

Voar é para todos

Companhias aéreas oferecem alternativas para conquistar passageiros da classe C

ERICA RIBEIRO

O avião começa a deixar de ser um meio de transporte para quem tem melhor poder aquisitivo. Isso porque as companhias aéreas estão cada vez mais de olho em um novo e poderoso público consumidor, a chamada nova classe média, que engloba aproximadamente cem milhões de pessoas com renda disponível para adquirir passagens aéreas. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e da Fundação Getúlio Vargas (FGV), 90 milhões pertencem à classe média, com renda entre R\$ 1 mil e R\$ 4,5 mil. No entanto, pouco mais de 16 milhões de pessoas usam o avião como meio de transporte, o que torna o Brasil um dos países com maior potencial de crescimento do setor aéreo no mundo.

Pensando nelas é que empresas como TAM, Gol, Webjet e Azul passam a disputar esse novo mercado, com parcelamento de bilhetes em até 36 vezes,



parcerias com instituições financeiras e comunicação que visa estar mais perto de onde esse consumidor está, com lojas e participação em eventos e espaços culturais. Um meio também de tornar a relação deste cliente com a viagem de avião menos formal e mais democrática.

A Azul lança nesta segunda-feira, 5, um novo pacote de parcelamento chamado Azul Crédito, administrado pela empresa. Segundo Gianfranco Beting, diretor de comunicação e marca da Azul, a ideia de criar um pacote de serviços com administração própria vem desde a criação da companhia aérea.

“O que sempre defendi é que tão importante quanto o preço é oferecer opções de parcelamento. Vamos trabalhar com tarifas

baixas e opções de parcelamento diferenciadas e boas, com prestações que caibam no bolso. Vamos estudar a receptividade dessas modalidades que estamos lançando para depois incrementar o produto e mesmo lançar novos no futuro. Com isso, esperamos que mais pessoas, mais CPFs usem o avião para viajar e façam isso mais vezes”, diz Beting.

Entre as novidades que a empresa está trazendo com o pacote de financiamento está o parcelamento recorrente em cartões de crédito, que debita a cada mês o valor da parcela e não o valor total da compra (o que acabaria “estourando” o limite do cartão). O parcelamento com cartões poderá ser feito em até quatro vezes sem juros e oito vezes com juros de 2,5% ao mês.

Essa opção de pagamento entra em vigor esta semana e não há valor mínimo de parcela.

A outra forma de pagamento é o débito em conta corrente. O valor da parcela é debitado mensalmente da conta corrente do cliente. Esta nova modalidade vai entrar em vigor até o fim de julho. O Azul Crédito também vai passar a oferecer pagamento de passagem aérea com boleto bancário. Por enquanto apenas à vista, mas em breve parcelada também. Para divulgar as novas ações, a Azul vai usar as mídias sociais e o e-mail marketing.

LOJAS POPULARES

Na companhia aérea Gol, o carro-chefe para chamar a nova classe média brasileira é o programa Voe Fácil, lançado em 2005. Ele oferece a venda parcelada de passagens aéreas, com opções de pagamento em até 36 vezes. Entre os trunfos da Gol para estimular o

passageiro a voar pela companhia estão apresentar as vantagens da aviação em relação ao transporte terrestre e implementar ações de marketing em canais específicos, como anúncios segmentados em jornais e mídias regionais em bairros com alta densidade desse público-alvo, em detrimento de mídias de alcance nacional ou não segmentadas.

A renda mínima para se obter o cartão Voe Fácil é um salário mínimo e a aprovação do crédito acontece na hora. O Voe Fácil conta hoje com mais de 1,8 milhão de clientes, a maior parte deles pertencente à nova classe média. Ainda segundo a companhia, 4% dos bilhetes vendidos na Gol são pelo Voe Fácil. Desses, 70% são para a classe C e 10%, para a D. A empresa também oferece o programa por meio de agências de viagem, mas 40% das vendas são feitas pelo site da companhia.

A primeira loja física do Voe Fácil — uma das iniciativas em busca de maior aproximação da empresa com as classes C e D —, foi aberta em dezembro do ano passado, no Largo 13 de Maio (na zona sul da capital paulista), local que conta com um dos maiores terminais de trem e ônibus da cidade, com fluxo diário de um milhão de pessoas, segundo a prefeitura de São Paulo. Este ano a Gol pretende abrir mais lojas em localidades com grande concentração de potenciais passageiros.

TAM vende passagens em até 48 vezes

Também de olho na classe C, a TAM fechou com o banco Itaú uma parceria que permite ao correntista pessoa física o parcelamento de passagens aéreas em até 48 meses. O acordo é o segundo do gênero firmado pela companhia aérea. O primeiro foi com o Banco do Brasil, em novembro do ano passado. Segundo Antônio Requião, diretor de tesouraria da TAM, a empresa está finalizando adaptações com outros bancos para que eles também ofereçam formas de parcelamento.

“Muitos clientes desejam parcelar a passagem e viajar com o saldo do cartão de crédito disponível para pagar despesas de hospedagem, passelos e compras. Estamos trabalhando para atrair a classe C, um imenso contingente de pessoas que está entrando no mercado de consumo”, diz Requião. Na avaliação do executivo, a ascensão da classe C vai inclusive mudar o perfil do passageiro de avião. “Hoje, 68% viajam a negócios e 32% a lazer. Em três anos, acreditamos que esses percentuais se modifiquem para 60% (negócios) e 40% (lazer)”, afirma.

Para a TAM, o desafio de

alzir a classe C tem de ser conciliado com a política de oferecer serviços de alta qualidade aos clientes. A empresa encomendou pesquisa ao instituto Ipsos que apontou que, em 2006, 2% dos passageiros da empresa pertenciam à classe C; em 2009 esse número triplicou. “O aumento da participação desse segmento no total de passageiros da TAM deve crescer na proporção do mercado, ou seja, 12% ao ano”, destaca o executivo.

Outra que entrou na disputa pelo consumidor da classe C é a Webjet. Para ampliar o acesso da nova classe média às viagens de avião, a companhia criou opções de compras em até 18 vezes com pagamento em cheque, em parceria com o Banco Fibra. Os bilhetes podem ser comprados nas lojas da Webjet nos aeroportos onde a companhia opera. No portal da companhia é possível fazer a compra à vista, por boleto bancário ou cartão de crédito, com parcelamento em até seis vezes. No segundo semestre a empresa vai passar a parcelar o pagamento em até 36 vezes, graças a parcerias com Bradesco e Banco do Brasil. **(ER)**