



PLANO PARA UMA AGÊNCIA DE VIAGENS

Embora possa parecer que não é um negócio difícil, criar uma agência de viagens requer bastante know-how. Saiba com que factores terá de lidar.

O Mercado

Se definirmos o mercado pelas viagens que se fazem, chegamos à conclusão de que as viagens de negócio representam uma fatia muito importante, seguidas das viagens turísticas de longo-curso e de curto-curso. Mas isto não nos basta para focalizarmos a nossa agência. Existem inúmeras motivações para viajar: aventura, religião, comércio, cultura, educação, etc. Frente a um mercado tão vasto, faz sentido pesquisar os nichos especificamente.

Também é importante investigar os possíveis destinos e, claro, os locais de partida. Hoje, ainda num mundo pré-virtual, é importante (e requerido por lei) que uma agência tenha uma loja aberta ao público, e a localização da loja é ainda determinante do mercado a que responde. Uma agência em Évora, por exemplo, só captará, em princípio, os clientes de Évora.

É impensável uma estratégia de massa para uma agência pequena como a nossa. Oferecer tudo a toda a gente, competindo directamente com as grandes agências é um risco enorme, que tende a não compensar. Podíamos pensar em vários nichos para trabalhar, mas vamos escolher um nicho de viajantes para o ski: pessoas que viajam uma ou mais vezes por ano para as estâncias de todo o mundo para fazer ski.

Assegure-se que tem clientela suficiente para subsistir. Se não conseguir mover cerca de 1000 clientes por ano, vai ter dificuldades.

O Produto

Este produto é sazonal. Há muitas viagens para ski no Inverno e início da Primavera, especialmente para a Europa. Haverá menos no resto do ano, e então os destinos vão diferindo: normalmente a América do Sul no nosso Verão, mas também há estâncias no Atlas, por exemplo, em Marrocos.

O produto deve incluir a viagem de avião e o transporte para a estância, a estadia nos hotéis ou apartamentos e as despesas com os forfaits e o aluguer dos equipamentos. Os extras dependem da sua imaginação e iniciativa.

O Preço

Os preços das viagens variam muito de destino para destino e é importante conhecer bem todas as estâncias, os hotéis e os transportes, pois tudo isto influirá no preço e, logo, terá de ser vendido a clientes diferentes.



A Distribuição

Hoje, para se ser uma agência de viagens, é exigido que se tenha um escritório independente e com porta aberta ao público.

Uma vez que trabalhamos com nichos, o local que escolhemos para a nossa loja é um local visível mas não muito, pois esse factor não parece ser dos mais importantes. Tentaremos afastar-nos dos centros comerciais, que podem ser uma cara fonte de problemas e certamente que não iremos para as zonas mais movimentadas de Lisboa e Porto, cujo custo do espaço é proibitivo. Apontamos para zonas médias, não tão caras, mas não longe dos consumidores.

Promoção

Criar um catálogo é um processo caro, que normalmente não compensa, excepto se se fizer um negócio da China. Mas a promoção é vital, e talvez não seja má ideia investir na imprensa da especialidade, fazer telefonemas constantes a jornalistas e até, porque não, oferecer uma viagem ou duas.

É também importante, nesta altura, a presença na Internet. Os domínios "com" são mais fáceis de obter que os domínios "pt". Os registos custam cerca de 70 dólares (cerca de 70 contos) e conseguem-se no domínio <http://www.networksolutions.com>.

As Operações

A maior parte das operações serão feitas ao telefone, no escritório, apesar de ser importante fazer o acompanhamento in loco dos clientes em fases essenciais e até, talvez, em certos casos de grupos, acompanhá-los nas viagens.

É preciso negociar com os hotéis e com as companhias aéreas. Esse vai ser um desafio importante, que pode determinar o sucesso, pois determina as margens e a competitividade.

O Orçamento

Arrendamento da loja (100 cts/mês) – 1200
Pessoal (120 cts + 150 cts. x 14) – 3780
Caução Direcção Geral de Turismo – 5000
Site na Internet – 300
Caixa Registadora + PC + Impressora + Fax – 380
Segurança Social (20 cts x 2 x 14) – 560
Contabilidade (60 cts x 12) – 720
Energia + Telecom.+ Deslocações + Material + Seguros (100 cts x 12) – 1200
Outras Despesas e Imprevistos – 3000

TOTAL – 16 140 - Valores em contos, para 1 ano.

NOTA: Não esquecer que a lei exige um capital social mínimo de 20 000 contos.