

# Estabilização fará o turismo ampliar as faixas de atração

por Deisy Cavalcanti Duarte  
de São Paulo

O turismo, o terceiro maior produto em faturamento no mundo — só superado pelo petróleo e pela indústria de armamentos —, deverá tornar-se mais acessível com as mudanças da nova economia, já que os custos serão fixos. A opinião, de Eduardo Vampré do Nascimento, diretor da Nascimento Turismo, consolida-se quando ele afirma que antes do pacote as empresas de turismo faziam concessões em matéria de preço e sistemas de pagamento. "Hoje oferecemos prazos de pagamento", diz.

Para o gerente de marketing da mesma agência, José Gaspar Brandão, na fase anterior ao pacote o turismo carecia de planejamento. A falta de programar viagens era acelerada por uma economia altamente inflacionária e por especulações, fatores que atingiam até as classes de maior poder aquisitivo, segundo Brandão. Hoje ele nota antecipação na busca de informações por parte dos clientes que não têm em vista apenas a solução mais econômica.

## MAIS CONCORRÊNCIA

Entretanto, atingir o consumidor com antecipação significa intensificar a concorrência. As agências de turismo, que ainda conservam estrutura familiar ou centralizada em uma pessoa, precisarão investir em marketing e delinear o perfil de um consumidor mais seletivo. Alguns produtos turísticos, como anúncios, folhetos, promoções e malas diretas, aumentarão com o pacote, na previsão do gerente de marketing. A competitividade no mercado vai exigir uma atuação mais profissional por parte das agências de turismo de maior porte, que nos últimos quatro anos passaram a ser atendidas por agências de propaganda.

A Nascimento Turismo deverá lançar por estes dias pacotes turísticos de viagens nacionais e internacionais facilitados em duas ou três parcelas de pagamento dentro das margens (para a parte terrestre). Na parte aérea a IATA, órgão que representa as principais companhias aéreas, já tem financiamentos com juros baixos, lembra Brandão.

A Transatlântica Turis-

mo permanece com a mesma sistemática de pagamentos de antes do pacote: financiamento em quatro pagamentos sem juros, informa o diretor Sérgio Gagliardi. A três meses da temporada de inverno, a agência está sendo mais solicitada do que na mesma época no ano passado. "Como vendemos produtos de consumo imediato — viagens pelo Brasil e América do Sul —, eram raras as consultas com antecedência", observa o diretor.

Para Gagliardi há dois perfis de passageiros: aquele que aproveitava o rendimento de investimentos para aplicar em viagens, "que vai ter de se adaptar à nova situação", e o que investia em viagens porque julgava que o dinheiro aplicado não acompanhava a inflação. "Este, que viajava antes de o dinheiro perder seu poder de compra, não vai mudar de hábito."

"Com a estabilidade de preços, as agências e operadoras poderão fazer seu marketing com segurança.