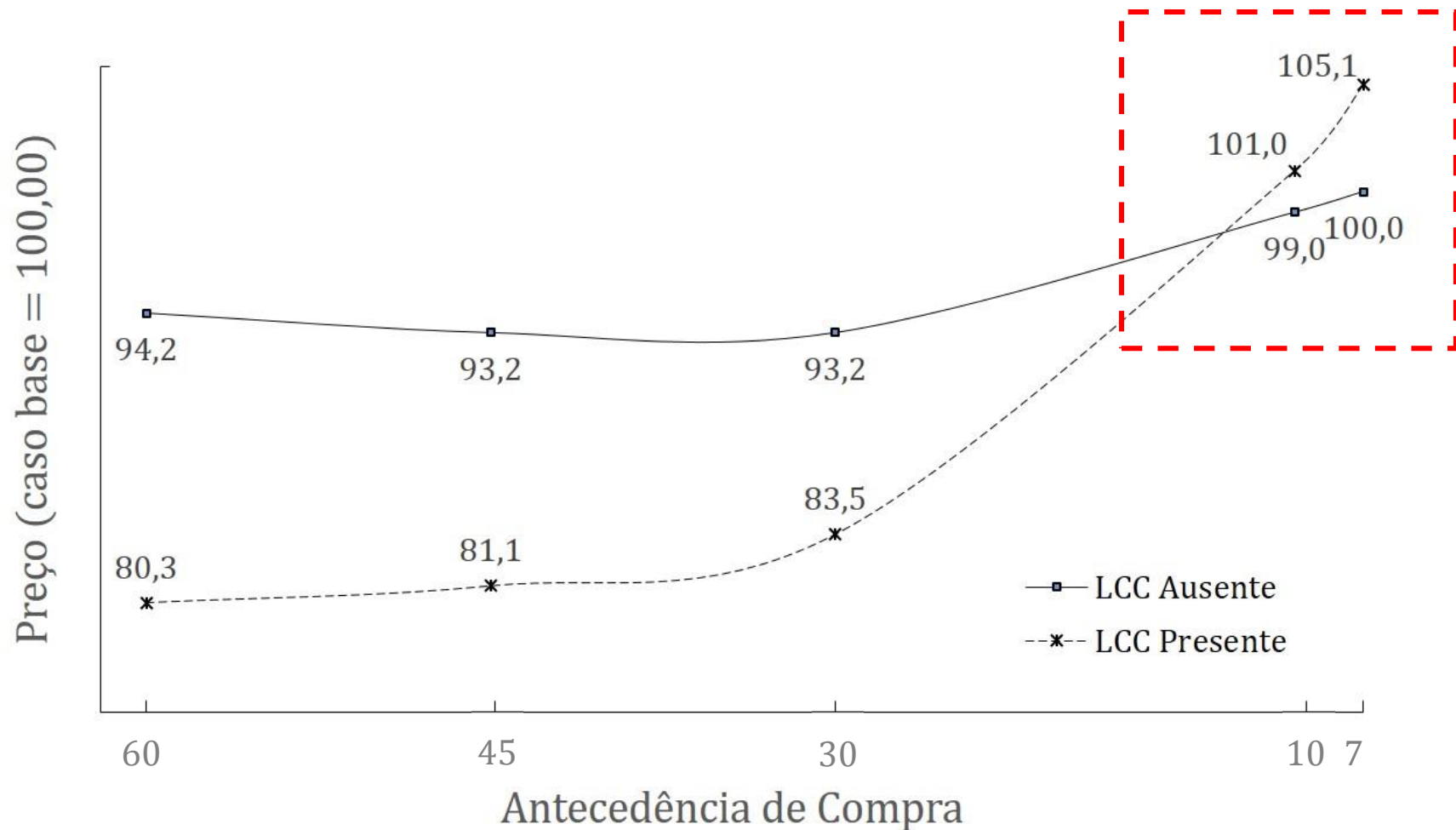
# DISCRIMINAÇÃO INTERTEMPORAL DE PREÇOS



# DISCRIMINAÇÃO INTERTEMPORAL DE PREÇOS



# DISCRIMINAÇÃO INTERTEMPORAL DE PREÇOS



# ROTEIRO

1. Introdução
2. Desenvolvimento Empírico
3. Resultados
- 4. Considerações Finais**

# SÍNTESE



# SÍNTESE

→ O uso da OTA no início do *booking* foi mais intenso

# SÍNTESE

- O uso da OTA no início do *booking* foi mais intenso
- Grande redução de preços para os *early-bookers*

# SÍNTESE

- O uso da OTA no início do *booking* foi mais intenso
- Grande redução de preços para os *early-bookers*
- Simplificação da estrutura tarifária

# SÍNTESE

- O uso da OTA no início do *booking* foi mais intenso
- Grande redução de preços para os *early-bookers*
- Simplificação da estrutura tarifária
- Aumento de preço para os *late-bookers*

# APLICAÇÕES

# APLICAÇÕES

→ Academia

# APLICAÇÕES

→ Academia

→ Consumidor

# APLICAÇÕES

→ Academia

→ Consumidor

→ Mercado



# APLICAÇÕES

- Academia
- Consumidor
- Mercado
- Órgãos regulatórios

# DIRECIONAMENTOS FUTUROS

# DIRECIONAMENTOS FUTUROS

→ Pesquisa atualizada com maiores pontos de coleta

# DIRECIONAMENTOS FUTUROS

- Pesquisa atualizada com maiores pontos de coleta
- Identificar separadamente as estratégias de cada empresa

# DIRECIONAMENTOS FUTUROS

- Pesquisa atualizada com maiores pontos de coleta
- Identificar separadamente as estratégias de cada empresa
- Comparar com a entrada de outras empresas

# DIRECIONAMENTOS FUTUROS

- Pesquisa atualizada com maiores pontos de coleta
- Identificar separadamente as estratégias de cada empresa
- Comparar com a entrada de outras empresas
- Investigar outras respostas competitivas

# OBRIGADO!

---

Rafael R. Varella

 [rafael.r.varella@gmail.com](mailto:rafael.r.varella@gmail.com)

 [/rrvarella](https://www.linkedin.com/company/rrvarella)