

TURISMO NA RMVALE

VACINAÇÃO CONSOLIDA MUDANÇAS NO RUMO DOS NEGÓCIOS, DURANTE A PANDEMIA

APÓS TEREM PASSADO POR MUDANÇAS, AGÊNCIAS DE TURISMO E HOSPEDAGENS ESTÃO OTIMISTAS COM A VACINAÇÃO DA POPULAÇÃO



Foto: Anielle de Vito

Ana Ligia Dal Belo

Nos piores momentos da pandemia de Covid-19, que começou ano passado, as agências de turismo e as hospedagens que não sucumbiram à crise tiveram de estudar novas segmentações de público e modelos de negócios para driblar as dificuldades.

Ana Ceruks, proprietária do Recanto do Sauá, em Monteiro Lobato, precisou deixar a agência onde trabalhava e investir em outro ramo. “Tínhamos grande demanda internacional na agência, com a pandemia, esse mercado ficou praticamente nulo”.

Como a família já tinha uma propriedade em Monteiro Lobato, que hospedavaromeiros a caminho de Aparecida, Ceruks adotou o “Day Use”, modalidade de turismo em que não há pernoite.

“Tive que adaptar minha propriedade para receber as pessoas por um dia, foi bem na época do verão, então as pessoas vinham, usavam a piscina. (...) O turismo interno está ficando aquecido porque as pessoas não podem sair do país, não querem se expor e viajar de avião para lugares longe, querem um lugar para passar o dia, fazer

uma higiene mental”, explicou a turismóloga e pedagoga.

Segundo Ceruks, o cenário está melhor. Os grupos ainda são menores do que 100, mas têm feito reservas com mais frequência. “Agora, em 2021, pós-vacina, as romarias estão retomando”, comemora.

Teve quem diversificasse os serviços ofertados. É o caso de Fabrício Siqueira e sua sócia Fernanda Bragatto, da agência I Love Travel, em São José dos Campos, cujas viagens internacionais correspondiam a mais da metade dos lucros.

“É claro que isso trouxe novos aprendizados, todo mundo teve que correr atrás”, afirma o turismólogo.

“Uma das alterações que a gente fez foi mostrar aos clientes nosso potencial para os roteiros curtos, de carro. Temos uma série de hotéis na região do Vale, regiões rurais do estado de São Paulo, resorts de praia, sul de Minas, Rio de Janeiro, partes do Paraná. São lugares para onde as pessoas podem ir e usufruir de um hotel, cabana, pousada, sem necessariamente ir

de avião”, explica.

Até nos períodos mais críticos da pandemia, as pessoas buscavam viagens de curtas distâncias, para se afastar do caos, trabalhar e descansar, diz Siqueira.

Segundo ele, algo que ajudou as empresas a se manterem foram as medidas provisórias adotadas pelo Governo Federal. “Permitem que todo o segmento do turismo proponha ao cliente crédito para usar em até um ano ou mais, para evitar cancelamento”. Fora isso, principalmente depois de julho, quando os aeroportos voltaram, a gente voltou a ter muita viagem nacional. Tivemos momentos mais difíceis, mas nunca paramos”, acrescenta. Atualmente, a agência tem visto crescimento nas viagens internas, também a países como México, Curaçao (ilha nas Antilhas Holandesas), Punta Cana, Maldivas, e até no “turismo de vacinas”. “Tem gente que escolheu ser vacinada nos Estados Unidos, para isso, a pessoa faz 15 dias no México, que não pede quarentena e permite passeio, e depois dá entrada nos EUA para tomar vacina”, explica.

“Nesse momento, a gente repensou a agência, até nessas

questões de marketing e mídia para curto e médio prazo, mas sempre mantendo nosso principal objetivo de assistência, resolução de problemas, e assessoria ao cliente”, conclui Siqueira.

Outros empresários arriscaram mudar o perfil do negócio. “Estamos trabalhando também o conceito “anywhere office”, pelo qual o cliente viaja com a família para um local que proporcione trabalhar e estudar, mas também pode aproveitar a estrutura de lazer”, afirma a proprietária da Mediterrâneo Agência de Viagens, Tereza Bacha, que não tinha segmentação antes da pandemia.

“Ter um bom controle financeiro ajudou muito, mas não imaginávamos que a pandemia levaria tanto tempo. (...) Se não tivesse me adaptado, certamente teria encerrado as atividades”, admite a empresária.

“Outra ação que ajudou muito a superar este período foi a união

dos agentes de viagens da região”, afirma Bacha sobre a Aaavap (Aliança das agências de viagens do Vale do Paraíba).

Agentes de viagem unidos

A empresária e membro da Aaavap explica que a aliança existe há três anos, mas ficou mais forte. “O objetivo sempre foi a união dos agentes, mas na pandemia, a união se consolidou e foi a força que muitos se agarraram para continuar”. O grupo, que conta com 24 agências da RMVale cadastradas, oferece treinamentos semanais sobre empreendedorismo, redes sociais e mercado atual, entre outros assuntos. Além disso, realizam viagens técnicas (Famtours) com parcerias de operadoras, em que os agentes conhecem o destino e se capacitam para vendas mais assertivas, explica Bacha.

A melhora no setor de turismo é aguardada com ansiedade, agora



Foto: Tereza Bacha/Reprodução

que mais pessoas têm se vacinado. “Minha expectativa é que o turismo vai ter uma grande alavancada daqui pra frente. As pessoas estão precisando sair, pois com o home office, a residência hoje não é mais um local de descanso, você trabalha e vive no mesmo ambiente, então há necessidade de buscar alternativas de lazer, mesmo que próximas de casa”, conclui. ■

UMA DAS BIG 5
ATTITUDE CHANGES EVERYTHING



PRESENTE NAS PRINCIPAIS CIDADES DO PAÍS LÍDER NO MIDDLE MARKET

35 SÓCIOS R\$257,3 MILHÕES RECEITA EM 2019 1.713 PROFISSIONAIS

83% DOS CLIENTES CONFIRMAM QUE A BDO ATENDE OU SUPERA AS EXPECTATIVAS

AUDITORIA | CONSULTORIA | TAX | OUTSOURCING

#SOMOSBDO
Tel (12) 3941-4262

BDO