

## **TAM vai vender bilhete nas Casas Bahia**

*Claudia Rolli*

*Empresa quer facilitar a compra de passagens aéreas pela classe C e cria site para consumidor de primeira viagem*

*Gol também deve expandir, até o final deste ano, o número de lojas físicas do programa "Voe Fácil"*

Na disputa pelo público da classe C, a TAM vai anunciar amanhã parceria com as Casas Bahia para vender passagens aéreas em lojas da rede de varejo em São Paulo.

Na próxima semana, a TAM deve colocar no ar uma campanha para divulgar a parceria com a rede varejista.

A TAM prepara ainda o lançamento de um site - com dicas e vídeos para os consumidores de "primeira viagem" - que irá vender bilhetes aéreos de forma mais simplificada para os clientes.

O projeto da TAM deve começar em caráter piloto em duas lojas das Casas Bahia na Grande São Paulo e se estender até o final do ano para outros estabelecimentos, segundo a Folha apurou.

A companhia já havia sinalizado, no final do ano passado, que queria atrair para o mercado de aviação o consumidor da classe C mais acostumado a viajar de ônibus.

O presidente da TAM, Líbano Barroso, afirmou, na ocasião, que a empresa tinha como foco a classe C.

"Entendemos que é onde há grande potencial de crescimento e é uma evolução natural dos mercados. É como nos EUA, onde hoje 40% dos passageiros viajam a negócios, e 60%, a lazer."

"No Brasil, essa parcela é de 70% a negócio e 30% a lazer. A tendência é que daqui a 20 anos nós tenhamos meio a meio, o lazer tem muito a crescer. E é o público da classe C que está entrando no mercado", afirmou o presidente da TAM à época.

A venda de passagens aéreas não será feita pelo crediário das Casas Bahia. A ideia é ter um espaço reservado da companhia dentro das lojas e aproveitar a proximidade que a rede varejista já tem com esse consumidor.

A TAM já tem uma parceria com o Banco do Brasil e o Itaú para a venda de passagens em até 48 vezes para clientes desses bancos. O valor da parcela mínima nesse caso é de R\$ 55.

No ano passado, a TAM registrou participação de 45,6% no mercado doméstico e de 86,5% entre as companhias brasileiras que operam voos internacionais. Ao longo do ano transportou 30,4 milhões de passageiros.

## **GOL**

O anúncio da TAM coincide com o momento em que a sua maior concorrente, a Gol, enfrenta dificuldades (atrasos e cancelamentos de voos).

A Gol também tem planos para abrir neste ano mais lojas que facilitem a venda de bilhetes para os consumidores de baixa renda.

Recentemente, a Gol expandiu o programa "Voe Fácil", criado em 2005 para vender passagens em até 36 vezes, com parcelas mínimas de R\$ 15. Hoje 4% dos bilhetes vendidos são comercializados por meio desse programa - sendo 70% para a classe C e 10% para a classe D.

Em dezembro, a Gol abriu a primeira loja física do programa "Voe Fácil" no largo 13 de Maio (zona sul de SP), por onde circula 1 milhão de pessoas por dia.

**Fonte: Folha de S.Paulo, São Paulo, 4 ago. 2010, Mercado, p. B6.**

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais