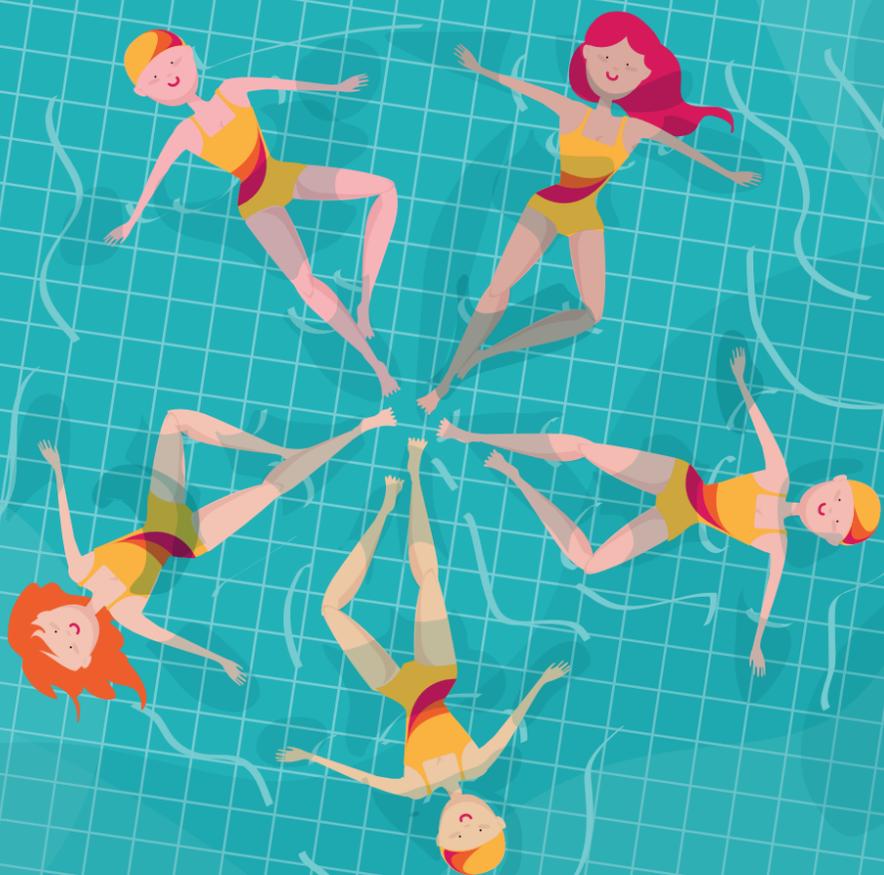




OPORTUNIDADES
POR FILIPE LOPES

Turismo doméstico EM ALTA

Com o dólar mais caro, turistas optam por destinos regionais; ocupação em hotéis e resorts do interior paulista cresce mesmo com a crise econômica



Nos últimos meses de 2015, o dólar obteve seu maior patamar em relação ao real desde quando a moeda brasileira foi criada, em 1994. A moeda norte-americana chegou a valer R\$ 4,14, e somando-se ao nível de endividamento da população – 54,7% das famílias paulistas estavam nessa situação em setembro, segundo Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC), realizada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP) –, desmotivaram o consumo de produtos importados e viagens internacionais. Contudo, o paulistano não deixou de viajar e de desejar o descanso em meio a paisagens naturais e roteiros de aventura ou gastronômicos. O interior virou

o principal destino para esses turistas que buscam refúgio da correria do dia a dia. Com isso, hotéis, resorts e pousadas contabilizam alta concentração de clientes mesmo na baixa temporada.

Segundo a Sondagem do Consumidor – Intenção de Viagem, de outubro de 2015, realizada pelo Ministério do Turismo e a Fundação Getúlio Vargas (FGV), dos brasileiros que tinham desejo de viajar, 84,1% afirmaram que preferiam destinos turísticos brasileiros, 6,6 pontos percentuais (p.p.) acima do interesse em viagens domésticas aferidas no mesmo mês de 2014. Já a intenção de viajar ao exterior diminuiu 8,1 p.p. e despertou desejo em apenas 12,5% das pessoas.

A pesquisa também demonstrou que os destinos domésticos pretendidos estão mais equilibrados, e apesar de o Nordeste ainda ser o lugar mais desejado pelos brasileiros (37,4%), o Sudeste cresceu 1,6 ponto percentual em relação a 2014 e é o segundo destino mais desejado no País (28,3%), seguido pela Região Sul (24,4%), que cresceu 3,1 p.p. na comparação com outubro de 2014.

Fuga da cidade grande
Historicamente ligada à cultura do café – que teve sua época áurea no século 19 –, a cidade de Brotas (a 242 quilômetros da cidade de São Paulo) conta com ricos recursos naturais, matas nativas e diversidades de fauna e flora. Ao longo dos anos, empresas de turismo passaram a utilizar a geografia da cidade para oferecer passeios de ecoturismo, atividades de aventura e roteiros gastronômicos nas antigas fazendas cafeeiras da região. Hoje, Brotas conta com mais de 40 opções de hospedagem (entre hotéis, resorts e pousadas) e comemora a efervescência do turismo doméstico brasileiro atual.

Mesmo as incertezas e as crises econômica e política que marcaram 2015, o Brotas Eco Resort registrou crescimento de 20% na ocupação de seus leitos, mesmo durante a baixa temporada. “Apesar da crise, as pessoas não deixam de viajar, apenas mudam o destino e diminuem as distâncias ou o tempo de viagem. Isso é muito bom para manter aquecido o turismo nacional. Em 2015, contabi-



Foto: Rubens Chiri

“
Apesar da crise, as pessoas não deixam de viajar, apenas mudam o destino e diminuem as distâncias ou o tempo de viagem. Isso é muito bom para manter aquecido o turismo nacional”

Marília Rabello
gerente do Brotas Eco Resort



No ano passado, tivemos o movimento esperado no lazer, mas a demanda aos fins de semana aumentou, e em novembro já tínhamos quase todas as vagas lotadas para as férias”

Rogério Genova

gerente-geral do Itamambuca Eco Resort



Foto: Rubens Chiri

lizamos crescimentos em feriados e em outras datas de baixa temporada que não tínhamos muito movimento nos anos anteriores. Além disso, as vagas para Natal e Ano Novo também foram preenchidas com antecedência”, afirma a gerente do resort, Marília Rabello.

O local começou suas atividades há mais de 30 anos com oferta de camping na região. Depois de a cidade se tornar roteiro de ecoturismo, o estabelecimento passou a focar nesse segmento e a receber crianças e adolescentes interessados em turismo educacional. Com tiquete médio de R\$ 700 por casal acompanhado por criança de até 9 anos, a estância turística oferece ampla área verde, piscina, salas de jogos e outras atrações para os hóspedes, além de parcerias com agências de turismo para atividades radicais. O estabelecimento investe ainda em melhorias e ampliação da oferta de leitos, passando dos atuais 48 para 57 leitos ainda neste ano.

Segundo Marília, o grande diferencial do lugar é o atendimento próximo e intimista com todos os turistas, que busca descanso e contato com a natureza. “No resort, os próprios donos têm contato direto com os clientes, e isso, juntamente com as refeições caseiras, dão um ar interiorano de aconchego. Também abrigamos um dos maiores telescópios do Brasil na Fundação Centro de Estudos de Astronomia (CEA), que atrai muitas pessoas”, afirma.

Apesar do bom momento e de ter sofrido pouco com a crise, Marília conta que o aumento do interesse dos turistas equilibrou os gastos do estabelecimento, que também subiram na mesma proporção. “Mesmo com o crescimento do interesse dos visitan-

tes, no ano passado também se elevaram os gastos com energia, água e impostos, então, não obtivemos muito lucro, mas equilibramos bem a relação entre custo e benefício”, aponta. Para este ano, a expectativa é continuar o mesmo movimento de 2015 e a gerente espera manter esse patamar.

Turismo das águas

Outro destino muito procurado pelos turistas é o município de Olímpia (a 438 quilômetros de São Paulo), com suas águas termais e parques aquáticos. Mesmo em meio à crise hídrica que atinge muitos municípios de São Paulo, a cidade (localizada no noroeste paulista) assiste à multiplicação do número de leitos da rede hoteleira ao longo dos anos. Em 2009, segundo a Prefeitura de

Olímpia, o município contava com 667 leitos, e, em 2015, esse número passou para 14 mil – quase 20 vezes mais. O Thermas de Olímpia Resort contabilizou aumento de 8% nas suas hospedagens somente no primeiro semestre de 2015, em um dos momentos mais agudos da crise econômica.

No litoral norte paulistano, o Itamambuca Eco Resort, em Ubatuba (a 220 quilômetros de São Paulo), também comemora a alta na demanda nos fins de semana de 2015. Segundo o gerente-geral do resort, Rogério Genova, o estabelecimento investe na experiência de unir natureza, conforto e passeios pela praia de Itamambuca. “No ano passado, tivemos o movimento esperado no lazer, mas a demanda aos fins de semana aumentou, e em novembro já tínhamos quase todas as vagas lotadas para as férias”, conta. Ainda segundo Genova, mesmo sem contabilizar com precisão, o resort também sente o efeito positivo da alta do dólar, com a presença mais acentuada de turistas estrangeiros.

Para atrair ainda mais esse público e garantir que ele tenha a experiência desejada, o resort conta com seguro contra chuva – uma espécie de vale, que assegura que o turista pode retornar ao estabelecimento caso seja surpreendido pelo mau tempo. “É uma proteção para os casos em que a chuva atrapalha a vivência. Se chover durante três dias, o cliente terá direito a três diárias extras em feriados ou outras datas”, afirma Genova. Há 31 anos no mercado, o Itamambuca Eco Resort prepara uma série de ações para média e baixa temporadas, visando manter o movimento aquecido em 2016. &

Classes D e E continuam voando

Mesmo com a crise, as classes menos favorecidas continuam consumindo serviços que há alguns anos não tinham o hábito. Com um pouco de planejamento e pagando em “suaves prestações”, é possível viajar de avião para muitos destinos no Brasil com “a mesma tarifa cobrada pelas empresas de ônibus”, segundo a agência Vai Voando – especialista em viagens aéreas para as classes C, D e E.

Com tiquete médio de R\$ 650, a empresa registrou crescimento de 40% no faturamento do ano passado, em relação a 2014. Para o diretor da agência, Luiz Andrezza, o mercado doméstico segue forte e as pessoas aprenderam que, com planejamento, podem trocar as rodoviárias pelos aeroportos. “Nosso público não foca apenas em viagens de lazer, para conhecer lugares novos. Muitas pessoas que nos procuram querem visitar um parente em sua terra natal, com mais comodidade. Por meio de parcerias com empresas aéreas e fechando as viagens com antecedência, conseguimos oferecer valores bem próximos aos ofertados pelas companhias de ônibus”, afirma.

Além do preço competitivo, a empresa permite parcelar as passagens no boleto bancário, dispensando comprovação de renda. Isso permite que pessoas inadimplentes e com o nome “sujo” possam viajar. De acordo com Andrezza, mesmo com inflação alta e incertezas políticas, as pessoas de baixa renda estão percebendo que podem consumir serviços de qualidade sem se apertarem financeiramente. “O trabalho que realizamos envolve muito a parte de conscientização da população, pois, historicamente, a sociedade segregou algumas atividades e fez as pessoas acreditarem que não poderiam usufruir. Hoje atuamos diretamente com figuras representativas em cerca de 300 pontos de vendas em comunidades pelo País e, aos poucos, estamos mudando essa visão”, aponta. Ao longo dos seis anos de mercado, a Vai Voando viabilizou 280 mil passagens de avião. Somente em 2015, foram 130 mil viagens, com média de 8 mil passagens por mês.