

Classe C quer viajar, mas setor de turismo admite que não sabe como atingi-la

(Não Assinado)

SÃO PAULO – Nos últimos anos, com o aumento da renda, consumidores da classe C passaram a incluir no orçamento produtos e serviços que antes não conseguiam comprar. Embora ainda não esteja presente em definitivo na cesta de consumo dos brasileiros, o turismo é um desses bens que começa a chamar a atenção desse segmento da população.

Diante dessas mudanças, as maneiras como as empresas do setor de turismo atendem a esse novo consumidor e oferecem os serviços devem mudar. Porém, durante a oitava edição do Fórum Panrotas – Tendências do Turismo, companhias aéreas e setor hoteleiro reconheceram que ainda não sabem como atingir a classe C.

No encontro, os representantes do setor de turismo concordaram que essa parcela da população pode gerar oportunidades de se fazer bons negócios. Mas admitiram que ainda é preciso estudar esse segmento para que se alcance resultados positivos. “Mudar a forma de se comunicar com esse público é importantíssimo”, afirmou o diretor comercial da Gol, Eduardo Bernardes.

E é mesmo, já que até 2014 cerca de 36 milhões de pessoas entrarão para as classes A, B e C, segundo dados divulgados no encontro por Marcelo Neri, coordenador da FGV (Fundação Getulio Vargas).

Um novo País

O que é simples para os consumidores já acostumados a viajar pode não ser para os turistas de primeira viagem. “É uma novidade para essa parcela da população migrar do ônibus para o avião”, considerou o presidente da Azul Linhas Aéreas, Pedro Janot, que também esteve no encontro.

Para Bernardes, a mudança de comunicação é essencial, uma vez que termos utilizados nos aeroportos, como check-in, por exemplo, não são tão claros para os consumidores de classe C, conforme indicou pesquisa realizada pela Gol.

Embora reconheçam que não sabem como atingir esse novo consumidor, algumas mudanças já foram feitas por conta do aumento do número de turistas desse segmento da população. Nas companhias aéreas, por exemplo, tornou-se usual o parcelamento das passagens no cartão de crédito. Para Bernardes, isso é um diferencial na hora de o consumidor decidir por viajar.

Até mesmo na rede hoteleira o modo de lidar com esse novo perfil já está mudando. De acordo com Ronald de Bonadona, da Accor, os hotéis econômicos são uma realidade. “Estamos observando que os resultados com esse tipo de hospedagem têm sido melhor, em comparação com unidades de nível maior de exigência por parte do hóspede”, considerou.

Para Marcelo Neri, da FGV, se as mudanças persistirem, o País terá uma cara diferente para apresentar até a Copa do Mundo de 2014. “Se o País mantiver o crescimento que está apresentando nos últimos anos, com certeza teremos um novo Brasil até a Copa do Mundo”.