

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE
CAMPUS DE IRATI

SETOR DE SOCIAIS E APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO

AMANDA GUARNIERI DE OLIVEIRA

**CRUZEIROS MARÍTIMOS NO BRASIL: a atuação da empresa MSC
Cruzeiros.**

Trabalho de conclusão apresentado ao curso de Turismo da Universidade Estadual do Centro-Oeste – Unicentro, *Campus* de Irati- PR, como obtenção de grau de Bacharel em Turismo.

Orientador: Prof^a Me. Paula Grechinski.

IRATI

2016

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE
CAMPUS DE IRATI
SETOR DE SOCIAIS E APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO

AMANDA GUARNIERI DE OLIVEIRA

**CRUZEIROS MARÍTIMOS NO BRASIL: a atuação da empresa MSC
Cruzeiros.**

IRATI
2016

Dedico este trabalho aos meus pais, Claudinei Carvalho de Oliveira e Maria Elizete Guarnieri, por me deixarem fazer minhas próprias escolhas como: o curso de turismo, e por todo o apoio deles.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer todos meus amigos principalmente a Viviane C. a Lucieli F. e o Luiz H., familiares, e pessoas que conviveram comigo durante a elaboração desse trabalho, pois foi difícil aturar o meu mau humor, gostaria de dizer que amo todos vocês.

Agradeço a minha irmã Caroline por ter lido meu trabalho, e ao meu amigo Luiz por ter me ajudado com o inglês.

Serei sempre grata ao meu nutricionista Marcos Aurélio que me receitou calmantes e remédio para dormir que ajudaram muito.

Agradeço ao Junior Del Mouro da MSC Cruzeiros que me forneceu materiais da empresa.

Agradeço a todos os professores e colegas de sala de aula, que colaboraram de alguma maneira com este trabalho, mesmo que indiretamente.

E também aos professores que fizeram parte da minha banca pois contribuíram para o crescimento do trabalho, e a minha professora orientadora.

RESUMO

Este trabalho aborda aspectos de um setor em expansão: o de cruzeiros marítimos de forma geral, porém com foco no mercado Brasileiro e na empresa MSC Cruzeiros. Objetivou-se pesquisar e analisar a atuação da empresa MSC Cruzeiros no mercado brasileiro. Os objetivos específicos são: levantar o histórico da empresa MSC Cruzeiros no Brasil; identificar os tipos de navios e as rotas que a empresa ofereceu no território brasileiro durante a temporada de 2013/2014; e comparar a temporada por meio de tabelas 2013/2014 com a 2015/2016. O referencial teórico tem base nos conceitos de turismo, no desenvolvimento das viagens, no transporte hidroviário, nos cruzeiros marítimos e no cruzeiros marítimos no Brasil. A metodologia utilizada foi a de pesquisa descritiva, explicativa, os dados coletados foram interpretados, e atribuí-se significados para dados estatísticos. Tabularam-se os resultados, e com os dados analisados, espera-se contribuir para o setor. Os resultados demonstram redução em alguns números do setor de cruzeiros, mesmo o número de navios da empresa sendo o mesmo em ambas temporadas, nos leitos, e nos cruzeiros oferecidos.

Palavras- chave: cruzeiros marítimos; cruzeiros marítimos no Brasil; MSC Cruzeiros.

ABSTRACT

This paper discusses aspects of a expansion sector: the cruises, focus on the Brazilian market and the company MSC Cruises. The objective was to research and analyze the performance of MSC Cruises company in the Brazilian market. The specific objectives are: to raise the history of the company MSC Cruises in Brazil; identify the types of ships and the routes that the company offered in Brazil during the 2013/2014 season; and compare the season through tables 2013/2014 with 2015/2016. The search was based on the concepts of tourism, the development of the trips, in water transport, maritime cruises and cruises in Brazil. The methodology used was descriptive, explanatory research, the data were interpreted, and assign meanings to statistical data. They are tabulated the results, and the data analyzed, it is expected to contribute to the sector. The results demonstrate some reduction in numbers of cruise industry, even the number of the company's ships is the same in both seasons, the beds, and cruises offered

Key words: maritime cruises; cruises in Brazil; MSC Cruises

LISTA DE QUADROS

Quadro 01. Apresentação dos modais e seus elementos.....	16
Quadro 02. Vantagens e desvantagens do transporte hidroviário.....	19
Quadro 03. Número de navios que atuaram no Brasil, e de cruzeiristas de 2004 á 2010.....	27

LISTA DE TABELAS

Tabela 01. Representação de dados da temporada da MSC Cruzeiros de 2013/2014.....	39
Tabela 02. Características dos navios utilizados na temporada de 2013/2014.....	39
Tabela 03. Rotas dos navios utilizados na temporada de 2013/2014.....	40
Tabela 04. Representação de dados da temporada da MSC Cruzeiros de 2015/2016.....	42
Tabela 05. Características dos navios utilizados na temporada de 2015/2016.....	42
Tabela 06. Rotas dos navios utilizados na temporada de 2015/2016.....	43
Tabela 07. Tabela comparativa entre as temporadas da MSC Cruzeiros no Brasil.	46
Tabela 08. Tabela comparativa entre as rotas das temporadas 2013/2014 e 2015/2016 da MSC Cruzeiros no Brasil.....	46

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	8
2 METODOLOGIA.....	10
3 O CONCEITO TURISMO.....	12
3.1 O DESENVOLVIMENTO DAS VIAGENS NO MUNDO.....	13
3.2 TRANSPORTES HIDROVIÁRIOS.....	17
3.3 CRUZEIROS MARÍTIMOS.....	20
3.4 CRUZEIROS MARÍTIMOS NO BRASIL.....	26
4 OBJETO DE ESTUDO: MSC	
CRUZEIROS.....	32
5 RESULTADOS	35
5.1 HISTÓRICO DA EMPRESA MSC CRUZEIROS NO BRASIL.....	35
5.1.1 Dados gerais.....	35
5.2 NAVIOS E ROTAS DA MSC CRUZEIROS DURANTE A TEMPORADA 2013/2014.....	39
5.3 NAVIOS E ROTAS DA MSC CRUZEIROS DURANTE A TEMPORADA 2015/2016.....	42
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	49
REFERÊNCIAS.....	51

INTRODUÇÃO

O Brasil é um país que apresenta grande potencial para o crescimento do mercado de cruzeiros marítimos. Leal, Soares, e Pacheco (2013) explicam que este é um país que oferece um conjunto de condições naturais favoráveis para o desenvolvimento do turismo náutico, em razão do vasto litoral que disponibiliza de mais de sete mil quilômetros de extensão, além do clima tropical e da diversidade de recursos naturais.

Nota-se a importância dos cruzeiros no Brasil, pois o país foi considerado pela CLIA, Cruise Lines International Association, como o quinto país que mais transportou turistas em cruzeiros marítimos no mundo. Foram conduzidos 793 mil passageiros pela costa brasileira na temporada 2010/2011 (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2012).

Não somente os cruzeiristas tem impacto na economia; destacam-se ainda os gastos derivados dos tripulantes e dos armadores¹, que incluem tarifas portuárias, impostos, compras de suprimentos, combustível, água, entre outros (FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS, 2011). A partir desta afirmação pode-se concluir que este tipo de transporte tem impacto econômico na economia mundial.

A pesquisa a seguir é importante, pois irá oferecer um resultado que permite analisar a contribuição dos cruzeiros da empresa MSC (Mediterranean Shipping Company) Cruzeiros no Brasil. Fornecerá também material para pesquisas na Unicentro, e demais universidades, em diferentes áreas. Em um levantamento sobre o estado da arte desse tema, observou-se que não há pesquisas em âmbito universitário sobre a empresa MSC Cruzeiros e sua participação na costa brasileira.

A MSC Cruzeiros é uma empresa italiana de cruzeiros que atua em algumas partes do mundo. Com base financeira em Genebra na Suíça e operacional em Napoli, na Itália, é considerada uma das mais modernas do mundo (MSC CRUZEIROS, 2015c). A empresa conta com doze navios, divididos em três classes: Fantasia, Música e Lírica, cada uma com quatro navios (MSC CRUZEIROS, 2015a). Por atuar constantemente no território brasileiro, com distintas excursões, que se pretende utilizar a empresa MSC Cruzeiros para uma pesquisa de importante valia para os diversos setores turísticos ligados a este segmento.

¹ Pessoa jurídica, estabelecida e registrada, com a finalidade de realizar transporte marítimo (CURSOS NO CD, 2015).

Considerando a importância que os cruzeiros marítimos têm para a economia e para o turismo, esta pesquisa pretende contribuir para os setores ligados a esta atividade. Como os destinos turísticos, e economia que o fluxo de turistas movimenta.

Este trabalho tem como problema de pesquisa: qual a participação da empresa MSC Cruzeiros no mercado brasileiro? O objetivo geral é analisar a participação das viagens de cruzeiro na empresa MSC Cruzeiros no Brasil. Já os objetivos específicos são: levantar o histórico da empresa MSC Cruzeiros no Brasil; identificar os tipos de navios e as rotas que a empresa ofereceu no território brasileiro durante a temporada de 2013/2014; e comparar a temporada por meio de tabelas 2013/2014 com a 2015/2016.

2. METODOLOGIA

Com base nos objetivos propostos, esta pesquisa pode ser classificada como descritiva², explicativa³, tem uma abordagem qualitativa⁴, mas que utiliza instrumentos quantitativos. Os dados obtidos foram interpretados, e atribuiu-se significados para dados estatísticos, quando apresentados. O foco principal da abordagem foram os processos e seus significados, havendo uma preocupação com aspectos da realidade mais do que com dados quantificados.

Espera-se que esta pesquisa possa gerar novos conhecimentos sobre o desenvolvimento dos cruzeiros marítimos no Brasil, a partir da análise da empresa MSC Cruzeiros.

Inicialmente, realizou-se pesquisa bibliográfica a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas e publicadas por meios impressos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, e sites; consistindo portanto em dados secundários.

A pesquisa bibliográfica abordou temas como: o conceito de turismo, o desenvolvimento das viagens no mundo, transporte hidroviário, e os cruzeiros marítimos no mundo e no Brasil desde seu surgimento até atualmente.

Não foram utilizados dados de 2014/2015 pois estes não estavam acessíveis.

Para levantar o histórico da empresa MSC Cruzeiros no Brasil, realizou-se pesquisa documental em registros e documentos oficiais da MSC Cruzeiros que expõem as operações da empresa na costa brasileira, e relatórios da Associação Brasileira de Cruzeiros Marítimos e da Fundação Getúlio Vargas que avaliam: a evolução dos impactos econômicos, panorama geral dos armadores presentes no Brasil, impactos econômicos de cruzeiros marítimos no Brasil, número de cruzeiros e fluxo de cruzeiristas na costa brasileira, impactos do segmento de cruzeiros marítimos na economia, movimentação econômica dos cruzeiros marítimos no Brasil, impacto econômico dos cruzeiristas e tripulantes na temporada de 2013/2014.

² Este tipo de estudo pretende descrever os fatos e fenômenos de determinada realidade (TRIVIÑOS, 1987 *apud* CÓRDOVA; SILVEIRA, 2009).

³ Segundo Gil (2007) a pesquisa explicativa identifica os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência dos fenômenos.

⁴ Segundo Gil (2007) a pesquisa qualitativa compreende atividades de investigação que podem ser denominadas específicas.

Para identificar os tipos de navios e as rotas que a empresa ofereceu no território brasileiro durante a temporada 2013/2014, foi realizada análise de conteúdo⁵ no site da empresa, o MSC Cruzeiros, e nos diversos catálogos que o site e agências disponibilizam, que descrevem os navios e as rotas utilizadas nas temporadas de 2013/2014, e 2015/2016.

Para comparar a temporada 2013/2014 com a de 2015/2016 foram utilizados tabelas com informações obtidas nos relatórios e nos catálogos anuais da MSC Cruzeiros.

A partir dos dados obtidos, foi possível traçar conclusões sobre a participação da empresa MSC Cruzeiros para as viagens de cruzeiro na costa brasileira, e responder ao problema desta pesquisa. O problema foi respondido por meio da análise dos dados feitos por meio da tabulação e comparação destes.

⁵ A análise de conteúdo considera as significações, sua forma e a distribuição desses conteúdos e formas. Tem como objetivo principal conteúdo e expressão (MARCONI; LAKATOS, 1983).

3. O CONCEITO DE TURISMO

Sendo o objeto de estudo desta pesquisa os cruzeiros marítimos, considera-se imprescindível conceituar o turismo a partir da definição alguns autores, uma vez que este mercado (cruzeiros) está diretamente relacionado ao setor turístico.

O turismo só foi conceituado a partir do século XIX, quando passou a ser estudado e surgiram várias definições. Em 1911 o turismo compreendia todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista em determinado município, país ou estado (SCHATTENHOFEN, 1911, *apud*, BARRETTO 1995).

Segundo Lickorish e Jenkins (2000, p. 09) “o turismo é uma atividade que ultrapassa os setores convencionais da economia. Ele requer dados de natureza econômica, social, cultural e ambiental. Nesse sentido, é frequentemente descrito como uma atividade multifacetada”.

De acordo com a Organização Mundial do Turismo - OMT (2012), turismo é um fenômeno econômico e social, que ao longo das décadas, tem experimentado um crescimento contínuo, um aprofundamento e diversificação para se tornar um dos setores econômicos que mais cresce no mundo. O turismo moderno está intimamente ligado ao desenvolvimento e abrange um número crescente de novos destinos. Esta dinâmica tem transformado o turismo em um fator-chave para o progresso socioeconômico. Esta disseminação global do turismo em países industrializados e desenvolvidos tem produzido benefícios econômicos e de emprego em diversos setores relacionados – de construção para a agricultura ou nas telecomunicações.

Com base nestas definições, é possível dizer que inicialmente o turismo era visto como um setor econômico, e no decorrer dos anos as definições foram evoluindo, e atualmente o turismo é visto de uma forma mais abrangente, sendo econômico, social, ambiental, cultural, considerando então que o turismo é realizado por diversas motivações. Esta atividade é determinada pelo deslocamento de pessoas, por diferentes motivações. Agregados á atividade turística estão múltiplos serviços, como: hospedagem, transportes, entretenimento, agenciamento, e alimentação, que são indispensáveis também ao turismo. O transporte e sua evolução no âmbito das viagens será discutido no posterior capítulo.

3.1 O DESENVOLVIMENTO DAS VIAGENS NO MUNDO

Com o objetivo de analisar o desenvolvimento das viagens de cruzeiro na costa brasileira, faz-se necessário uma breve abordagem sobre o desenvolvimento das viagens no mundo.

Desde a pré-história⁶ a humanidade se desloca em busca de alimento, terras inexploradas ou outras necessidades. Os primeiros viajantes eram povos de culturas nômades, que por conta dos deslocamentos frequentes não possuíam casa e viviam em tendas, sobreviviam principalmente da atividade pastoril que facilitava este estilo de vida. (CARNEIRO, 2001).

Com o passar do tempo, os deslocamentos de pessoas passaram a ter diversas outras motivações, deixando de ser consideradas de caráter prático, e tendo fins exclusivos. Segundo Dias (2005, p. 11) “Na Grécia, por exemplo, muito antes do primeiro ano da era cristã, pessoas viajavam por motivos religiosos, esportivos ou por necessidade de conhecimento”. Alguns exemplos estão nas paredes do Palácio de Persépolis no Oriente Médio, que ilustram as missões diplomáticas na Antiga Pérsia do rei Dario, religiosas como Édipo indo a Delfos consultar o oráculo, ou então comerciais, registradas, por exemplo, no Livro das Maravilhas, de Marco Polo (ROMANO, 2013).

A partir dessas informações, é possível afirmar que os primeiros viajantes eram povos de culturas nômades, cujo costume era não permanecer em um mesmo lugar por motivos de sobrevivência. A partir da Grécia antiga⁷, as viagens passaram a ser realizadas principalmente com objetivos religiosos e diplomáticos, sendo que os andarilhos, escritores e estudiosos eram os que mais viajavam.

Neste mesmo período os Romanos que comandavam o maior império da antiguidade e aprenderam a construir barcos e a manejá-los com destreza; com os persas, dominaram tecnologia de construção de estradas, muitas delas até hoje passíveis de utilização (RONÁ, 2002).

Na Idade Média⁸ dois movimentos foram importantes para o desenvolvimento das viagens: o estabelecimento, consolidação e crise do absolutismo real e a expansão europeia pelo planeta. Com estes movimentos a importância de um sistema de transporte ficou clara e os reis bem sucedidos investiram tanto nos transportes terrestres quanto nos aquáticos (RONÁ, 2002).

⁶ Cerca de 4000 anos a.C. (INFO ESCOLA, 2015).

⁷ Cerca de 2000 a.C. (SUA PESQUISA, 2016).

⁸ Do século V ao XV. (SUA PESQUISA, 2016).

As peregrinações na Era Medieval estavam distante do conceito de viagem por lazer, já que o peregrino não escolhia o itinerário nem a durabilidade de seu périplo⁹. Ele estava totalmente exposto às dificuldades e às intempéries do caminho a ser percorrido. O período da Idade Média é mencionado como um período de retração dos deslocamentos, ainda que não total, já que havia peregrinos que viajavam em grupo (BARBOSA, 2002 *apud*, CISNE; GASTAL, 2010).

No século XVIII, as viagens passaram a ter um caráter educativo com o surgimento do *Grand Tour*, que consistia em excursões, que duravam até três anos. Nessas excursões, os jovens eram acompanhados por educadores, buscavam conhecer novas culturas, observar monumentos, dispunham de recursos e tempo, e foram esses viajantes que deram início a prática social de viajar por prazer. No século XVIII, um *tour* continental era uma experiência quase que obrigatória imposta pela alta sociedade aos jovens (SALGUEIRO, 2002).

Porém ainda no século XVIII as viagens começariam a mudar de caráter. Segundo Romano (2013, p. 34):

Também no século XVIII, inicia-se o turismo na cidade litorânea de Brighton, na Inglaterra. Mas, aos poucos, o propósito do tratamento de saúde vai cedendo lugar à viagem mundana pelas estações balneárias, onde as hospedarias vão sendo substituídas por hotéis e passam a contar com cassinos.

No século XIX, com a Revolução Industrial¹⁰ iniciou-se o desenvolvimento do turismo moderno fomentado pelo avanço tecnológico, pela facilidade em viajar e pelo aumento do público em condições de viajar. O desenvolvimento de veículos com força motriz a vapor propiciou o deslocamento de um maior número de pessoas, como jamais visto (DIAS, 2005).

No século XX, com a remuneração do fim de semana e das férias e o 13º salário, nascem condições para o surgimento e desenvolvimento de uma atividade voltada ao comércio de uma fuga da rotina do trabalho, para que depois o trabalhador retorne com mais vigor. As viagens se tornaram mais acessíveis à classe média, a pequena burguesia e às classes operárias no decorrer do século XX, com o advento

⁹ Navegação em torno de um mar, de um país (DICIO, 2016).

¹⁰ A Revolução industrial foi um conjunto de mudanças que aconteceram na Europa a nos séculos XVIII e XIX. O destaque deste período foi a substituição do trabalho artesanal pelo assalariado e com o uso das máquinas (SO HISTORIA, 2016).

do turismo de massa e a popularização dos pacotes turísticos, criados por Thomas Cook¹¹ (ROMANO, 2013).

De acordo com os autores citados neste capítulo nota-se que como consequência dos avanços tecnológicos, dos direitos trabalhistas, o aumento do tempo livre remunerado impulsionado pela Revolução Industrial, as viagens tornaram-se viáveis para as demais classes sócias, deixando de ser privilégio da elite. O turismo de massas, que é menos exigente e com custo mais baixo, teve a sua criação vinculado à consolidação do capitalismo no século XX, o que propiciou o surgimento do seu público alvo, a classe média. A partir desses fatores, observa-se um avanço na atividade turística e seus serviços, nas agências de viagens, na hotelaria, no transporte, na gastronomia, nas empresas de eventos, e no entretenimento.

Um dos serviços turístico citado a cima é o transporte, elemento fundamental para a prática do turismo. Segundo Dias (2005, p.153) “Como a essência do turismo é o deslocamento das pessoas, os meios de transportes constituem-se numa parte essencial da viagem, e podem ser realizados de diferentes modos: aéreo, rodoviário, ferroviário, fluvial, etc”.

O transporte é essencial para chegar a um destino, para se deslocar dentro da cidade e para visitar os atrativos, pois o turista utiliza além dos transportes específicos para o seu deslocamento, os transportes oferecidos no destino. O sistema de transporte faz parte das viagens e das experiências dos turistas.

Segundo Swarbrooke (2000, p. 01) “Como não podemos levar o produto turismo aos turistas nas áreas em que residem, temos de levar os turistas ao produto do turismo. Portanto, todo turismo requer transporte de um modo ou de outro”.

A maioria das pessoas percebe a relação entre o transporte e o turismo. Qualquer um que já tenha saído em viagem, de férias ou negócios, compreende que para alcançar seu destino necessita de transporte, seja ele: automóvel, ônibus, avião, trem, navio, etc. Portanto, é fato que o turismo não existe sem o transporte (PALHARES, 2002).

Para determinado segmento pode-se utilizar um ou mais diferentes tipos de transportes, como pode ser necessário o uso de distintos modais para atingir um destino, seja este o transporte utilizado para chegar ao destino, ou aquele usado

¹¹ Thomas Cook, por sua vez, é figura hegemônica na historiografia do Turismo, sendo apontado por alguns como ‘Pai do Turismo’ foi primeiro agente de viagens profissional dedicado ao exercício desta atividade em tempo integral (CISNE; GASTAL, 2010).

dentro da localidade, como para se locomover de um ponto turístico a outro. É o turista que se desloca ao atrativo, portanto o uso de qualquer modal é essencial para o turismo acontecer.

Dentre os transportes usados pelos turistas em viagens estão incluídos todos os modais; Aéreo, Ferroviário, Hidroviário, e Rodoviário. O quadro 01 apresenta os elementos fundamentais destes quatro modais.

QUADRO 01- APRESENTAÇÃO DOS MODAIS E SEUS ELEMENTOS

<i>Modal</i>	<i>Via</i>	<i>Terminal</i>	<i>Veiculo</i>	<i>Força Motriz</i>
Aéreo	Ar.	Aeroporto.	Aeronaves .	Motores turboélice, ou turbojato.
Rodoviário	Estradas e rodovias.	Rodoviárias, e pontos de ônibus.	Carros e ônibus.	Motores a gasolina, diesel, gás álcool e eletricidade.
Ferroviário	Trilhos.	Ferrovias.	Trens, locomotivas, vagões e carros.	Motores a vapor ou a diesel.
Hidroviário	Mar, rios e lagos.	Portos.	Navios, barcos e <i>ferries</i> .	Motores a diesel ou turbina a vapor.

FONTE: Elaborada pela autora, com base em Palhares, 2002.

De acordo com o quadro apresentado existem quatro fatores básicos no transporte: a via, que é natural ou artificial, fixa ou modificável; o terminal, que é desde o ponto de ônibus ao aeroporto, a unidade de transporte que compreende ao veículo; e a força motriz, que move o veículo, podendo ser natural (força da natureza) ou artificial (motor).

Tamanha é a importância do transporte para a atividade turística, que em algumas circunstâncias ele pode se destacar mais que o próprio destino, e também influenciar no destino a ser visitado. Segundo Palhares (2002, p. 28) “Em alguns casos, a própria atividade de transportes é uma experiência de turismo, tal como no caso dos cruzeiros”.

Com base no que foi apresentado neste item, estabelece-se que os cruzeiros além de transportar o turista, oferecem também os demais serviços turísticos, como hotel, alimentação, e entretenimento. E por disponibilizar aos seus hóspedes essa variedade de ocupações, que os cruzeiros são realizados em diversos países, inclusive no Brasil.

3.2 TRANSPORTE HIDROVIÁRIO

Como os cruzeiros marítimos pertencem ao transporte hidroviário, vê-se

necessário neste elemento conceituar este meio de transporte e destaca sua evolução.

O transporte hidroviário é aquele realizado por navios, barcos, e *ferries*¹², construídos de madeira, ferro ou outro material, impulsionado e dirigido por divergentes meios, utilizando como via mares, oceanos, rios, lagos e lagoas (DE LA TORRE, 2003).

Desde o início da humanidade, os cursos d'água são usados com vários objetivos: caminhos de penetração para o interior dos continentes, vias de acesso, aumento do intercâmbio entre regiões povoadas, escoamento de produtos para o litoral. Chineses e egípcios, antes da Era Cristã, já realizavam obras de infraestrutura hidroviária nos rios (MELO, 2012).

Porém o transporte hidroviário evoluiu de forma lenta. Os primeiros barcos foram pensados na antiguidade quando o homem ocupou áreas com grandes rios, como o Tigre e o Eufrates (Ásia Ocidental) e o Nilo (continente africano). Mais tarde o homem descobriu que o vento poderia mover as embarcações por meio de velas. Em um próximo momento, ajustando as velas poderiam controlar a direção dos barcos, permitindo-lhes cruzar os mares com rapidez, menor esforço, e explorar novos territórios (DE LA TORRE, 2003).

Até a Pré-Revolução Industrial, século XVII, a força motriz do transporte hidroviário ainda era a natural, os navios se locomoviam apenas com o vento. Com a Revolução Industrial no século XIX, surgiu o motor a vapor, e os navios alcançaram maiores velocidades. A partir de então, os navios ficaram mais rápidos, as rotas de viagens foram ampliadas, e estabeleceram-se linhas regulares de longa distância. (PALHARES, 2002).

Segundo Roná (2002, p. 127), “o uso turístico das embarcações deu-se em meados do século XIX, com a consolidação dos navios movidos a vapor, pois eles, por não dependerem mais dos ventos, podiam cumprir os horários predeterminados”.

A relação entre navios e turismo só se firmou em 1866, quando Thomas Cook organizou a primeira excursão para os Estados Unidos, viagem na qual os turistas foram de navio até o destino turístico. Apesar dos navios estarem sendo utilizados como meio de transporte turístico, e já existirem navios luxuosos, eles não eram em si a experiência turística, sendo empregados basicamente para o transporte ao

¹²Barco de serviço regular, que geralmente faz travessias curtas em rios, para transporte de passageiros, veículos, ou mercadoria (INFO PÉDIA, 2016).

destino turístico uma vez que era o único meio de transporte que percorria longas distâncias e atravessava os mares. Em 1890, a Orient Lines, companhia de navegação, operava cruzeiros regulares no Caribe, Mediterrâneo e na Escandinávia (PALHARES, 2002).

Em 1912 ocorreu um grande marco nos cruzeiros, o Titanic, que se tornou uma lenda dos mares ao naufragar em um trágico acidente durante sua viagem inaugural de Southampton, na Inglaterra, rumo a Nova York nos Estados Unidos (AMARAL, 2006).

Em 1938, o Normandie até o hoje considerado um dos navios mais bonitos, efetuou um cruzeiro de 22 dias entre Nova York e Rio de Janeiro. Na época foi restrito à elite econômica pelo custo alto das passagens (PALHARES, 2002).

Na década de 1950, o transporte intercontinental ainda era realizado em navios transoceânicos luxuosos. Com a descentralização deste transporte, alguns navios acabaram virando sucata, outros viraram hotéis cassinos flutuantes (DE LA TORRE, 2003).

Os navios foram utilizados como meio de transporte para os destinos turísticos, não sendo por si só uma experiência turística, por vários anos. Porém a realidade começou a mudar pois segundo De La Torre (2003, p. 142) “na década de 1960, o número de pessoas que viajavam pelo ar aumentou de 100 milhões para 200 milhões (...)”.

O desenvolvimento da aviação, com a oferta de viagens curtas, mais confortáveis e seguras, provocou o crescimento da indústria turística, e forçou os donos de empresas de navegação a repensarem seu negócio, e mudar seu foco de atuação (AMARAL, 2006).

A partir dos autores referidos neste capítulo percebe-se que o transporte aéreo pode ter sido o motivador para o modelo de cruzeiros que vemos hoje, pois o avião ganhou rapidamente espaço no mercado turístico, não somente por este ser mais veloz, mas também por que no transporte de passageiros as tarifas eram menores, do que no transporte hidroviário, além do transporte aéreo poder ligar qualquer região, sendo esta litorânea, ou não.

As companhias marítimas passaram a explorar outros segmentos, tais como o dos cruzeiros marítimos. Os navios tornaram-se resorts flutuantes de alto padrão, focando não somente nos destinos, mas especialmente nos atrativos e atividades a bordo. Conforme afirma Palhares (2002, p. 237) “(...) se por um lado o transporte aéreo

foi o principal indutor do fim do transporte marítimo de linhas regulares, atualmente ele é um dos principais responsáveis pelo fenômeno dos cruzeiros marítimos”.

Com base nos autores acima, pode-se afirmar que o diferencial dos cruzeiros no modal hidroviário é o fato de além de transportar o turista oferecem também os demais serviços turísticos, como hospedagem, alimentação e entretenimento, e disponibilizam aos seus hóspedes opções de lazer.

O quadro 02 apresenta algumas das vantagens e desvantagens do transporte hidroviário.

QUADRO 02 – VANTAGENS E DESVANTAGENS DO TRANSPORTE HIDROVIÁRIO

<i>Vantagens</i>	<i>Desvantagens</i>
Transporte de grandes distâncias.	Depende de vias apropriadas.
Transporte de grandes volumes.	É de gerenciamento complexo, exigindo muitos documentos.
Mercadoria de baixo valor agregado.	Depende de terminais especializados.
Transporte oceânico.	Tempo de trânsito longo.
Frete de custo relativamente baixo.	

FONTE: LOGISTICA PARA TODOS, 2015.

Segundo o quadro 02 há mais vantagens do que desvantagens em utilizar o transporte hidroviário percebe-se que a principal vantagem seria não depender de uma via fixa.

A partir do conteúdo apresentado neste item, conclui-se que a Revolução Industrial, em conjunto com o motor a vapor e o processo de substituição dos navios pelo transporte aéreo, foram de extremo valor, para o transporte hidroviário, e sua evolução, que ocorreu principalmente devido a esses fatos, foram mudanças importantes e necessárias para enquadrar os navios na atualidade, e para o uso deste modal ter sido inserido no turismo mundial.

No Brasil o transporte hidroviário não é novidade, vem sendo um dos transportes mais usados no país desde a colonização, já que o Brasil é um país de extensões continentais, tendo ainda a maior reserva de água doce do mundo. Os barcos foram os primeiros veículos utilizados pelos colonizadores que aportaram no país, sabendo-se que no tempo da colônia e mesmo no primeiro reinado e na regência, as comunicações eram feitas de preferência pelos mares e rios. A chegada

dos cruzeiros no Brasil ocorreu no processo migratório, no qual as pessoas eram transportadas por navios até a América do sul (MACEDO, 1968).

A evolução deste transporte no país não se deu de forma acelerada pois segundo Paolillo e Rejowski (2006, p. 29) destacam que “O Brasil só começou a participar efetivamente do mercado de cruzeiros em 1995, quando a Emenda Constitucional nº 7 liberou a navegação de cabotagem de passageiros pelo litoral”. Embora o transporte hidroviário tenha sido inserido no Brasil com a colonização, e sendo um país com um vasto litoral, propício para o incremento dos cruzeiros marítimos, este modal tem um desenvolvimento recente no país.

Para tanto o desenvolvimento das viagens ao longo dos séculos serviu como propulsor para o turismo. Ocorreu à evolução do transporte em conjunto, com a crescente demanda turística. O transporte que mais precisou se adaptar ao progresso foi o hidroviário que ao competir com os demais modais estava em desvantagem, e foi coagido a se adaptar ao mercado com os cruzeiros marítimos. Como o foco deste trabalho são os cruzeiros, no próximo capítulo, se dará mais ênfase a eles.

3.3 CRUZEIROS MARÍTIMOS

Os cruzeiros podem ser marítimos que efetuam travessias pelo mar, ou fluviais que navegam nos rios. Segundo Paolillo e Rejowski, (2006, p. 26) “O termo ‘cruzeiro’ pode ser entendido como um pacote turístico que inclui transporte, alojamento, alimentação, recreação, entretenimento e outros serviços oferecidos a um preço único e conjunto”.

Dickinson e Vladimir (2008 *apud* TIMÓTEO, 2012) afirmam de que o primeiro cruzeiro foi elaborado pela companhia P&O, Peninsular and Oriental, situada na Inglaterra no início do século XIX. Esta companhia realizava cruzeiros desde a Grã-Bretanha até Portugal e Espanha, na Península Ibérica, bem como para a China. Os autores destacam que o navio SS Ceylon (navio de passageiros) foi reconvertido para navio de lazer ainda na posse desta mesma companhia.

A aplicação de navios marítimos para a recreação e o lazer dava início a um novo produto para os turistas da época, surgindo assim os primeiros cruzeiros da história. Logo estes começaram a ganhar mercado sendo vendidos, ou oferecidos como recompensa (TIMÓTEO, 2012).

De acordo com Palhares (2002, p. 236) “Na Alemanha da época de Hitler, os cruzeiros eram utilizados como prêmio para os bons funcionários e, principalmente, para os membros do partido nazista”.

Esta operação de incentivo a classe trabalhadora foi liderada diretamente pelo Ministro da Propaganda, que proporcionava cruzeiros a preços acessíveis, ou como recompensa aos trabalhadores e sobre tudo aos membros do partido Nazi. Esta iniciativa do governo alemão constituiu um marco na história da indústria de cruzeiros visto que pela primeira vez estavam disponíveis e acessíveis financeiramente para a classe média/baixa, ao contrário do que havia até o momento (TIMÓTEO, 2012).

Na Segunda Guerra Mundial¹³, os navios foram transformados para o transporte das tropas. Após esse período, na década de 1950, uma mudança na divisão de classes provocada pelo capitalismo. A companhia Holland América Line, norte americana, lançou navios de Classe Única (AMARAL, 2006).

Vale ressaltar os três períodos, antes, durante e após a guerra, tiveram significativa relevância para o setor de cruzeiros no mundo, pois diversificou o produto então existente. Antes considerado para a elite, passou a abranger as classes média e baixa, aumentando seu mercado no período da Guerra, para mais tarde, excluir as divisões de classes dentro dos navios de cruzeiros, atraindo assim uma demanda inédita (TIMÓTEO, 2012).

Com a decisão do Reino Unido em 1960, de que os seus cidadãos só poderiam comprar 50 libras em moeda estrangeira para viagens ao exterior, o crescimento dos cruzeiros ascendeu consideravelmente, uma vez que os navios de bandeira inglesa permitiam que os passageiros gastassem suas libras a bordo, assim a cota em moeda estrangeira poderia ser utilizada apenas no destino (PALHARES, 2002). No entanto, o crescimento no setor foi prejudicado por conta da greve de trabalhadores dos navios de cruzeiros em 1966 e o aumento do preço do petróleo nos anos seguintes. O mercado de cruzeiros decaiu e diminuiu também sua capacidade de atrair passageiros. Mesmo tendo crescimento nos anos de 1960, a instabilidade dos cruzeiros marítimos no mercado era evidente. Contudo, cerca de seis anos depois

¹³ Teve início no ano de 1939 e fim em 1945, começou quando o exército alemão invadiu a Polônia. De imediato, a França e a Inglaterra declararam guerra à Alemanha. De acordo com a política de alianças militares existentes na época, formaram-se dois grupos: Aliados (liderados por Inglaterra, URSS, França e Estados Unidos) e Eixo (Alemanha, Itália e Japão) (SUA PESQUISA, 2016).

sofreu decréscimo que acarretou na isenção da demanda. Desta vez o mercado não se manteve estagnado por muito tempo (TIMÓTEO, 2012).

Por volta de 1970 começaram a surgir as primeiras empresas norte-americanas especializadas em cruzeiros marítimos no mercado. A Royal Caribbean Lines, atual Royal Caribbean International, maior grupo de cruzeiros, a companhia oferece shows, cenários, bares, saunas, spas, restaurantes, salões, entre outros em todos os seus navios, esta é dona do maior navio construído, o Oasis of the Seas (AMARAL, 2006). O mesmo autor informa que a Carnival Cruise Lines, opera 15 navios, sendo uma das maiores companhia mundial de cruzeiros marítimos, oferecendo excursões de três a dezesseis dias, com destino a Bahamas no Caribe, México, Alasca, Havaí, Canal do Panamá, Canadá e Bermudas, se destaca oferecendo colônia de férias gratuita para as crianças.

Em 1980 o mercado de viagens era afetado por uma alteração da procura e das necessidades dos consumidores. Uma parte considerável do mercado procurava novas alternativas para as suas férias e para o seu tempo de lazer, o que criou uma nova oportunidade para a indústria dos cruzeiros (TIMÓTEO, 2012).

O mercado de cruzeiros ainda era limitado, em grande parte por estar no início, também por que os cruzeiros eram destinados à elite e a classe alta, pelo seu custo elevado. Segundo Amaral (2006, p.4):

Os anos de 1980 marcaram o início da expansão das grandes “*Cruise Lines*”, que começaram a sentir o potencial de um mercado ainda limitado, pela oferta de leitos e os benefícios da economia de escala determinantes em termos de vantagens competitivas e atrativos adicionais na ampliação de mercado.

Ao proporcionar uma infraestrutura melhor e diversificar o caráter das viagens, a indústria de cruzeiros poderia ampliar seu mercado em uma nova escala. Desta forma, as companhias de cruzeiros, com objetivo de atrair um público maior, começaram a se preocupar mais com a infraestrutura e a programação para as crianças e os adolescentes, além das viagens de incentivo e do fretamento para eventos empresariais (PAOLILLO; REJOWSKI, 2006).

Segundo Palhares (2002, p. 234) “[...] é possível encontrar cruzeiros específicos para famílias com crianças, casais em lua-de-mel, solteiros, praticantes de esportes, cruzeiros para conferências ou reuniões de empresas, com spa, etc”.

Também estão no mercado os cruzeiros enogastronômicos, alguns procurando inovar tem como objetivo apresentar chefs renomados, que oferecem aos hóspedes jantares gourmets dinâmicos e dicas incríveis de culinária (DREAM TOURS, 2016).

O crescimento dos cruzeiros de lazer levou a uma natural e esperada expansão da indústria, não só às áreas navegadas, mas também na procura de novos mercados. Uma das expansões mais significativas foi no mercado asiático, durante a década de 1990. Esta ampliação do mercado doméstico de cruzeiros coincidiu com o desenvolvimento econômico de países asiáticos o que levou a um aumento da capacidade dos navios nos próximos anos. (TIMÓTEO, 2012).

Neste mesmo período, deram-se início as inovações tecnológicas e os novos SuperLiners, navios com uma capacidade maior e mais vantagens aos passageiros. A série Fantasy com navios de 70.000 toneladas, aumentou consideravelmente o número de leitos. Em 1999 o conceito vigente dos cruzeiros marítimos como 'Resorts Flutuantes' evoluiu para o conceito do navio 'Destino Turístico'. (AMARAL, 2006).

Em 2001 este conceito passou para 'condomínio flutuante' com o lançamento do navio World of Residen Sea, o primeiro condomínio flutuante do mundo. Foi considerado um empreendimento imobiliário, oferecendo 110 apartamentos de luxo para alugar, e 88 cabines¹⁴ para turistas, e navegando o ano inteiro, tendo como roteiro grandes eventos mundiais (PAOLILLO; REJOWSKI, 2006).

O avanço da tecnologia possibilitou o desenvolvimento da indústria de cruzeiros, permitindo as empresas transportarem um número maior de passageiros, e oferecendo serviços com as características de um resort. Este avanço se deu de forma tão intensa que com cerca de dois anos, surgiram novos nichos neste mercado.

Segundo Palhares (2002, p. 239):

Os meganavios foram um dos fatores primordiais para o surgimento de vários nichos de mercado no segmento de cruzeiros marítimos, principalmente porque, em função de suas grandes dimensões, puderam incorporar uma série de atrações, infraestrutura e serviços a bordo para atender aos mais diversos tipos de passageiros, além de tornar a viagem de cruzeiro tão ou mais interessante do que os próprios destinos turísticos.

A diversificação dos roteiros e novas e criativas opções na área do entretenimento são alavancas de impulso para o mercado de cruzeiros. Há roteiros

¹⁴ Refere-se a um pequeno compartimento que serve para resguardar um indivíduo ou pequeno número de indivíduos (DICIONARIO INFORMAL, 2016).

para todos os perfis: gastronômicos, passeios para solteiros, show com artistas renomados, festas com DJ's famosos e até roteiros temáticos (ABREMAR, 2008).

Na segmentação do mercado de cruzeiros marítimos estão incluídos distintos aspectos, muitos dos quais, navios específicos para atender determinado grupo de pessoas. Dentre os principais segmentos estão:

- a) Destinos geográficos: Atualmente é possível encontrar cruzeiros para diversas regiões do mundo;
- b) Faixa etária: Os navios podem estabelecer a idade dos passageiros;
- c) Estado civil: O cruzeiro pode receber apenas casais, solteiros, etc;
- d) Ocasões especiais/cruzeiros temáticos: Os pacotes podem ser especiais, para aniversários e luas-de-mel, entre outros;
- e) Tipos de navio: Os navios podem variar de 60 hóspedes para três mil ou mais;
- f) Duração das viagens: As viagens variam de três dias para a meses.
- g) Socioeconômicos: As faixas de preço alteram com as escolhas dos consumidores (PALHARES, 2002).

A oferta atual disponível aos clientes consiste em navios temáticos, destinados a servir determinado segmento do mercado. Existem ofertas para tipos diferentes de clientes, não só em relação ao montante disponível para gastar, mas também tendo em conta as características do público e as suas necessidades (TIMÓTEO, 2012). Como forma de conquistar uma demanda distinta, investem novos nichos de mercado, que nem sempre agradam os consumidores.

Porém, não é sempre que a busca por novos nichos termina em êxito. Um exemplo foi à tentativa da Carnival Cruise Lines, norte americana, em atrair o público hispânico e latino-americano com um navio especial. A tentativa fracassou, pois os passageiros preferiram os cruzeiros comuns que já frequentavam. As tentativas malsucedidas mostram que o mercado de cruzeiros ainda não se encontra tão amadurecido para suportar tantas operações em nichos tão específicos (PALHARES, 2002).

A nova tendência do setor são as fusões e aquisições. As maiores companhias de cruzeiros estão comprando as menores. A Costa Cruzeiros (Italiana) comprou a Ibero (Espanhola), mas o grande acionista da Costa é a Carnival Corporation, que ainda tem outras oito companhias (PORTAL WORLD CRUISES, 2014).

Sendo os cruzeiros um setor ainda em expansão, não alcançou certa estabilidade, algumas experiências mal sucedidas servem de protótipos para novas

tentativas. Esta instabilidade explica também a forte taxa de crescimento anual acumulado que ultrapassa os 7% em 2010, sendo, portanto de esperar o aparecimento de mais e maiores desafios para este setor do turismo (OMT, 2010 *apud* TIMÓTEO, 2012).

A América do Norte é o maior mercado de cruzeiros do mundo com 55,1% do público mundial e um crescimento significativo de passageiros de origem internacional, especialmente europeus, que atingem o número de 6,4 milhões de pessoas. Em termos de desenvolvimento, o principal destino de cruzeiros permanece o Caribe, representando 37,3 % de todos os itinerários mundiais, seguidos pelo Mediterrâneo 18,9%, norte da Europa 11,1%, Austrália/Nova Zelândia com 5,9%, Alasca com 4,5%, Ásia com 4,4% e América do Sul com 3,3% (TRANSPORTE MARITIMO GLOBAL, 2015).

De acordo com a CLIA, o gasto médio de cada hóspede que viaja nos navios da temporada 2014 é de US\$ 100 ao dia (ABREMAR, 2015).

Percebe-se a relevância deste segmento, pois no ano de 2014 as companhias de cruzeiros representaram uma capacidade total de 453 mil camas e 292 navios de cruzeiro, uma evolução de 3,2% comparado com os números de 2013. No último ano, a indústria de cruzeiros movimentou em todo o mundo mais de 21 milhões de passageiros, um aumento de 3% face a 2012, sendo a Royal Caribbean, a Carnival Cruise Lines e a Princess Cruises, as maiores somando um total de 65 navios, com capacidade de 167.412 mil passageiros (CRUZEIROS, 2015).

Como forme exposto neste capítulo o surgimento dos cruzeiros se deu de forma súbita, onde o navio até então apenas um meio de transporte, se transformou em um resort e passou a ser parte da indústria turística. Mesmo que acessível somente para a elite até o período da Segunda Guerra Mundial. Após esta grande Guerra, as classes média e baixa passaram a adquirir cruzeiros marítimos. O empecilho das empresas de cruzeiros era suporte para atender a nova demanda. Como alternativa, os navios foram ampliados proporcionando maior número de leitos aos hóspedes e mais conforto. Mesmo com estas medidas, as empresas tencionavam estabelecer as viagens mais interessantes. Surge então por diferentes países os cruzeiros temáticos com roteiros específicos. O Brasil é um deles, país que recebe empresas estrangeiras de cruzeiros marítimos na costa brasileiras em todas as temporadas desde a segunda metade de 1990.

3.4 CRUZEIROS MARÍTIMOS NO BRASIL

Conforme visto anteriormente, a navegação sempre foi importante para as ligações exteriores do Brasil, desde a sua descoberta em 1500 por ser um país de extensões continentais.

Em 1970, os navios de passageiros ‘Princesas’¹⁵, foram vendidos e deixaram o Brasil. Navios estrangeiros continuaram frequentando o litoral brasileiro, como a Costa Cruzeiros que foi a primeira empresa de cruzeiros a operar no Brasil, porém neste período sob afretamento de armadores brasileiros (AMARAL, 2006).

Em 1995, com a emenda na Constituição federal n° 7, “Art. 178. Na ordenação do transporte aquático, a lei estabelecerá as condições em que o transporte de mercadorias na cabotagem e a navegação interior poderão ser feitos por embarcações estrangeiras” (BRASIL, 2015). Permitiu novamente a presença de bandeiras estrangeiras e a cabotagem na costa brasileira, os navios estrangeiros voltaram a circular no país. Contudo, somente em 1997 foi possível sentir os efeitos dessa liberação na navegação. Na temporada de verão 1999-2000, teve destaque a chegada do navio Splendor oft he Seas da Royal Caribbean, como também a presença da Costa Cruzeiros, MSC, CVC no mercado brasileiro. (BOITEUX, 2010 apud, LEAL; SOARES; PACHECO, 2012).

Segundo Amaral (2006, p. 88):

O segmento de cruzeiros marítimos no Brasil teve início com os navios do Lloyd Brasileiro, com os fretamentos organizados pela Agaxtur, nas mãos visionárias e criativas de Aldo Leone, que, por suas raízes italianas, aproximou-se da Linea “C”, ou Costa Crociere. Os fretamentos que marcaram o início dos cruzeiros marítimos brasileiros deram sequência às esporádicas visitas dos grandes transatlânticos, como o SS France e o Queen Elizabeth 2.

Cerca de três anos após a nova emenda, o Brasil juntamente com a Argentina, já contavam com seis navios navegando por suas águas, e 65 excursões realizadas, expondo assim o potencial mercado em crescimento que começava a ser explorado.

Este crescimento foi aproximadamente de 154 escalas dos navios, na temporada de 1997/1998, para 323, na temporada de 1999/2000, um aumento de quase 110% (PALHARES, 2002).

¹⁵ Navios de cruzeiros que pertenciam à companhia de navegação costeira (BW TURISMO, 2015)

De acordo com Paolillo e Rejowski (2006, p.30) “Na temporada de 2000/2001, no período de verão (dezembro a março), seis navios de 10 a 70 mil toneladas singraram o Atlântico pela costa brasileira e argentina, transportando cerca de 55 mil turistas”.

Sendo estes navios o Splendor of the seas da Royal Caribbean, o Costa Allegra, e o Costa Marina da Costa Crociere, o Repsody da Mediterranean Shippin Cruises, o Funchal e o Princess Danae da Fritdskryss (PAOLILLO; REJOWSKI, 2006).

Com base nos dados de Paolillo e Rejowski (2006), pode-se dizer que quatro empresas estrangeiras de cruzeiros marítimos atuaram no litoral brasileiro na temporada de 2000/2001. Como é mostrado no quadro 03, no decorrer dos anos o mercado de cruzeiros seguiu aumentando, com navios com capacidade maior de passageiros.

Quadro 03- NÚMERO DE NAVIOS QUE ATUARAM NO BRASIL, E DE CRUZEIRISTAS DE 2004 Á 2010.

Ano	2004/2005	2006	2007	2008	2009	2010
Navios	6	9	11	14	16	18
Cruzeiristas	139.430	225.178	300.017	396.119	521.983	720.621

FONTE: Fundação Getulio Vargas, 2011.

Estes números evidenciam o crescimento dos cruzeiros marítimos na costa brasileira. Desde a temporada de 2004/2005, houve um aumento considerável não só da quantidade de navios, como também do número de cruzeiristas.

Na temporada de 2010/2011, foram aproximadamente 800 mil cruzeiristas, sendo 100 mil estrangeiros, viajando em 20 navios na costa brasileira (FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS, 2011).

Mesmo que com quase 800 mil pessoas realizando cruzeiros em 2010/2011 e 20 navios estarem utilizando à costa brasileira, pode-se dizer que este número ainda é consideravelmente pequeno se pensarmos na extensão de rios e mares do país e comparado ao mercado em outros países.

No ranking mundial, os Estados Unidos despontam com 10,1 milhões de cruzeiristas e a Europa aproxima-se dos 4 milhões, sendo a Inglaterra com 1,65 milhão, a Alemanha com 1,26 milhão e a Itália com 850 mil. Já no Brasil, foram aproximadamente 800 mil cruzeiristas neste mesmo período (FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS, 2011).

Porém segundo Leal, Soares e Pacheco (2013, p. 21):

[...] na contramão desse desenvolvimento, na temporada 2011-2012, caiu para 17 navios, o que representa uma queda de 17% na oferta. Esse declínio, apesar do crescimento da demanda, é justificado pelo anseio de um futuro com melhores condições que suportem a atual demanda.

O perfil da demanda de cruzeiristas neste período é descrito pela Fundação Getulio Vargas (2011), que, de forma geral, mostra que o turista de cruzeiros viaja acompanhado com cônjuge/namorado(a) 43,8%, seguido de amigos 40,6% e filhos/parentes 40,3%. O público é predominantemente feminino (55,8%), estado civil casado (54,4%), e com faixa etária entre 25 e 44 anos (48,6%). Têm, ainda, em sua maioria, ensino superior completo (71,3%). Dos entrevistados, 14,7%, têm faixa de renda mensal familiar acima de R\$10 mil e 29% entre R\$ 5.000,00 e R\$10.000,00 mil reais.

O que permite avaliar o perfil dos cruzeiristas brasileiros é de que eles tem características próprias; não viajam sozinhos, viajam na maioria das vezes acompanhados de amigos, filhos ou outros parentes, o que para a indústria de cruzeiros é mais uma vantagem para aumentar a demanda.

Na temporada de 2012/2013 o número de navios e cruzeiristas na costa brasileira caiu para 15, e no número de cruzeiristas para 732.163, e em 2013/2014, este numero caiu para 11 navios, e 596.532 cruzeiristas (FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS, 2014).

A temporada 2015/2016 será a última a receber o navio Rhapsody of the Seas, da Royal Caribbean, que atracará em Santos em 5 de dezembro de 2015. A partir do período 2016/2017, a empresa não fará mais roteiros em águas brasileiras. Devido aos altos custos operacionais no Brasil e ao crescimento de mercados como Ásia e Oceania, que têm feito inúmeros investimentos de infraestrutura e apresentado cenários mais competitivos para a atuação de empresas marítimas (AGEM SP GOV, 2015).

Está decisão da Royal Caribbean pode estar ligada com a estagnação do mercado de cruzeiros marítimo nos últimos anos.

Como todos segmentos turísticos e destinos, a indústria de cruzeiros também dispõe variações de aceitação no mercado. A falta de infraestrutura ainda é um problema constante neste segmento.

De acordo com Paolillo e Rejowski, (2006, p.33):

Nem sempre os terminais de passageiros são bem planejados e funcionam adequadamente. No porto de Santos, no terminal marítimo do Concais, observa-se falta de infraestrutura operacional que dificulta o deslocamento do turista quando de seu embarque, desembarque ou mesmo trânsito.

Porém mesmo com esses empecilhos e com a queda no setor, os cruzeiros ainda têm relevância para o país, pois movimentam os portos, e os destinos onde atracam as embarcações, com gastos dos turistas e funcionários do navio.

Segundo Pereira e Robles (2010, p.02) “O setor de cruzeiros marítimos tem como potencial a contribuição para a geração de renda e benefícios para as cidades escaladas e pode atuar como catalisador da renovação urbana das áreas portuárias”.

Ainda existem no Brasil as empresas empreendedoras no mercado de cruzeiros, como a MSC Cruzeiros (objeto de estudo desta pesquisa) e a operadora de viagens CVC. Ambas popularizaram a venda de pacotes em cruzeiros, consolidando, no mercado de viagens e turismo, a posição de provedoras de viagens acessíveis, pois passaram a oferecer ao novo público facilidades de pagamento, buscando com isso ampliar a dinâmica dos destinos com os quais trabalham por meio da promoção de produtos para segmentos de mercado que antes não vislumbravam (LEAL; SOARES; PACHECO, 2013).

Analisa-se o olhar estratégico das companhias de cruzeiros marítimos perante a pouca demanda por artigos de luxo e a intenção de procurar nas classes atuais consumidoras um novo mercado potencial, como forma de contornar a situação de baixa no mercado.

Atualmente, o Brasil conta com cinco empresas na costa brasileira, sendo elas; Costa Cruzeiros, Ibero Cruzeiros que foi absorvida pela Costa, MSC Cruzeiros, Pullmantur, Royal Caribbean Cruzeiros, ao todo com 11 navios, quase a metade que 2011 (FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS, 2014).

Segundo a ABREMAR (2015), isso se deve ao custo de operação no Brasil. Com menor margem de lucro, em comparação a outros importantes mercados de cruzeiros no mundo, as companhias estariam deslocando embarcações para navegar em águas de destinos que oferecem maior rentabilidade, sobretudo na Ásia e no Oriente Médio.

Este tipo de viagem continua sendo procurada por brasileiros. Em parte pelas condições de pagamentos que as empresas veem se empenhando em oferecer, mas

também por ser um segmento relativamente novo e despertar a curiosidade de uma demanda leiga neste setor.

Quanto à importância dos cruzeiros marítimos no mercado nacional, este evoluiu consideravelmente durante os primeiros anos de atuação no Brasil. Tal evolução sofreu inversão de resultados a partir da temporada de 2011, quando o número de cruzeiros na costa brasileira começou a cair e não parou até 2014. Contudo o número de cruzeiristas que viajaram no Brasil nos últimos anos foi significativo, mesmo sofrendo queda.

Os equipamentos e serviços, além da infraestrutura de apoio, que as empresas de cruzeiros conseguem oferecer, juntamente com os destinos inclusos, por um determinado preço e um determinado tempo, influenciam o consumidor, que compra por um preço razoável numerosos produtos, podendo parcelar até mesmo o que é consumido durante o cruzeiro (AMARAL, 2009).

Porém há pontos críticos que limitam o setor, nos terminais portuários, elencam-se: falta de sinalização; divisão entre terminal de passageiros e de carga; logística; estrutura receptiva; área destinada à bagagem; falta de informação sobre atracação do navio; painel de informações; estrutura de alimentos e bebida e comércio em geral, entre outros (STEINBERG, 2012).

Enquanto os problemas estruturais não são superados, viajar de navio para o exterior está se tornando uma tendência. A Pullmantur tem como objetivo ampliar o número de viajantes embarcados nos roteiros internacionais, principalmente no Caribe onde mantém dois navios. A Royal Caribbean pretende levar o turista brasileiro para férias no exterior, em especial no Caribe e na Europa, e já cresce o número de turistas brasileiros a bordo dos navios Oasis e Allure of the Seas. A Costa Cruzeiros já teve um aumento de 20% no número de brasileiros embarcados em cruzeiros no exterior. Com escalas no Caribe e cidades nordestinas, surge os primeiros roteiros internacionais com MSC Divina, navio da companhia MSC Cruzeiros (STEINBERG, 2012).

Com suporte nesses dados constata-se que apesar da indústria de cruzeiros marítimos ter crescido no país por ter se tornado um produto acessível aos brasileiros, este crescimento teve redução devido às altas taxas cobradas no Brasil, também a falta de infraestrutura nos portos brasileiros, o que resulta na ida de turistas brasileiros para o exterior, não consumindo nos destinos nacionais.

4. OBJETO DE ESTUDO: MSC CRUZEIROS

Fundada e gerida pelo Capitão Gianluigi Aponte, a empresa MSC, Mediterranean Shipping Company, conta com 45 anos de atuação no setor de transporte hidroviário. Tem sua base financeira em Genebra, Suíça e operacional em Nápoli, Itália. O que distingue a MSC, Mediterranean Shipping Company, de outras companhias é o crescimento da empresa; da operação com apenas um navio para mais de 465 embarcações, globalmente.

A família Aponte é originária da Península de Sorrento, na Itália, uma região ligada à atividades marítimas. Os registros da família datam do século XVII. Em 1970, o Sr. Aponte deu início à MSC, Mediterranean Shipping Company, em Bruxelas, Bélgica, como um trabalhador informal, operando cargas fracionadas em um só navio comprado de terceiros. Este navio foi nomeado como MSC Patrícia. A companhia entrou para o mercado de cruzeiros no final dos anos de 1980 e viu seu crescimento se consolidar em 2003. (MSC CRUZEIROS, 2015 b).

Nestes 45 anos a frota não parou de crescer e se espalhar pelo mundo. Atualmente a MSC Cruzeiros administra uma das maiores companhias privada de cruzeiros marítimos do mundo e uma rede de mais de 480 escritórios em 150 países, empregando uma equipe de mais de 24.000 profissionais. Com uma frota estabelecida de 465 navios de contêineres e 12 de cruzeiros marítimos, ao todo com escalas de navegação global que cobrem 200 rotas e utilizam 315 portos. (MSC CRUZEIROS, 2015 b).

A MSC Cruzeiros foi inaugurada em 1988 e tornou-se uma das modernas companhias de cruzeiros. É a única empresa de cruzeiros a receber o prêmio 7 Golden Pearls do Bureau Veritas¹⁶, em reconhecimento ao seu alto nível de gerenciamento de qualidade e responsabilidade ambiental. Além da preocupação da empresa com o meio ambiente, esta se atenta para as demais responsabilidades sociais, como os projetos sociais na África por meio de várias ações de âmbito social com o programa 'nossos hóspedes ajudam'¹⁷, e apoiando projetos para melhorar a vida da população local (GUAIRA NEWS, 2015).

¹⁶ Certificado de um dos maiores prêmios mundiais atribuídos a navios de cruzeiro pela qualidade do ambiente, e a segurança da saúde (BUREAU VERITAS, 2015).

¹⁷ Este programa promove importantes projetos sociais na África em uma variedade de ações sociais, apoiando projetos para melhorar a vida da população local (MSC CRUZEIROS, 2015c).

A companhia também possui as certificações ISO 9001 e ISO 22000¹⁸ pela qualidade e segurança dos alimentos em terra e a bordo. A MSC Cruzeiros, em 2009, estabeleceu uma parceria de longo prazo com a UNICEF¹⁹ (Fundo das Nações Unidas para a Infância) para apoiar programas educacionais a crianças no Brasil, para os quais já arrecadou três milhões de euros. A parceria foi renovada no início de 2014, desta vez com intuito de apoiar os esforços da UNICEF para combater a fome e a desnutrição nos países em desenvolvimento e em situações de emergência (MSC CRUZEIROS, 2015c).

A MSC Cruzeiros foi reconhecida como a líder no mercado europeu pela publicação Cruise Industry News em seu relatório anual, o 2015/2016 Cruise Industry News Annual Report. O documento é considerado uma confiável fonte de informação da indústria de cruzeiros e reforça a liderança da armadora, que tem capacidade para transportar 1,1 milhão de passageiros pelo continente europeu. Além disso, a companhia foi colocada como a segunda maior empresa de cruzeiros do mundo (DIARIO DO TURISMO, 2015).

A empresa hoje opera com 12 navios, sendo eles:

- Classe Fantasia – MSC Preciosa, MSC Divina, MSC Esplendida e MSC Fantasia. Essa classe possuiu os melhores restaurantes, além da área MSC Yacht Club, um navio exclusivo dentro de um navio.
- Classe Música – MSC Magnifica, MSC Poesia, MSC Orquestra e MSC Musica. Juntos esses navios somam 93 mil toneladas e 294 metros de comprimento. Traz design característico italiano em toda a classe, nos aspectos mais visíveis aos detalhes.
- Classe Lírica – MSC Sinfonia, MSC Armonia, MSC Ópera e MSC Lírica. Estes quatro navios oferecem 750 suítes em estilo clássico. (MSC CRUZEIROS, 2015a).

¹⁸ São certificados de gestão, a ISO 9001 de qualidade organizacional que cobre áreas (como Vendas, Marketing, e Recursos Humanos) que não são o foco da ISO 22000 que diz respeito a segurança alimentar (BUREAU VERITAS, 2015).

¹⁹ A UNICEF é uma agência das Nações Unidas que tem como objetivo promover os direitos das crianças, ajudar e dar resposta às suas necessidades básicas e contribuir para o seu pleno desenvolvimento (UNICEF, 2015).

Os navios foram construídos nos estaleiros AkerYards²⁰ situados na Finlândia, França, Noruega, Romênia e Vietnã. O maior e mais caro navio de passageiros da história da navegação mundial o Oasis of the Seas, da empresa americana Royal Caribbean International, foi construído também pelos estaleiros AkerYards que é conhecido por superar expectativas (ANDREAS, 2009).

A empresa tem uma ampla oferta de itinerários para atender aos diferentes perfis de viajantes, como viagens curtas com três pernoites, roteiros de até sete noites e também com onze a quatorze dias, além das longas MSC Grand Voyages, que incluem travessias a partir da Europa para a América do Sul; e das Antilhas e do Caribe para o Sul da África, Abu Dhabi, Dubai e os Emirados. E contará com o MSC Grand Voyages do Rio de Janeiro para a China a partir de 2016 (MSC CRUZEIROS, 2015c).

Conclui-se que estando a família Aponte envolvida com o transporte hidroviário há 45 anos atuando no mundo com a empresa MSC, Mediterranean Shipping Company, esta cresceu e atingiu patamares elevados em questões de indústria e responsabilidade social para com o ambiente e os direitos humanos. Sendo assim, a MSC, Mediterranean Shipping Company, atualmente uma empresa que efetiva o transporte hidroviário por todo o mundo, em diversos setores, inclusive no de cruzeiros marítimos com a MSC Cruzeiros.

²⁰Os estaleiros do grupo Aker Yards, foram incorporados em 2008 ao grupo sul-coreano STX, grupo industrial com ampla participação na construção naval e nas atividades marítimas (PORTAL NAVAL, 2008).

5. RESULTADOS

Com o objetivo de analisar a participação das viagens de cruzeiro na empresa MSC Cruzeiros no Brasil, a seguir serão apresentadas informações que correspondem aos objetivos específicos da pesquisa e que possibilitarão uma resposta ao problema em estudo.

5.1 HISTÓRICO DA EMPRESA MSC CRUZEIROS NO BRASIL

Sua atuação no Brasil iniciou-se em 2000, representada pela Pier 1 Cruise Expert²¹, operando com dois navios da empresa da Píer 1 Cruise Expert, o Monterrey e o Rhapsody. Em julho 2002 a MSC Cruzeiros abriu seu próprio escritório no Brasil e passou a operar sem ajuda da Píer 1 Cruise Expert. Estes fatos ocorreram antes do estágio atual em que a empresa se encontra, como uma das maiores empresa privada de cruzeiros marítimos do mundo (AMARAL, 2009).

A companhia viu seu crescimento se consolidar em 2003, quando, desde então, não parou de crescer. Na costa brasileira, a companhia trabalha com roteiros de 3 a 20 noites, incluindo as travessias transatlânticas que dão início e que encerram a temporada no Brasil. São basicamente classificados como cruzeiros de 3 ou 4 noites com destino à praias próximas do porto de origem; e roteiros de 7 noites, destinados à Argentina e Uruguai ou Nordeste do Brasil. A MSC Cruzeiros faz a venda exclusivamente através das mais de doze mil agências de viagem cadastradas de todo o Brasil. Os agentes de viagem recebem treinamento acerca dos serviços oferecidos, além de acesso ao sistema de reservas MSC Online (SQUEFF; NERI; CONEGLIAN, 2012).

5.1.1 Dados Gerais

Conforme levantamento da associação de empresas do ramo, em 2013 eram 2,5 mil os brasileiros empregados na área, e cerca de 3 mil durante o ano de 2012 (DUPRÉ; ZOCCHIO, 2014).

²¹ Representante no Brasil das mais luxuosas companhias de cruzeiros marítimos e fluviais do mundo (PIER1, 2015).

Com relação aos preços dos cruzeiros de acordo Squeff, Neri e Coneglian (2012), os tarifários dos Cruzeiros MSC no Brasil são formados basicamente por três elementos:

- Tarifa: é o valor correspondente a acomodação (cabine), infraestrutura do navio e alimentação a bordo.
- Taxa de Serviço: equivalente as 'gorjetas' e que são pagas no ato da compra do pacote. Atualmente o valor calculado é de USD 9,00 por dia de cruzeiro.
- Taxa de Porto: é o correspondente marítimo das Taxas de Embarque aplicado pelas companhias aéreas. Na maioria dos roteiros brasileiros é de USD 90,00 por passageiro. Os navios têm bandeira internacional, por isso a tarifa por pax é cobrada em dólar.

No que diz respeito ao público consumidor da MSC Cruzeiros, em geral, é democrático, composto por homens e mulheres, famílias, casais, grupos de amigos, idosos ou mesmo grupos corporativos. A faixa etária também altera, com pessoas entre 25 e 54 anos, predominantemente. Quanto à escolaridade, profissão e classe econômica, pode-se dizer que é formado, principalmente, por empregados de empresas privadas/públicas, com curso superior completo, das classes A e B, sendo que os minicruzeiros atendem bem os cruzeiristas de primeira viagem e também a nova classe média brasileira. No que diz respeito à origem dos passageiros, a maioria procede do estado de São Paulo 61,1%, onde concentra-se a população com maior poder aquisitivo, seguida do estado do Rio de Janeiro 12% (SQUEFF; NERI; CONEGLIAN, 2012).

De acordo com Squeff, Neri e Coneglian (2012, p. 67) “dentro desse contexto, os destinos mais procurados por clientes da MSC Cruzeiros no Brasil são: Litoral do Nordeste 29,2%; Caribe 17%; Buenos Aires 13,4%”.

Ao longo dos anos, a MSC Cruzeiros veio conquistando mercado e, atualmente, ocupa a primeira posição, detendo 29% dos consumidores e desbancando a Costa (SQUEFF; NERI ; CONEGLIAN, 2012).

O gráfico 1 mostra a liderança da empresa MSC Cruzeiros no mercado brasileiro no ano de 2008/ 2009.

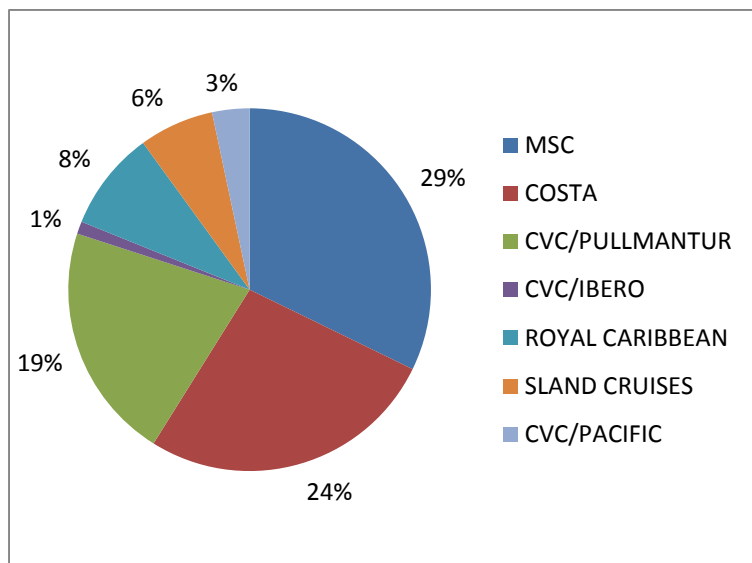


Gráfico 1 – Participação das companhias de cruzeiros no mercado brasileiro em 2008/2009
Fonte: SQUEFF, NERI e CONEGLIAN (2012)

No gráfico 1 há participação de sete companhias que atuaram no Brasil nos anos de 2008/2009, sendo a MSC Cruzeiros e a Costa as líderes do mercado na época, com um percentual auto também a Pullmantur em terceiro lugar.

Destaca-se a existência de um crescimento da indústria de cruzeiros na temporada 2010/2011, sendo que a MSC Cruzeiros esteve presente com quatro embarcações, e foi responsável por 38% da participação de mercado. Ou seja, 298.400 pessoas viajaram com a companhia, que continuou na liderança do setor. Mesmo com um número inferior às regiões que comandam o mercado de cruzeiros mundial, o Brasil aparece em terceiro lugar para a empresa (MSC CRUZEIROS, 2015a).

Nas temporadas de 2010/2011 estiveram no litoral brasileiro os navios; MSC Armonia, MSC Lírica, MSC Orchestra, e o MSC Musica. Nas temporadas de 2012/2013, quatro navios da empresa atuaram no país; o MSC Fantasia, MSC Magnifica, MSC Musica e MSC Orchestra. Já em 2014 os quatro navios em operação no Brasil foram: MSC Preziosa, MSC Magnifica, MSC Orchestra e MSC Poesia, que embarcaram 293 mil hóspedes na região, sendo 78 mil estrangeiros, que visitaram o país, nesse período, a bordo dos navios MSC. A MSC Cruzeiros pretende embarcar um total de 315 mil hóspedes na região, o que significará um aumento de 17% sobre o total da oferta na América do Sul, em relação à temporada 2014/2015 (MSC CRUZEIROS, 2015c).

A MSC Cruzeiros trará na temporada 2015/2016, novos navios, oferecendo itinerários diferenciados. O MSC Splendida virá ao Brasil pela primeira vez para operar a rota do Nordeste, o MSC Magnifica voltará ao país para mais uma temporada (MSC CRUZEIROS, 2015c).

Outro tema a ser abordado são os projetos para a construção de sete novos navios, divididos em duas classes: Seaside e Vista, que permitirão à companhia dobrar a oferta de leitos de 40 mil para 80 mil por dia até 2022. Dois dos novos navios da frota serão entregues em 2017. A armadora ainda oferecerá novos produtos internacionais, com destaque para o novo pacote com cruzeiros de sete noites pelo Caribe Sul, a bordo do MSC Orchestra, com fretamento exclusivo de um voo ida e volta da Gol (companhia aérea), partindo de São Paulo com destino a Fort de France, na ilha de Martinica (departamento ultramarino insular francês no Caribe), além de *transfer* do porto para o aeroporto e vice versa. Um dos grandes diferenciais para os brasileiros é que o roteiro não exige o visto americano (MSC CRUZEIROS, 2015c).

Como forma de se adequar ao mercado a MSC criou o aplicativo oficial da MSC Cruzeiros, para sistemas IOS e Android, permitindo que os clientes vejam os itinerários e as tarifas em seus celulares e tablets. Pode-se conferir as excursões, se atualizar com as ofertas especiais, e salvar os detalhes de um cruzeiro para ver mais tarde. Ou então, ver navios através de fotos, webcams e virtual tours com imagens de alta resolução e 360°. Mais uma vantagem é encontrar o agente de viagens que está mais próximo, e diretamente para o centro de contato (MSC CRUZEIROS, 2015c).

Com base nos dados citados neste item constata-se a extensão da empresa MSC Cruzeiros e sua participação no mercado de cruzeiros marítimos brasileiro, atingindo um leque de consumidores, gerando empregos na área para os brasileiros. A MSC Cruzeiros cresceu no país e ultrapassou as concorrentes líderes no litoral brasileiro já em 2008, se tornando a líder no Brasil. Como forma de manter o pódio a MSC Cruzeiros traz novidades e navios inéditos no Brasil a cada temporada, pacotes exclusivos para brasileiros com múltiplos serviços inclusos.

5.2 NAVIOS E ROTAS DA MSC CRUZEIROS DURANTE A TEMPORADA 2013/2014

A empresa MSC Cruzeiros operou quatro navios na temporada de 2013/2014 na costa brasileira com um total de 13.628 leitos, sendo um total de 89 cruzeiros na temporada, ou seja, 303.775 leitos oferecidos na temporada.

Tabela 01- REPRESENTAÇÃO DE DADOS DA TEMPORADA DA MSC CRUZEIROS DE 2013/2014

Navio	Leitos	Número de cruzeiros na temporada	Número de leitos total ofertados na temporada
MSC Poesia	3.223	23	74.129
MSC Magnifica	3.223	18	58.014
MSC Orchestra	3.223	25	80.575
MSC Preziosa	3.959	23	91.057

FONTE: Adaptado de FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS, 2014.

Nota-se que o MSC Preziosa foi o navio com maior número de leitos e de leitos ofertados na temporada, porém o navio que realizou mais cruzeiros foi o MSC Orchestra. Já o MSC Magnifica realizou o menor número de cruzeiros e teve o menor número de leitos ofertados na temporada.

Tabela 02- CARACTERÍSTICAS DOS NAVIOS UTILIZADOS NA TEMPORADA DE 2013/2014


MSC Magnifica	O MSC Magnifica é o mais novo navio de cruzeiro luxuoso da categoria Musica. O MSC Magnifica combina conforto com design pioneiro e tecnologia para oferecer o máximo em eficiência energética e desempenho ambiental.	
MSC Orchestra	O segundo da 'Categoria Musica', o MSC Orchestra oferece a combinação perfeita de design, conforto e segurança. Com espaços abertos arejados e estilo italiano.	

MSC Poesia	O MSC Poesia, é a terceira embarcação da 'Categoria Musica', foi inaugurado em 2008. Foi construído dentro dos padrões ecológicos mais recentes, o que resultou num transatlântico de última geração. É projetado sob a tendência ditada pelo estilo e elegância italiano.	
MSC Preziosa	MSC Preziosa: Possui a beleza dos materiais naturais, que irradiam a luminosidade e as cores do Mediterrâneo, como a praça de pedra de verdade, bem como outras características espetaculares tais como a imponente escadaria em cristais e a majestosa piscina 'infinita'.	

FONTE: Adaptado de MSC CRUZEIROS, 2015a.

A MSC Cruzeiros ofereceu cruzeiros de duas categorias sendo três deles da 'musica' e o MSC Preziosa da 'fantasia', os cruzeiros foram de três a oito dias os navios que estavam presentes na temporada 2013/2014 tiveram destinos diferentes como é apresentado na tabela 03.

Tabela 03- ROTAS DOS NAVIOS UTILIZADOS NA TEMPORADA DE 2013/2014

MSC Poesia	- Saída de Santos para Punta Del Este, Buenos Aires, Montevéu, e retorno a Santos.	
MSC Magnifica	- Saída de Santos para Punta Del Este, Buenos Aires, Montevéu, e retorno a Santos.	A ilustração da rota do MSC magnifica foi exposta na linha acima.

<p>MSC Orchestra</p> <ul style="list-style-type: none"> - Saída de Santos, Rio de Janeiro, Ubatuba, Ilha Grande, retorno ao Rio de Janeiro. - Saída do Rio de Janeiro, Búzios, Ilhabela, retorno ao Rio de Janeiro. - Saída do Rio de Janeiro, Ilhabela, Montevideú, Punta del Este, Buenos Aires, retorno ao Rio de Janeiro. <ul style="list-style-type: none"> - Saída do Rio de Janeiro, Búzios, Cabo Frio, Copacabana, Salvador, e retorno ao Rio de Janeiro. 		<p>The first map shows a route from Rio de Janeiro to Ubatuba and Ilha Grande. The second map shows a route from Rio de Janeiro to Ilhabela and Búzios. The third map shows a route from Rio de Janeiro to Ilhabela, Montevideú, Punta del Este, and Buenos Aires. The fourth map shows a route from Rio de Janeiro to Búzios, Cabo Frio, Copacabana, and Salvador.</p>
<p>MSC Preziosa</p> <ul style="list-style-type: none"> - Saída de Santos, Búzios, Ilhabela, retorno a Santos. - Saída de Santos, Búzios, Salvador, Ilhéus, Ilha Grande, retorno a Santos. - Saída de Santos, Salvador, Búzios, Copacabana, Ilha Grande, Ilhabela, e retorno a Santos. 		<p>The first map shows a route from Santos to Búzios and Ilhabela. The second map shows a route from Santos to Salvador de Bahia, Ilhéus, Búzios, Ilha Grande, and Santos. The third map shows a route from Santos to Salvador da Bahia, Búzios, Copacabana, Ilha Grande, Ilhabela, and Santos.</p>

Os cinco armadores presentes no Brasil na temporada 2013/2014 contaram com o total de 11 navios, que representa um total de 31.636 leitos. Levando em consideração o total de cruzeiros realizados, 230, no período em questão, pode-se constatar o total de 648.573 leitos ofertados na temporada (FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS, 2014). Considerando que a empresa com maior número de navios, leitos, e cruzeiros ofertados na temporada foi a MSC Cruzeiros contando com quatro navios neste período, pode se concluir que a empresa tem grande relevância para o mercado brasileiro.

5.3 NAVIOS E ROTAS DA MSC CRUZEIROS DURANTE A TEMPORADA 2015/2016

A empresa MSC Cruzeiros está operando três navios na temporada de 2015/2016 que já começou na costa brasileira com um total de 13.117 leitos, sendo um total de 82 cruzeiros na temporada, ou seja, 258.782 leitos oferecidos na temporada.

Tabela 04- REPRESENTAÇÃO DE DADOS DA TEMPORADA DA MSC CRUZEIROS DE 2015/2016

Navio	Leitos	Número de cruzeiros na temporada	Número de leitos total ofertados na temporada
MSC Armonia	2679	33	88.407
MSC Lírica	3968	16	63.488
MSC Splendida	3247	22	71.434
MSC Magnifica	3.223	11	35.453

FONTE: Elaborado pela autora, com base em MSC Cruzeiros, 2015a.

Percebe-se que o MSC Lírica foi o navio com maior número de leitos, e o MSC Armonia de leitos ofertados na temporada, tendo menor número de leitos, por que o navio realizou mais cruzeiros na temporada. Já o MSC Magnifica realizou o menor número de cruzeiros e teve o menor número de leitos ofertados na temporada.

A tabela 05 apresenta as propriedades dos navios da MSC Cruzeiros utilizados na temporada.

Tabela 05- CARACTERÍSTICAS DOS NAVIOS UTILIZADOS NA TEMPORADA DE 2015/2016


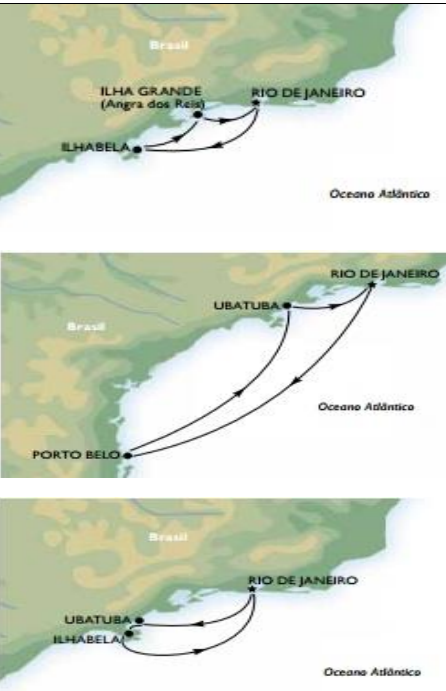
MSC Armonia	Ele é o primeiro dos quatro navios da MSC Cruzeiros a entrar no programa de renascimento, uma operação ambiciosa de 2 anos para transformar o MSC Armonia. Quando o MSC Armonia voltar a funcionar, ele terá mais cabines com varanda, uma maior variedade de restaurantes, áreas dedicadas para os jovens e maiores áreas abertas.	
MSC Lírica	Com design clássico, centrado em elegância, conforto e hospitalidade. Uma atmosfera relaxante, com vistas internas magníficas e uma incrível vista do mar a partir de lounges (salas ou bares) com grandes janelas. A modernidade e a tradição se juntam nesse navio ecológico.	
MSC Splendida	Futurístico, porém mantendo a elegância e o estilo italiano. Uma embarcação possibilita aos seus clientes 'navegar' ao invés de simplesmente 'viajar'. Disponibilizando um serviço de qualidade para os hóspedes mais exigentes no MSC Yacht Club, uma área exclusiva completa com 71 suítes espaçosas e serviços de mordomo 24 horas	
MSC Magnifica	O MSC Magnifica foi conceituado no subcapítulo anterior.	A ilustração do MSC Magnifica foi exposta no subcapítulo anterior.

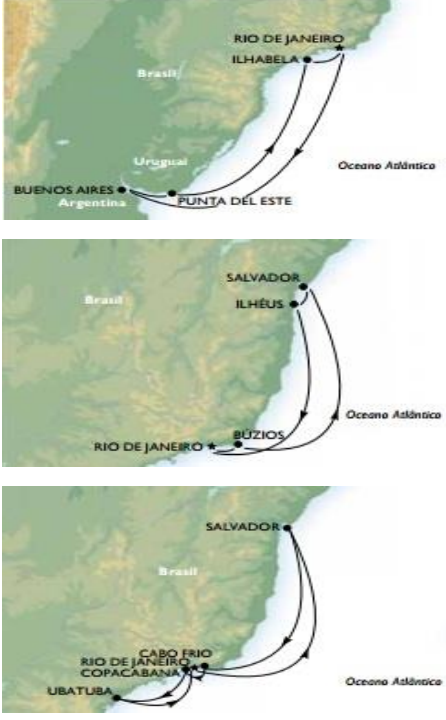
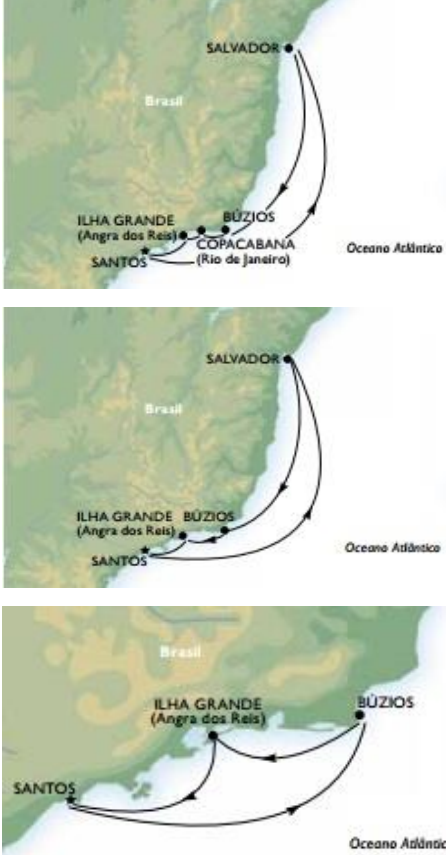
FONTE: Adaptado de MSC CRUZEIROS, 2015a.


Os navios não são os mesmos da temporada anterior, possuem design, serviços, número de leitos, diferentes. Com um navio da classe 'fantasia' o magnifica da classe 'musica' e o Lírica e o Armonia da classe 'Lírica' da MSC Cruzeiros, possuem suas próprias características citadas acima, além das rotas serem diferentes.

A MSC Cruzeiros oferecerá cruzeiros de três a oito dias, os navios que estarão presente na temporada 2015/2016 terão diferentes destinos sendo descritos na tabela 06.

Tabela 06- ROTAS DOS NAVIOS UTILIZADOS NA TEMPORADA DE 2015/2016

<p>MSC Armonia</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Saída de Santos, Cabo Frio; Ilhabela, e retorno a Santos. - Saída de Santos, Búzios, Cabo Frio; Ilhabela, e retorno a Santos. - Saída de Santos, Porto Belo, Copacabana, Ilhabela, Búzios Ilha Grande, e retorno a Santos. - Saída de Santos, Salvador, Ilhabela, Búzios, e retorno a Santos. 	
<p>MSC Lírica</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Saída do Rio de Janeiro, Ilhabela, Ilha Grande, e retorno ao Rio de Janeiro. - Saída do Rio de Janeiro, Porto Belo, Ubatuba, retornando ao Rio de Janeiro. - Saída do Rio de Janeiro, Ubatuba, Ilhabela, retornando ao Rio de Janeiro. - Saída do Rio de Janeiro, Buenos Aires, Punta del Este, Ilhabela, e retorno ao Rio de Janeiro. - Saída do Rio de Janeiro, Búzios, Salvador, Ilhéus, e retorno ao Rio de Janeiro. - Saída do Rio de Janeiro, Salvador, Cabo Frio, Copacabana, Ubatuba e retorno ao Rio de Janeiro. 	

		
MSC Splendida	<ul style="list-style-type: none"> - Saída de Santos, Salvador, Búzios, Copacabana, Ilha Grande e retorno a Santos. - Saída de Santos, Salvador, Búzios, Ilha Grande e retorno a Santos. - Saída de Santos, Búzios, Ilha Grande e retorno a Santos. - Saída de Santos, Búzios, Ilhabela, e retorno a Santos. - Saída de Santos, Salvador, Búzios, Ilha Grande, Ilhéus e retorno a Santos. 	 <p>As duas ultimas rotas do MSC Splendida foram ilustradas no subcapitulo anterior.</p>

MSC Magnífica	- Saída de Santos, Buenos Aires, Montevideú, Punta del Este, e retorno a Santos	
---------------	---	--

FONTE: Adaptado de MSC CRUZEIROS, 2015a.

Nota-se a variação de rotas nos diferentes navios oferecidos na temporada 2015/2016 com destinos nacionais e internacionais. As tabelas 07 e 08 apresentadas a seguir têm como intuito fazer uma comparação entre as temporadas 2013/2014 e 2015/2016, expondo novamente os itens citados nos resultados.

Tabela 07- TABELA COMPARATIVA ENTRE AS TEMPORADAS DA MSC CRUZEIROS NO BRASIL

Temporada 2013/ 2014				Temporada 2015/2016			
Navio	Leitos	Número de Cruzeiros na temporada	Número de leitos total ofertados na temporada	Navio	Leitos	Número de Cruzeiros na temporada	Número de leitos total ofertados na temporada
MSC Poesia	3223	23	74.129	MSC Armonia	2679	33	88.407
MSC Magnifica	3223	18	58.014	MSC Lírica	3968	16	63.488
MSC Orchestra	3223	25	80.575	MSC Splendida	3247	22	71.434
MSC Preziosa	3959	23	91.057	MSC Magnifica	3223	11	35.453

FONTE: Adaptado de FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS, 2014.

FONTE: Elaborado pela autora, com base em MSC Cruzeiros, 2015a.

Tabela 08- TABELA COMPARATIVA ENTRE AS ROTAS DAS TEMPORADAS 2013/2014 E 2015/2016 DA MSC CRUZEIROS NO BRASIL

Temporada 2013/ 2014		Temporada 2015/2016	
Navio	Rota	Navio	Rota
MSC Poesia	- Saída de Santos para Punta Del Este, Buenos Aires, Montevideú, e retorno a Santos.	MSC Armonia	- Saída de Santos, Cabo Frio; Ilhabela, e retorno a Santos. - Saída de Santos, Búzios, Cabo Frio; Ilhabela, e retorno a Santos. - Saída de Santos, Porto Belo, Copacabana, Ilhabela, Búzios Ilha Grande, e retorno a Santos. - Saída de Santos, Salvador, Ilhabela, Búzios, e retorno a Santos.
MSC Magnifica	- Saída de Santos para Punta Del Este, Buenos Aires, Montevideú, e retorno a Santos.	MSC Lírica	- Saída do Rio de Janeiro, Ilhabela, Ilha Grande, e retorno ao Rio de Janeiro. - Saída do Rio de Janeiro, Porto Belo, Ubatuba, retornando ao Rio de Janeiro. - Saída do Rio de Janeiro, Ubatuba, Ilhabela, retornando ao Rio de Janeiro. - Saída do Rio de Janeiro, Buenos Aires, Punta del Este, Ilhabela, e retorno ao Rio de Janeiro. - Saída do Rio de Janeiro, Búzios, Salvador, Ilhéus, e retorno ao Rio de Janeiro.

			-Saída do Rio de Janeiro, Salvador, Cabo Frio, Copacabana, Ubatuba e retorno ao Rio de Janeiro.
MSC Orchestra	<ul style="list-style-type: none"> - Saída de Santos, Rio de Janeiro, Ubatuba, Ilha Grande, retorno ao Rio de Janeiro. - Saída do Rio de Janeiro, Búzios, Ilhabela , retorno ao Rio de Janeiro. - Saída do Rio de Janeiro, Ilhabela, Montevideú, Punta del Este, Buenos Aires, retorno ao Rio de Janeiro. - Saída do Rio de Janeiro, Búzios, Cabo Frio, Copacabana, Salvador, e retorno ao Rio de Janeiro. 	MSC Splendida	<ul style="list-style-type: none"> - Saída de Santos, Salvador, Búzios, Copacabana, Ilha Grande e retorno a Santos. - Saída de Santos, Salvador, Búzios, Ilha Grande e retorno a Santos. - Saída de Santos, Búzios, Ilha Grande e retorno a Santos. - Saída de Santos, Búzios, Ilhabela, e retorno a Santos. - Saída de Santos, Salvador, Búzios, Ilha Grande, Ilhéus e retorno a Santos.
MSC Preziosa	<ul style="list-style-type: none"> - Saída de Santos, Búzios, Ilhabela, retorno a Santos. - Saída de Santos, Búzios, Salvador, Ilhéus, Ilha Grande, retorno a Santos. - Saída de Santos, Salvador, Búzios, Copacabana, Ilha Grande, Ilhabela, e retorno a Santos. 	MSC Magnifica	- Saída de Santos, Buenos Aires, Montevideú, Punta del Este, e retorno a Santos

FONTE: Adaptado de MSC CRUZEIROS, 2015a.

Conclui-se a partir da comparação das temporadas por meio das tabelas 07 e 08 a redução de leitos e de cruzeiros na temporada de 2015/2016 no litoral brasileiro, mesmo que a MSC Cruzeiros tenha mantido o mesmo número de navios que na temporada anterior. Trocou apenas três das embarcações por outras com características diferentes e com outras rotas, porém estas trazem os mesmo portos, e o mesmo padrão MSC Cruzeiros. Esta redução em alguns números do setor de cruzeiros já ocorreu em anos posteriores como é citado no capítulo 'cruzeiros marítimos no Brasil' desta pesquisa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como tema a atuação da empresa MSC Cruzeiros no mercado de cruzeiros marítimos no Brasil com atuação da MSC Cruzeiros. Foram levantados assuntos como o conceito de turismo, o desenvolvimento das viagens no mundo, transportes hidroviários, cruzeiros marítimos, cruzeiros marítimos no Brasil, e a empresa MSC Cruzeiros.

O objetivo específico de levantar o histórico da empresa MSC Cruzeiros no Brasil foi abordado descrevendo a atuação da empresa desde o início em 2000, no decorrer dos anos posteriores, levantando qual sua relevância para o mercado brasileiro de cruzeiros, e com dados gerais como: cerca de 3 mil brasileiros empregados pela empresa, tarifas de porto que o país recebe de USD 90 por pax, maior número de navios e cruzeiros dentre as demais companhias no território brasileiro.

O objetivo específico de identificar os tipos de navios e as rotas que a empresa ofereceu no território brasileiro durante a temporada de 2013/2014, foi concluído, os tipos de navios são de luxo com capacidade para mais de 2.000 mil passageiros e as rotas que a empresa ofereceu no território brasileiro, percorrem o litoral, e também águas internacionais e o número de cruzeiros foram cerca de 89 em 2013/2014 e 82 em 2015/2016 que a empresa realizou.

Como último objetivo específico de comparar a temporada por meio de tabelas 2013/2014 com a 2015/2016. Os dados de 2013/2014 foram comparados com os da temporada 2015/2016 por meio de tabelas, sendo possível identificar as mudanças negativas que ocorreram no setor, onde os números de cruzeiros e leitos diminuíram.

A partir desses resultados, atingiu-se o objetivo geral: analisar a participação das viagens de cruzeiro na empresa MSC Cruzeiros no Brasil.

Este trabalho teve como problema de pesquisa: qual a participação da empresa MSC Cruzeiros no mercado brasileiro? A empresa tem relevante participação no mercado. Os resultados apresentados demonstram a participação da empresa MSC cruzeiros no mercado brasileiro de cruzeiros, a partir destes conclui-se a importância da empresa para as viagens de cruzeiro na costa brasileira, já que está é atualmente a maior armadora na costa brasileira, apresentando ainda diversos projetos para desenvolver a atividade, e atrair um maior número de consumidores brasileiros.

No decorrer do trabalho foram apresentados e discutidos temas importantes como as mudanças que vêm ocorrendo no setor de cruzeiros, a relevância desse segmento para economia, geração de renda e empregos. Os autores consultados neste trabalho forneceram base teórica aos objetivos propostos na pesquisa evidenciando a importância do setor de cruzeiros para o turismo. Esta pesquisa foi descritiva, explicativa, que abordou os dados qualitativa, porém utilizando de instrumentos quantitativos.

Esta pesquisa espera incentivar novos estudos e avaliações sobre o tema e o problema proposto, um acompanhamento do setor no Brasil seria ideal, já que houve uma queda, os fatores que motivaram esta queda podem ser estudados mais profundamente com intuito de reverter este processo. Espera-se contribuir positivamente com a empresa MSC Cruzeiros, incentivar a valorização deste segmento no Brasil.

REFERÊNCIAS:

ABREMAR, Associação Brasileira de Cruzeiros Marítimos. **Hóspedes de navios gastam média de US\$ 100 por dia nas cidades escala.** São Paulo: Associação brasileira de representantes de empresas marítimas, mar. 2015.

ABREMAR, Associação Brasileira de Cruzeiros Marítimos. **O impacto dos cruzeiros marítimos de cabotagem.** São Paulo: Associação brasileira de representantes de empresas marítimas, 2008.

AGEM SP GOV. **Royal Caribbean não trará mais seus cruzeiros para o Brasil.** Ano 2015. Disponível em: < <http://www.agem.sp.gov.br/royal-caribbean-nao-trara-mais-seus-cruzeiros-para-o-brasil/>>. Acesso em: 01 de fev. 2016.

AMARAL, Ricardo Costa Neves do. **Cruzeiros marítimos.** São Paulo: Manole, 2006. 270 p

AMARAL, Ricardo Costa Neves do. **Uma análise do mercado de cruzeiros marítimos:** Evolução, expansão e previsão no Brasil e no mundo. 2009. 148 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências da Comunicação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

ANDREAS, San. Oasis of the Seas - **Lançado o maior navio de cruzeiro do Mundo.** 11 Fevereiro 2009. Disponível em: <<http://forum.outerspace.terra.com.br>>. Acesso em: 20 de jun. 2015.

BARBOSA, Ycarim Melgaco. **Despertar do turismo:** um olhar critico sobre os não-lugares. São Paulo: Aleph, 2001.

BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo.** Campinas, SP: Papirus, 1995.

BRASIL. Emenda constitucional nº 7, art. 178. **Adoção de medidas provisórias.** Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Emendas/Emc/emc07.htm>. Acesso em: 02 de fev. 2016.

BUREAU VERITAS. **Certificação.** 2015. Disponível em: <<http://www.bureauveritas.com.br/services%20sheet/certificacao>>. Acesso em: 20 de jun. 2015.

BW TURISMO. **Cruzeiros.** Disponível em: <<http://site3.b7web.com.br/page/s/19>>. Acesso em: 20 de jun. 2015.

CARNEIRO, Henrique Soares. **O múltiplo imaginário das viagens modernas:** ciência, literatura e turismo. Curitiba, UFPR. 2001 p. 227-247.

CISNE, Rebecca; GASTAL, Susana. **Turismo e sua história: discutindo periodizações**. 2010. 12 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Turismo, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2010. Cap. 12.

CÓRDOVA, Fernanda Peixoto; SILVEIRA, Denise Tolfo. A pesquisa científica. In: GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (Org.). **Métodos de pesquisa**. Rio Grande do Sul: Ufrgs, 2009. p. 9-113.

CRUZEIROS. **Top das maiores companhias de cruzeiro do mundo**. Jun. 2014. Disponível em: <http://www.cruzeiros.com.pt/top-das-maiores-companhias-de-cruzeiro-do-mundo/>>. Acesso em: 10 de nov. 2015.

CURSOS NO CD. **Empresas Intervinentes na Navegação**. Disponível em: <<http://cursosnocd.com.br/logistica/empresas-intervenientes-na-navegacao.htm>>. Acesso em: 10 de nov. 2015.

DE LA TORRE, Francisco. **Agências de viagens e transportes**. São Paulo: Roca, 2003.

DIÁRIO DO TURISMO. **MSC Cruzeiros é reconhecida como marca líder de cruzeiros na Europa**. 2015. Disponível em: <<http://diariodoturismo.com.br/msc-cruzeiros-e-reconhecida-como-marca-lider-de-cruzeiros-na-europa/>>. Acesso em: 01 de nov. 2015.

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Atlas, 2005.

DICIO. **Périplo**. Disponível em: <<http://www.dicio.com.br/periplo/>>. Acesso em: 27 de jan. 2016.

DICIONÁRIO INFORMAL. **Cabine**. Disponível em: <<http://www.dicionarioinformal.com.br/cabine/>>. Acesso em: 25 de jan. 2016.

DREAM TOURS. **Cruzeiros gastronômicos**. Disponível em: <<http://www.dreamtours.com.br/node/84>>. Acesso em: 27 de jan. 2016.

DUPRÉ Anali; ZOCCHIO Guilherme. **Fiscais flagram trabalho escravo em cruzeiro de luxo**. Disponível em: <<http://reporterbrasil.org.br/2014/04/fiscais-flagram-trabalho-escravo-em-cruzeiro-de-luxo/>>. Acesso em: 20 de set. 2015.

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS (Brasil). Associação Brasileira de Cruzeiros Marítimos (Org.). **Cruzeiros marítimos: Estudo de perfil e impactos econômicos no Brasil**. São Paulo, 2011. 28 p.

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS (Brasil). **Associação Brasileira de Cruzeiros Marítimos** (Org.). **Cruzeiros marítimos: Estudo de perfil e impactos econômicos no Brasil**. São Paulo, 2014.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2007.

GUAIRA NEWS. **MSC cruzeiros anuncia seus cruzeiros temáticos para a próxima temporada brasileira.** 03 de set. 2015 Disponível em: <<http://www.guairanews.com/2015/09/03/msc-cruzeiros-anuncia-seus-cruzeiros-tematicos-para-a-proxima-temporada-brasileira/>>. Acesso em 20 de out. 2015.

INFO ESCOLA. **Pré- História.** Disponível em: <<http://www.infoescola.com/historia/pre-historia/>>. Acesso em: 09 de nov. 2015.

INFO PÉDIA. **Ferryboat.** Disponível em: <<http://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/ferryboat>>. Acesso em: 28 de jan. 2016.

LEAL, Fabiana Braga; SOARES, Maria de Fatima; PACHECO, Natalia. **O mercado de cruzeiros marítimos no Brasil:** uma análise da demanda potencial no estado do Rio de Janeiro. Observatório de Inovação do Turismo - Revista Acadêmica, Rio de Janeiro, v. 3, n. p.18-38, mar. 2013.

LICKORISH, Leonard John; JENKINS, Carson L. **Introdução ao turismo.** Rio de Janeiro: Campus, 2000.

LOGISTICA PARA TODOS. **Desenvolvendo o conhecimento.** Ano 2015. Disponível em: <<http://logisticaparatodos-com-b.webnode.com.br/saiba-mais/os-05-cinco-modais-de-transporte-/>>. Acesso em 20 de out. 2015.

MACEDO, Sérgio D. T.. **Da cadeirinha ao avião:** história dos transportes no brasil. 3. ed. São Paulo: Record, 1968.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico.** São Paulo: Atlas, 1983.

MELO, Ricardo A. de. **Modal hidroviário:** impactos ambientais e medidas mitigadoras. 2012. 130 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Engenharia Urbana e Ambiental, Universidade Federal da Paraíba Centro de Tecnologia, Paraíba, 2012.

MSC CRUZEIROS. **Diário de bordo.** Disponível em: <http://diariodebordomsc.com.br/as-classes-dos-navios-msc/>. Acesso em: 15 de out. 2015a.

MSC CRUZEIROS. Nossa herança: **Uma companhia marítima global criada por uma família apaixonada pelo mar.** 2015. Disponível em: <<https://www.msc.com/prt/about-us/our-heritage>>. Acesso em: 02 de set. 2015b.

MSC CRUZEIROS. **O estilo mediterrâneo de viver bem.** 2015. Disponível em: <http://www.msccruzeiros.com.br/br_pt/Sobre-a-MS-Cruzeiros/A-MS-Cruzeiros.aspx>. Acesso em: 02 de set. 2015c.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Brasil é o 5º no mercado de cruzeiros marítimos.** 15 de março de 2012. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/geral_interna/noticias/detalhe/20120315.html>. Acesso em: 10 de nov. 2015.

OMT, Organização Mundial de Turismo. Ano 2012. Disponível em: <<http://ajonu.org/2012/10/17/organizacao-mundial-do-turismo-omt/>>. Acesso em 28 de jan. 2016.

PALHARES, Guilherme Lohmann. **Transportes Turísticos**. São Paulo: Aleph, 2002.

PAOLILLO, André Milton; REJOWSKI, Mirian. **Transportes**. São Paulo: Aleph, 2006.

PEREIRA, Simone Rocha; ROBLES, Léo Tadeu. **Cruzeiros Marítimos: o turismo de viagem e o porto de santos**. Centro Universitário Anhanguera: São Paulo, 2010.

PIER1. **A história da Pier 1**: Referência no mercado de cruzeiros. 2015. Disponível em: <<http://www.pier1.com.br/a-pier-1.html>>. Acesso em: 15 de nov. 2015.

PORTAL NAVAL. **Estaleiro Aker Promar passa a se chamar STX Brasil Offshore**. 2008. Disponível em: <<http://www.portalnaval.com.br/noticia/estaleiro-aker-promar-passa-a-se-chamar-stx-brasil-offshore/>>. Acesso em: 10 de nov. 2015.

PORTAL WORLD CRUISES. **Carnival confirma extinção de Ibero Cruceros**. 24 de

Jun. 2014. Disponível em: <<http://www.portalworldcruises.com/2014/06/carnival-confirma-extincao-da-ibero.html>>. Acesso em 02 de set. 2015.

ROMANO, Luís Antônio Contatori. **Viagens e viajantes: uma literatura de viagens contemporânea**. Londrina: Estação Literária, 2013.

RONÁ, Ronaldo di. **Transporte no turismo**. São Paulo: Manole, 2002.

SALGUEIRO, Valéria. **Grand Tour: uma contribuição à historia do viajar por prazer e por amor à cultura**. Revista Brasileira de História. São Paulo, 2002.

SO HISTORIA. **Revolução Industrial**. Disponível em: <<http://www.so-historia.com.br/resumos/revolucaoindustrial.php>>. Acesso em: 29 de jan. 2016.

SQUEFF, Danielle; NERI, Fabiana; CONEGLIAN, Juliana. **MSC yacht club**. 2012. 148 f. Monografia (Especialização) - Curso de Comunicação, Espm, Saõ Paulo, 2012.

STEINBERG, Fabio. **Mar revolto**. Viagens S/a, São Paulo, v. 25, n. 10, p.1-7, jan. 2012.

SUA PESQUISA. **Cronologia da Idade Média: os principais fatos históricos que marcaram a história medieval**. Disponível em: <http://www.suapesquisa.com/idademedia/cronologia_idade_media.htm>. Acesso em: 20 de jan. 2016.

SUA PESQUISA. **História da Grécia Antiga**. Disponível em: <<http://www.suapesquisa.com/grecia>>. Acesso em: 28 de jan. 2016.

SUA PESQUISA. **Segunda Guerra Mundial (1939 - 1945)**. Disponível em: <<http://www.suapesquisa.com/segundaguerra/>>. Acesso em: 25 de jan. 2016.

SWARBROOKE, John. **Turismo Sustentável: Turismo cultural, ecoturismo e ética**. São Paulo: Aleph, 2000.

TIMÓTEO, Fábio Alexandre da Graça. **Comportamento do consumidor de cruzeiros marítimos em Portugal**. Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril. 2012.

TRANSPORTE MARITIMO GLOBAL. **Crescimento da indústria de cruzeiros em 2014**. 03 de mar. 2014. Disponível em: <<http://transportemaritimoglobal.com/2014/03/03/a-industria-de-cruzeiros-em-2014/>>. Acesso em 05 de nov. 2015.

UNICEF, Fundo das Nações Unidas para a Infância. **A UNICEF**. 05 de Nov. 2015 Disponível em: <<http://www.unicef.pt/artigo.php?mid=18101110&>>. Acesso em 15 de nov. 2015.