

Operadoras apostam nas vendas on line

É possível verificar hotéis, aluguel de carros e comparar preços

Erik Farina

Um número crescente de agências turísticas e empresas que também atuam no setor têm levado à internet suas estruturas de vendas. No início deste mês, o Carrefour, uma das maiores redes varejistas do País, lançou seu portal de viagens na internet. A ferramenta possibilitará a venda de passagens aéreas, reservas de hotel, locação de veículos e pacotes nacionais e internacionais on line. Além das vendas diretas, a ferramenta representará um suporte para as estruturas físicas do Turismo Carrefour. "Hoje, é muito raro ver um cliente que chega em uma agência de turismo sem já ter pesquisado na internet previamente o destino que vai visitar e as opções de viagens", comenta Paulo Silveira, diretor de serviços do Grupo Carrefour.

A incursão da gigante dos supermercados no turismo on

line chama a atenção para o potencial deste mercado. De acordo com pesquisa da Jupiter Media, empresa especializada em tecnologia, as vendas de produtos turísticos pela internet movimentaram R\$ 3,2 bilhões no País em 2007 e deve chegar a R\$ 10,2 bilhões em 2010 - crescimento anual de 31%. "O Brasil conta com 40 milhões de usuários de internet, e os negócios no turismo estão crescendo, por isso muitas empresas passam a colocar sua estrutura de vendas na rede", explica Luiz Gabriel Menis, executivo de contas da Amadeus Brasil, empresa especializada na construção de sites de viagens e criadora da página do Carrefour.

Além das redes varejistas, o mergulho na web envolve agências e operadoras tradicionais. Nos últimos anos, grandes companhias passaram a apostar na internet para oferecerem seus serviços turísticos, a partir de

acordos com operadoras, hotéis e empresas aéreas. O site de e-commerce Submarino, por exemplo, disponibilizou, em 2005, um serviço especial para os viajantes, enquanto a CVC desenvolveu um site onde expõe todos os seus pacotes, com opções de compras on line. "Os sites oferecem mais comodidade na comparação de preços e mais segurança no pagamento, pois termina com o repasse do número de cartão de crédito pelo telefone, no caso dos call centres", argumenta Menis.

Além disso, as agências descobriram na internet uma ferramenta mais econômica para operar, uma vez que eliminam custos com agências físicas e centrais de telefonia. Esta vantagem foi um dos motivos que levaram a agência Copastur a criar recentemente o Rapi10, seu braço de turismo on line focado em viagens de lazer. Inicialmente, a empresa tinha atuação em lojas, mas desde maio conta com um portal na web.

"Nossa expectativa é de que 85% das vendas sejam realizadas através do portal", comenta Edimar Mendonza, diretor do Rapi10. A companhia oferece confirmação imediata de reserva e apoio de atendentes no site, que ajudam a verificar a disponibilidade em hotéis, marcar aluguel de carros e comparar preços de passagens aéreas. No total, são mais de 20 mil estabelecimentos cadastrados. "A internet proporcionará mais produtividade aos nossos atendentes, o que possibilitará um aumento nas margens e preços mais competitivos", completa Mendonza.



Ferramenta apresenta menos custos que estruturas físicas

Festival em Gramado tem 80% dos espaços comercializados

Cerca de 80% da área para estandes da 20ª edição do Festival do Turismo de Gramado, que ocorre de 13 a 16 de novembro próximo, no Serra Park, está comercializada. O evento tem a proposta de promover o produto turístico por meio de nichos separados em salões e conta paralelamente com um congresso para discutir as principais tendências de mercado.

No ano passado, o evento recebeu 13,1 mil participantes que acompanharam a divulgação de 2 mil marcas divididas em mais de 300 estandes. Para este ano ainda não há previsão, mas a tendência é de crescimento. A época em que ocorre o evento da Serra

Gaúcha favorece, entre outros aspectos, a comercialização de pacotes de baixa temporada no exterior.

Países como Argentina, Uruguai, Chile, Equador, além da Comunidade Européia, estarão presentes. O público alvo são os agentes e operadores de viagens. Nesta 20ª edição, o Festival lança o Salão do Turismo Cultural, ao mesmo tempo em que avança na continuidade de nichos de sucesso como o 2º Salão do Turismo Religioso. Também inclui o 6º Salão de Ecoturismo e Turismo de Aventura, o 5º Salão de Tecnologia para a Indústria do Turismo, o 4º Salão de Turismo Rural e, o 3º Salão de Turismo Saúde.

Alunos aprendem cultura gaúcha

Alunos de escolas municipais de ensino básico de cidades gaúchas serão o público-alvo do Turismo Pedagógico, programa que será promovido pela Secretaria de Turismo de Porto Alegre em parceria com a Federação dos Municípios do Rio Grande do Sul (Famurs) e operado pela ONG Caminhos da Cultura. O termo de cooperação foi assinado na semana passada.

O programa promoverá excursões educacionais à Capital, com duração de um dia, para um contato direto dos estudantes com a memória viva presente no patrimônio arquitetônico, artístico, cultural e folclórico do Centro Histórico de Porto Alegre. A ideia é fortalecer o reconhecimento das origens da colonização e da história do Estado.

SILVIO WILLIAMS/ARQUIVO/UC

CLAUDIO TACHELLO

MATEUS BRUNO/UC