

REVISTA

GOL

Linhas aéreas inteligentes

Editora

107

CARNAVAL

FOLIA PARA TODOS EM
RECIFE E OLINDA

RESERVA

A MARCA DE
ROUPA MASCULINA
FAZ BARULHO
NO MERCADO



Fernanda Machado

"ATOR PRECISA SER DISCRETO,
NÃO INSTIGAR A IMPRENSA"

A rota dos Sete Lagos, na Argentina, pode ser conhecida em passeios de barco



Sob medida

ASSISTIR À FINAL DO CAMPEONATO ARGENTINO DE POLO, VISITAR INHOTIM AO LADO DE UM CRÍTICO DE ARTE OU PEDALAR PELAS VINÍCOLAS DO CHILE? BASTA DIZER QUAL É O ROTEIRO DOS SEUS SONHOS E AGÊNCIAS DE ALTO PADRÃO TRANSFORMARÃO SEU PEDIDO EM REALIDADE

POR BRUNA RODRIGUES

O CASARÃO FICA NO JARDIM EUROPA, um dos bairros mais chiques de São Paulo. Seguranças vestindo terno preto dão plantão na porta. Atravessando-a, a decoração do interior ocupa os olhos. Na televisão LCD do home theater, que fica num ambiente climatizado e com confortáveis poltronas revestidas de couro, imagens de uma praia paradisíaca. Que tal um café expresso e um pedaço de bolo de cenoura? "Acabou de sair do forno", diz a copeira. A casa não é sua, mas é como se fosse.

O local abriga a Selections, uma agência especializada em organizar viagens sob medida. Os destinos vendidos podem ser conhecidos, mas a programação está longe de ser convencional. São roteiros exclusivíssimos e batizados com nomes divididos em categorias como Summer, Family e Gourmet. Alguns profissionais de lá e de outras agências similares até intitulam-se travel designers, isto é, experts na arte de planejar uma viagem customizada contando com uma privilegiada rede de fornecedores mundo afora.

Nesse tipo de turismo, o cliente escolhe os hotéis, os restaurantes e os passeios que vai fazer — um por um —, além de receber um dossiê impresso com tudo aquilo que foi decidido. "São viagens que estão longe de começar no check-in do aeroporto e acabar no check-out do hotel", explica Eduardo Gaz, dono da Selections. Um de seus clientes, o empresário Fernando Levy não esquece dos mimos oferecidos pela agência. "Sempre que chego aos hotéis encontro um cartão assinado pelo próprio Eduardo e sua equipe", conta Levy. "É a certeza de que estou amparado, aonde quer que eu vá."

ROTEIROS EXCLUSIVOS

Segundo a Associação Brasileira de Agências de Viagens (Abav), 30 milhões de brasileiros buscam a ajuda de agências (são 3.400 no país) para organizar as suas viagens — seja a negócios ou a lazer. Desse total, estima-se que uma parcela ainda pequena recorra aos roteiros sob medida. Em termos de faturamento, no entanto, imagina-se que eles movimentem o mercado um pouco mais já que uma viagem customizada em território nacional (sem a parte aérea) não sai por menos de R\$ 3 mil por pessoa. E as agências do gênero costumam ter, em média, 300 clientes fixos que encomendam mais de um roteiro por ano.

Nos anos 90, os colegas de faculdade Guilherme Padilha e Roberto Bittelman viajaram seguidas vezes para a chapada Diamantina, na Bahia. Com o tempo, diagnosticaram a falta de uma operadora de viagens para a região e, em 2000, fundaram a Auroraeco. O conceito da empresa: oferecer viagens para destinos conhecidos, mas com roteiros exclusivos. "Quando vamos montar a programação, pergun-

Tarjeta de Embarque

135007350

Localizador: B3714Y

Agente: Rodrigues/Druze

Idade:

Vuelo: 7471

Assento: 13F

Sec: 125

Fecha: 01 Jan 11

Or. Embarque: 1335

Or. Salida: Buenos Aires

Or. Llegada: SAO-Guarulhos-SP

Or. Desplaz: 2100

Or. Desplaz: de Equipo de

"Según las condiciones de contrato no vencer"



Eduardo Gaz, dono da Selections, trabalha há 18 anos com turismo



tamos quais são as atividades preferidas do cliente”, conta Padilha.

No início, a operadora fazia viagens personalizadas para a chapada Diamantina. Rapidamente, porém, ampliou os destinos. Hoje, atende oito países da América do Sul, incluindo o Brasil, e representa no país a DuVine Adventures, empresa especializada em viagens de bicicleta de alto padrão.

AOS CUIDADOS DE UM ANFITRIÃO

No cardápio oferecido pela Auroraeco figuram expedições em bicicleta pelos vales do Maipo e do Colchagua, no Chile, e passeios em barco privativo pela região dos Sete Lagos, na Argentina. O argentino Gustavo Lachica trabalha há cinco anos para a operadora e recebe grupos na região dos lagos. O anfitrião — como guia é chamado no turismo de alto padrão — anda com celular e telefone via satélite em mãos para resolver imprevistos e pedidos de última hora dos clientes, como esticar alguns dias de viagem ou desmarcar um passeio. Ele também pode apresentá-lo a chefs locais, oferecer dicas da culinária regional e até levá-lo para tomar mate e bater papo na casa de amigos. “Vamos também para estâncias privadas de famílias tradicionais da região e passamos o dia lá, um programa nada turístico”, conta Lachica.

“Quem busca esse tipo de viagem quer o encontro com o raro”, diz Martin Frankenberg, diretor executivo e um dos sócios da operadora Matueté. Martin é formado em engenharia e trabalhou na Microsoft. A decisão de migrar para o turismo veio da sua paixão por viajar e da vontade de transformar o Brasil num destino de luxo. O país, segundo ele, é uma das apostas do turismo internacional, tanto que metade dos seus clientes é formada por estrangeiros. A opinião é corroborada por dados do Banco Central que mostram que entre janeiro e agosto de 2009 mais de R\$ 3 bilhões foram deixados no país pelos turistas de outros países, o segundo maior valor acumulado desde 1969, quando a pesquisa teve início.

Na lista de gringos que recorreram aos serviços da Matueté está até Bono Vox, vocalista do U2, que visitou a Bahia na última turnê da banda por



Num dos roteiros da Matueté, é possível visitar Inhofim ao lado de um crítico de arte



R\$ 2,00
PINACOTECA

aqui, em 2006. O americano Jay Levenson, diretor de programas internacionais do Museu de Arte Moderna de Nova York (MoMA), também. Ao lado de seus colegas de trabalho, ele visitou museus, galerias e estúdios de arte em São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Porto Alegre. "Fiquei encantado com a coleção de Inhotim", afirma Levenson. "Não houve contratempos e as dicas de hotéis e restaurantes se encaixaram no nosso perfil."

A FESTA É UMA VIAGEM

Martin conta que montar um grupo de atendimento competente não é fácil. Os selecionados geralmente têm entre 20 e 30 anos, falam um inglês impecável e dominam mais um idioma com fluência. "O profissional precisa ter espírito de mochiteiro e ao mesmo tempo saber lidar com o público A", diz ele. Um time de primeira tem seu preço, é claro, e isso se reflete no valor das viagens. Na Matueté, há uma "taxa de planejamento de roteiro" de US\$ 350 para clientes de primeira viagem, e um cruzeiro particular de cinco dias pelo rio Tapajós para conhecer a Amazônia não sai por menos de R\$ 3.600 por pessoa.

Confraternizações, sejam elas particulares ou de empresas, são outra aposta da operadora. "Você pode guardar boas lembranças de uma festa, mas as recordações de uma viagem permanecem por mais tempo", acredita Frankenberg. Para comemorar seu aniversário, uma empresária paulistana foi com amigos e familiares rumo a Bonito, no Mato Grosso do Sul. A Matueté reservou um hotel de charme para o grupo e providenciou um personal chef para cuidar do menu ao longo da estada.

Saber o que existe de mais adequado em termos de hotelaria, gastronomia e passeios exige atualização constante. É por isso

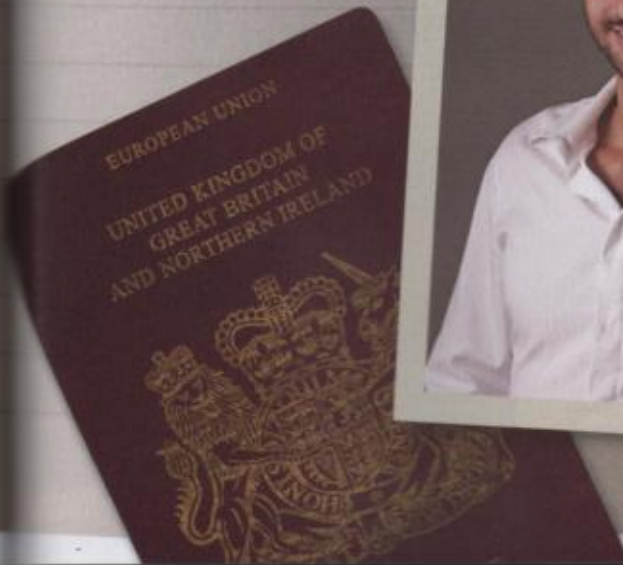
Que tal pedalar pelas vinícolas do Vale do Colchagua, no Chile?



A experiência gastronômica faz parte do roteiro



Os sócios da Auroraeco, Guilherme Pastilha e Roberto Bittelman



Martin Frankenberg, um dos sócios da Matuseté



que viagens de inspeção fazem parte da rotina dos proprietários e sócios das agências. "Se, por exemplo, o ambiente não for absolutamente limpo, descarto imediatamente", conta Eduardo Gaz, dono da Selections e que está à frente da Ski Brasil, especializada em viagens de esqui. Eduardo está acostumado com o alto nível de exigência de seus clientes. "São pessoas que viajam com frequência e, por isso, têm padrões de comparação elevados." Quando o cliente — dizem os travel designers — já foi uma dezena de vezes para Buenos Aires, é necessário montar um roteiro diferenciado, seja para acompanhar a temporada de ópera do Teatro Colón ou assistir ao campeonato de polo em Palermo.

Excentricidade também faz parte dos pedidos de clientes. Certa vez, um casal disse a Eduardo que gostaria de assistir a um show de Eric Clapton fora do país. E mais: na primeira fileira da plateia. Eduardo pegou um avião e comprou os tickets de um cambista local. No dia da apresentação, o casal percebeu que os ingressos tinham ficado em São Paulo. "Pedi para o cambista emitir as entradas novamente", conta o empresário.

VIAGENS DE CONHECIMENTO

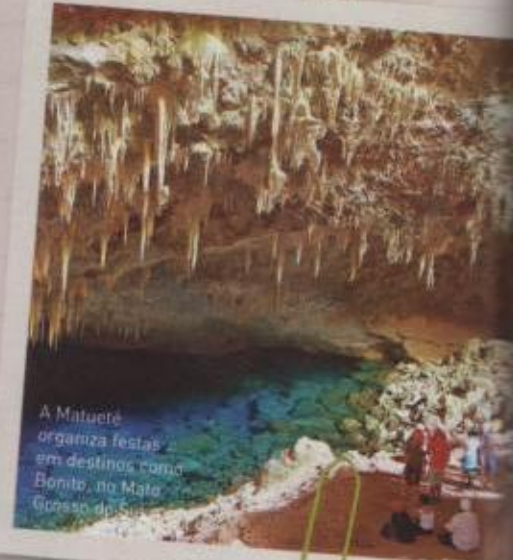
Nem todos os roteiros, no entanto, são criados a partir dos destinos que se deseja visitar. Áreas de interesse podem servir de motivação para amigos montarem uma viagem customizada, seja sobre filosofia, mitologia ou até rock'n'roll. É assim que funciona o esquema de trabalho da Latitudes. "Dessa forma conseguimos montar grupos homogêneos, em que pessoas com os mesmos interesses se encontram", explica Alexandre Cymbalista, um dos sócios da produtora (eles se denominam dessa forma) de viagem de São Paulo. "Convidamos um especialista no assunto para acompanhar o grupo."

Assim como Martin Frankenberg, Alexandre era executivo e trabalhou numa multinacional até 2003, quando fundou com Moacir Ramos a Latitudes. Em 2007, a produtora se uniu à Casa do Saber e desenvolve, em parceria com o centro de debates, roteiros chamados de "viagens de conhecimento". Desde então, de acordo com Cymbalista, a Latitudes cresce 30% ao ano e já conta com uma carteira de 2 mil clientes. Nas viagens de conhecimento, é

Amantes de música erudita podem assistir a temporada de ópera do Teatro Colón



A Matuseté organiza festas em destinos como Bonito, no Mato Grosso do Sul



possível conhecer o Recife Antigo ao lado de uma historiadora ou ver de perto a produção de café numa fazenda do interior de São Paulo com um expert no assunto. Antes de embarcar, o grupo assiste a uma aula introdutória sobre o tema. "Você aproveita a viagem antes que ela efetivamente comece", afirma Cymbalista.

Roteiros de aventura são outro ponto forte da Latitudes, que realiza trekkings de fôlego com acompanhamento médico. A designer Elisa Gomes visitou o deserto do Atacama, no Chile, e o Salar de Uyuni, na Bolívia, com a empresa. "Me senti segura do começo ao fim das viagens. O espírito de aventura teve um quê de conforto, já que carregadores levaram a minha bagagem", diz Elisa.

Se agências de luxo existem é sem dúvida alguma para evitar qualquer dor de cabeça durante a viagem. "O trabalho de retaguarda é imprescindível", explica José Augusto Rios, proprietário da agência carioca Travel Planners. Quando o cliente chega ao destino, José Augusto entra em contato para saber se está tudo certo. "Preciso saber se ele gostou do motorista e do quarto do hotel", diz. A experiência dele e dos demais profissionais desse nicho evita que você fique num hotel com uma obra ao lado ou que se hospede em meio ao silêncio quando a ideia é badalar.

"Recebo dicas valiosas, principalmente daquilo que não deve ser feito", diz o empresário e apresentador João Dória Júnior, cliente da Travel Planners. Desde 1989, quando abriu a agência, José Augusto conquistou um seletor público que não ultrapassa 300 clientes que realizam, em média, dez viagens por ano. "Eles não querem ser um número de reserva adquirido na venda via internet", diz. Para divulgar seu trabalho, ele apostou no boca a boca, que começou com a empresária Marluce Dias da Silva, ex-diretora-geral da TV Globo, sua primeira cliente. Nada de publicidade ostensiva. Discrição e atendimento personalizado, afinal, são os lemas dessa turma.



Praias do Caribe estão no cardápio das agências de luxo

SAIBA MAIS SOBRE AS AGÊNCIAS:

- **Auroraeco** www.auroraeco.com.br.
- **Latitudes** www.latitudes.com.br.
- **Matueté** www.matuete.com.br.
- **Selections** www.selections.com.br.
- **Travel Planners** Av. Rio Branco, 181, cj. 506, centro, Rio de Janeiro, RJ. Tel.: (21) 2262-7163. Não tem site.

Alexandre Cymbalista e Moacir Ramos, da Latitudes

