

Na contramão do setor, Avianca pretende ampliar oferta no Brasil em 30% em 2013

Enquanto aguarda decisão da venda da TAP, empresa renova frota

Ela deu os primeiros passos na aviação há 14 anos, como uma pequena empresa de táxi aéreo. Tinha, na época, apenas dois aviões turbohélices que seus controladores — os irmãos Eframovich — receberam como parte de pagamento de uma dívida. De lá para cá, entrou na aviação regular, mudou de nome — de Ocean Air para Avianca — e está prestes a ter um braço na Europa, com a aquisição da portuguesa TAP. Não bastasse a ofensiva no exterior, pretende crescer no Brasil também. Na contramão do setor, planeja ampliar em 30% a oferta de assentos no mercado doméstico em 2013.

É assim que a Avianca Brasil pretende chegar ao equilíbrio financeiro, após cinco anos de reestruturação. Segundo seu presidente, José Eframovich, a maior oferta de assentos será possível com a renovação da frota. Todos os 14 aviões modelo Foker MK 28, que têm cem lugares, serão vendidos em até um ano e meio. E novas aeronaves da fabricante Airbus, com capacidade para 120 passageiros, serão adquiridas. O tamanho da frota, porém, será mantido em 34 unidades. Em 2013, a empresa também deverá voar para mais duas cidades, que se somarão aos 22 destinos atuais.

— Vemos espaço para crescer, pois oferecemos um pro-



ELJÁRIA ANDRADE

Eframovich. “Espaço para crescer”

duto diferenciado. Finalmente, devemos chegar ao equilíbrio este ano. Estamos num momento diferente das demais empresas do setor — disse Eframovich.

Com a união da TAM com a chilena LAN, a fusão da Azul com a Trip e a compra da Webjet pela Gol, a Avianca se tornou uma nanica, com cerca de 6% do mercado. Mas é a empresa que mais cresce. Em outubro, registrou avanço de quase 60% em relação a igual mês de 2011, segundo os últimos dados da Agência Nacional de Aviação Civil (Anac).

O segredo por trás da estratégia de negócios, revela Eframovich, é um misto de taxa de ocupação elevada e um *upgrade* no produto. Os aviões da Avianca decolam com mais de 80% dos assentos ocupados. A

média da indústria é de pouco mais de 70%.

O diferencial da Avianca também está no conforto. A empresa é a única no Brasil que exibe selo A em todas as aeronaves. O selo é emitido pela Agência Nacional de Aviação Civil (Anac) e varia, de A a E, de acordo com a distância entre as poltronas. Como o espaço entre os assentos é igual em qualquer fileira, a Avianca não cobra nada a mais pelos lugares próximos à porta de emergência, por exemplo. Ao contrário das concorrentes, que veem na cobrança adicional pelo conforto uma fonte alternativa de receita, num ano em que acumulam prejuízos bilionários. A aérea tampouco cobra ou pretende cobrar por itens extras oferecidos no serviço de bordo, como faz a Gol.

PRESEÇA NA EUROPA

A expansão no mercado brasileiro faz parte da estratégia de crescimento na aviação do grupo Synergy, controlador da Avianca Brasil e da Avianca Internacional. Esta última compreende a colombiana Avianca — da qual o grupo tem 60% — e outras sete subsidiárias do setor que atuam com força nas Américas. Se comprar a TAP, reforça a presença também na Europa. Hoje, há voos só para a Espanha. Uma proposta, de cerca de € 1 bilhão segundo a imprensa portuguesa, foi feita sexta-feira passada. O governo português vai se manifestar sobre a oferta ainda este mês. *(Danielle Nogueira) ●*