Stella Barros e Tia Augusta fazem

Sonho do brasileiro em conhecer a Disney associado ao dólar baixo engorda o faturamento da Stella Barros e

Amanda Vidigal Amorim
e Fabiana Parajara
redacao@brasileconomico.com.br

Dólar em queda e o aumento do consumo pelas classes C e D podem ser traduzidos em crescimento de até 95% na temporada de férias para agências de turismo, como Stella Barros, pertencente ao grupo Águia *(leia texto ao lado)* e Tia Augusta, esta última avançando cerca de 40% ao ano. As agências são tradicionais no mercado brasileiro quando o destino são viagens a Miami e Orlando, nos Estados Unidos, onde os parques temáticos da Disney são a grande atração. Na Tia Augusta, esse aumento de 40% significa um faturamento de R$ 18 milhões até o fim do ano. E para o próximo ano, a expectativa é repetir esse desempenho com a ajuda de lojas que serão abertas em shopping centers de São Paulo.

Com o crescente poder de consumo da Classe C, o sonho de ir para os Estados Unidos está se tornando realidade para esses consumidores. Viagens para a Disney são as que mais geram interesse

Será a primeira vez que a empresa terá unidades em centros de compra. "As primeiras lojas estarão situadas na capital paulista, no Shopping Ibirapuera e no Jardim Sul, que concentram um perfil de público próximo do nosso", diz Augusta Fortunato, a Tia Augusta. O valor do investimento não é divulgado, mas a ideia é ter seis novos pontos de venda até o fim do ano que vem. A expansão deve ser financiada com caixa próprio. "A nova classe média é a grande consumidora atual dos pacotes de viagens, e não há indicativos, no cenário econômico, de que essa demanda será freada em 2011", diz Dirk Graetz, gerente comercial da Tia Augusta. De acordo com o executivo, se o dólar continuar oscilando entre R$ 1,70 e R$ 1,80, o próximo ano pode ter crescimento superior a 40%.

Para Marcelo Neves, gerente comercial da Stella Barros, o crescimento de 95% nas vendas de dezembro e janeiro se dará ainda em 2010. "Na comparação com o ano passado é isso que estamos esperando, e posso afirmar que quase todos os pacotes já foram vendidos", afirma. A empresa tem 20 datas diferentes para embarque, e para cada uma são vendidos em média 45 pacotes. Neves afirma que o faturamento total da Stella Barros deve crescer 52%.

A opinião de Augusta é a mesma. "Tivemos outros períodos de grande demanda na nossa história, mas o momento atual está sendo incrível", diz Augusta, lembrando que, inesperadamente, depois do Plano Collor, a procura por pacotes turísticos teve um aumento surpreendente. "Depois do confisco da poupança, fechamos unidades e demiti-

FATURAMENTO
R$ 18 mi
é quanto a Tia Augusta espera faturar ainda em 2010. O valor representa um aumento de 40% em relação ao mesmo período do ano passado.

CRESCIMENTO
95%
é o crescimento que a Stella Barros pretende alcançar na venda de pacotes para a Disney entre dezembro e janeiro na comparação com o ano passado.

TIA AUGUSTA
US$ 2 mil
é o preço médio de um pacote da Tia Augusta para a Disney, para um período de 11 dias. O valor inclui passagem aérea, hospedagem e entrada nos parques.

STELLA BARROS
US$ 3,4 mil
é o valor que a Stella Barros cobra para uma excursão para a Disney com duração média de 11 dias. Além de passagem e hospedagem, o valor inclui guia turístico para os passeios.

Marcela Beltrão

Matt Stroshane/AFP

1 Augusta Fortunato abrirá lojas da Tia Augusta para atender à demanda da Classe C; 2 Os parques temáticos da Disney são o principal destino das agências Stella Barros e Tia Augusta

receita decolar

Tia Augusta, que consolidam aumento da vendas em até 95%

mos funcionários, projetamos queda das vendas", lembra a empresária, que atua há 20 anos no mercado. "Mas as pessoas que tinham dólares em casa resolveram gastá-los no exterior. Tivemos de correr para remontar a operação e atender a todos."

Hoje, quase 70% dos negócios da agência estão focados em lazer, sendo os Estados Unidos destino de 80% dos clientes. "A divisão corporativa e de eventos cresce ano a ano, mas não com a mesma força. E nossa ideia é manter a especialização no consumidor final, e ter um braço qualificado para atender as empresas", afirma Graetz. Neves também acredita que os Estados Unidos vão continuar sendo o carro-chefe da Stella Barros. "Miami, Orlando e os parques temáticos são nossos pacotes principais. Sempre foi o sonho do brasileiro conhecer o local, agora este sonho também está acessível para as classes emergentes", afirma.

Para oferecer ainda mais opções para este consumidor, Tia Augusta tem ideia de diversificar a oferta com mais pacotes dentro do próprio país. "Os Estados Unidos sempre serão nosso principal destino, porém teremos de ter outros produtos, especialmente para o público de shopping, que muitas vezes busca roteiros mais próximos, como o Nordeste e alguns resorts", diz Augusta.

Férias de verão

Mesmo com a demanda em alta, para a próxima temporada de férias, a operadora afirma que os pacotes não apresentam aumento expressivo, até mesmo pela valorização do Real. O preço do pacote básico para a Disney na Tia Augusta está em torno de US$ 2 mil. Na Stella Barros, o custo médio das viagens para a Disney fica entre US$ 1,7 mil e US$ 3,4 mil em pacotes mais elaborados.

Na visão de Neves, outro ponto positivo para os brasileiros é a necessidade de crescimento da economia americana. "Os Estados Unidos vivem um momento crítico, eles precisam de viajantes que estejam dispostos a gastar dinheiro. E é exatamente este o objetivo do brasileiro que, além de passear na Disney, está cada vez mais interessado em fazer compras nos Estados Unidos", afirma.

Pensando em ampliar seu leque de opções, o grupo Águia, controlador da Stella Barros, acaba de comprar 50% da rede de agências carioca Urbi et Orbi *(leia texto ao lado)*. "Vamos começar a operar os pacotes da Urbi e com isso poderemos ampliar nosso ramo de atuação", afirma Neves, que acredita que com a aquisição a Stella Barros ganhará força no mercado para competir com grandes agências, como é o caso da CVC. ■

Anúncio

Fonte: Brasil Econômico, São Paulo, 16 nov. 2010, Primeiro Caderno. p. 9.