

Gasto médio com pacote de viagem nacional subiu 16% em 2012

Turistas estão comprando pacotes mais especializados, diz associação.
Devido ao uso de milhas, tem crescido procura apenas por parte terrestre.

Os brasileiros que compraram pacotes por operadoras de turismo em 2012 gastaram, em média, R\$ 1.340 em viagens nacionais e R\$ 2.957 nas viagens para o exterior. O valor é mais alto do que a média do ano anterior: 16% no caso das viagens domésticas e 6,8% no caso dos internacionais.

Os dados foram apresentados nesta terça-feira (23) pela Braztoa (Associação Brasileira das Operadoras de Turismo) e dizem respeito aos seus 99 associados, que representam 90% das viagens comercializadas no país. Eles fazem parte da versão 2013 do anuário da associação, divulgado na WTM Latin America, versão regional de um grande evento de turismo internacional, em São Paulo.

Entre as explicações para o aumento no preço do pacote, foram citadas a elevação do custo da mão-de-obra, de passagens aéreas e de diárias na hotelaria, a valorização do dólar em relação ao real, a carga tributária sobre esse tipo de produto e a venda, especialmente no mercado doméstico, de pacotes mais especializados e de maior qualidade – portanto, mais caros.

Essa última explicação também foi citada para justificar por que as operadoras de turismo brasileiras faturaram mais em 2012 do que em 2011, apesar de o número de clientes ter diminuído. Segundo os dados do anuário, as empresas faturaram R\$ 10,7 bilhões – 8,41% a mais do que no ano anterior. Já o número de passageiros transportados, 5,7 milhões, foi 5,1% menor do que no ano passado, quando foram transportados 6,03 milhões de passageiros.

Segundo Marco Ferraz, presidente da Braztoa, essa contradição reflete a tendência de especialização das empresas, que estão mirando em nichos de mercado e oferecendo pacotes “com mais valor agregado”. “As atividades estão mais concentradas e menos genéricas. A tendência é vender produtos com mais qualidade, mais customizados”, afirmou.

Apesar de o faturamento ter ficado abaixo dos 10% previstos para o ano, Ferraz considerou o dado positivo por estar muito acima do crescimento geral do PIB do país, que foi de 0,9% em 2012. O mercado doméstico respondeu por 53% do faturamento e o mercado internacional, por 47%.

A previsão de crescimento para 2013, projetada pela associação, é de 10%.

Milhas

Outra informação que o levantamento revelou é o aumento nas vendas de pacotes somente terrestres (sem aéreo). Enquanto o número de clientes diminuiu em quase todos os demais tipos de pacote (aéreo + terrestre, rodoviário e marítimo nacional), o número de consumidores que optaram pelo pacote terrestre subiu tanto nas viagens domésticas quanto nas internacionais.

A participação dos pacotes terrestres no faturamento bruto das operadoras, assim, aumentou, em um ano, de 19% para 27% no caso das viagens nacionais e de 18% para 29%, no caso das internacionais.

Para o presidente da Braztoa, o principal responsável pelo fenômeno é o maior uso de milhas pelos passageiros. “Eles chegam com a passagem já comprada, não só com as milhas das companhias aéreas, mas com as milhas obtidas nos bancos”, afirma.

Nordeste e América do Norte

Os destinos do Nordeste foram os mais vendidos pelas operadoras brasileiras em 2012: 2,289 milhões de brasileiros optaram por cidades dessa região para sua viagem. Salvador, Porto Seguro, Natal e Fortaleza foram as cidades mais buscadas.

Em segundo lugar vêm os destinos do Sudeste, para onde foram 1,201 milhão de clientes das operadoras em 2012. Rio de Janeiro e cidades do litoral, São Paulo e as cidades históricas de Minas Gerais foram os mais vendidos nessa região.

A região Sul vem em seguida, com 445 mil passageiros em 2012, em busca principalmente da Serra Gaúcha, Florianópolis, Camboriú e Foz do Iguaçu.

Por último vêm os destinos do Norte e Centro-Oeste, com apenas 130 mil turistas transportados pelas operadoras. Entre os destinos internacionais, a América do Norte foi o continente mais procurado, com 519 mil passageiros em 2012. Flórida, Nova York e Califórnia, nos Estados Unidos, foram os mais procurados.

Em seguida vem a Europa, com 435 mil pessoas e Paris, Roma e Londres na frente. A Europa foi seguida de perto pelos destinos sul-americanos (especialmente Buenos Aires, Santiago e Patagônia), para onde foram 425 mil clientes das operadoras. Em quarto lugar vem a América Central e o Caribe, com 216 mil passageiros e, por último, os destinos da África, Ásia e Oceania, com 59 mil.

[Flávia Mantovani – G1.com](#)
(23/04/13).