



Passagem sob medida

Com clientes como Iberia, Air Canada e Qantas, a Amadeus traz ao Brasil seu software para personalização de serviços e tarifas. A idéia é cobrar de acordo com as demandas do passageiro, explica Gustavo Murad. **B5**

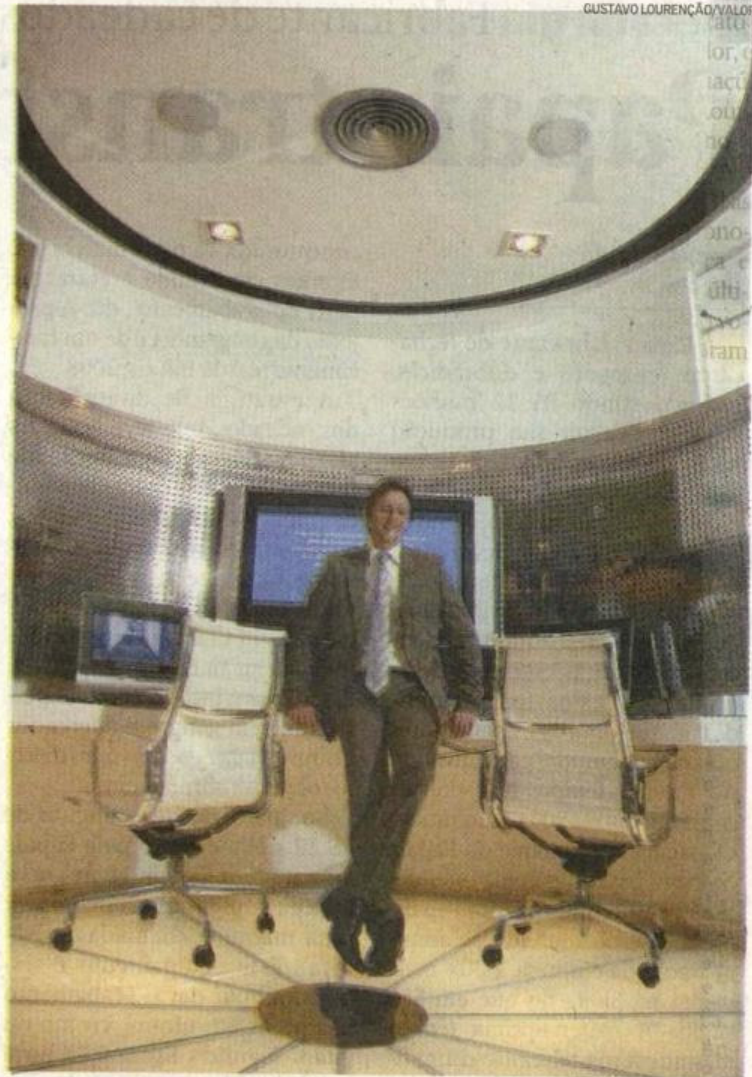
Check-in fragmentado

Alta do petróleo, problemas de infra-estrutura e mudança no perfil do viajante vão exigir cada vez mais que as companhias aéreas reorganizem custos e receita. Um caminho apontado pela Amadeus, empresa de soluções tecnológicas para o setor aéreo, é a customização de tarifas. Ou seja, o passageiro paga mais ou menos de acordo com os serviços comprados. A Amadeus desenvolveu o e-Retail Engine, uma plataforma que permite gerenciar essa personalização de vendas. O viajante pode, por exemplo, optar por não comer a bordo e pagar menos por isso. Ou então, trocar suas milhas por

um desconto na passagem. Outra possibilidade é pagar menos quem leva apenas bagagem de mão. "O sistema faz a estruturação de tudo isso e a devida cobrança. É uma forma das empresas lidarem com os altos custos do mercado atualmente", afirma Gustavo Murad, diretor de negócios para companhias aéreas da Amadeus. Companhias como Air Canada, Iberia, Qantas e FinAir já utilizam o sistema. O desafio da empresa é vender a solução no mercado brasileiro. "As empresas brasileiras estão começando a se interessar pelo conceito."

Check-in I

Uma pesquisa desenvolvida há um ano pela Amadeus e que traça o perfil do viajante até 2020 ajuda a empresa a criar soluções para seus clientes. De acordo com Murad, a tendência é a segmentação cada vez maior do público. "As pessoas vão viver mais e melhor e vão viajar muito a lazer. Companhias têm de se preparar para atender melhor os idosos." Murad ressalta que facilidades vão surgir. Já há, por exemplo, estudos de soluções de rastreamento por voz para ajudar passageiros na hora de embarcar ou fazer uma conexão. O executivo prevê também áreas "cell free". "Com a provável liberação do uso de celular, os vôos vão se tornar um falatório. Mas muitas pessoas não vão querer estar nessa balbúrdia."



Murad, da Amadeus: desafio de vender customização de tarifas aéreas