

NEGOCIAR

AGÊNCIA DE VIAGENS

Reinventar um negócio ameaçado

Para dar a volta à crise e à fuga de clientes para o mundo virtual, a **Pinto Lopes apostou nas viagens com autores**. Um tiro certo

Texto **Margarida Cardoso** / Foto **Rui Duarte Silva**

◦ Já pensou gastar seis mil euros numa viagem de férias? A Agência de Viagens Pinto Lopes tem um portefólio de percursos pelo mundo que vai desde esse valor até uns modestos 180 euros. Esta empresa familiar assenta a sua atuação em pilares tradicionais, como a fidelização de clientes e uma oferta inovadora, onde uma das bandeiras são as viagens de autor.

"Foi uma ideia que surgiu numa conversa com o escritor viajante Gonçalo Cadilhe. Começámos em 2012, com a proposta de uma viagem à Etrúria (Itália) que esgotou em cinco dias, e ficámos logo a pensar em novos destinos e noutros autores", explica o administrador e guia-intérprete Rui Pinto Lopes.

Levar os viajantes por rotas diversas na companhia de um autor, que é sempre uma personalidade reconhecida pelo público que se torna guia e é convidado a partilhar ideias e experiências com grupos compostos, no máximo, por 25 pessoas, é a ideia chave deste conceito, entretanto alargado aos escritores José Luís Peixoto, Raquel Ochoa e Tiago Salazar, ao humorista e apresentador de televisão e rádio Fernando Alvim e ao maestro Rui Massena.

Em 2013, este nicho representou 10% do volume de negócios de 8,8 milhões de euros da agência, uma PME Excelência do

Porto com 30 colaboradores, três autocarros e previsão de ver as vendas subirem 15% a 20% em 2014, depois do crescimento de 19% registado no ano passado. As previsões para 2015 mantêm o tom otimista, até porque haverá mais um chefe de cozinha disponível para mostrar um pedacinho do mundo na sua versão pessoal.

Na família, todos partilham a convicção de que "uma empresa não pode estagnar e para ter sucesso tem de encontrar novos nichos de mercado, oportunidades de negócio por explorar, fórmulas diferentes de trabalhar", "ir reinventando a operação", como sintetiza Rui Pinto Lopes, decidido a manter um portefólio de viagens sempre organizadas pela própria agência, "sem dependência dos operadores", em que a diversidade da oferta assenta nos destinos, repetidos apenas uma ou duas vezes no ano.

Um dos caminhos é seguir rotas que não integram a oferta habitual do mercado, como acontece com a viagem de autor programada em conjunto com José Luís Peixoto para passar 15 dias entre a China, a Coreia do Norte e a Coreia do Sul, atravessando "a fronteira mais impermeável do mundo".

Aposta na personalização

Outro caminho é o conhecimento dos clientes, alguns dos quais a viajar com



GERAÇÕES

Família unida nos negócios

Uma equipa coesa e inovadora

Nomes Cristina e Rui Pinto Lopes, irmãos, filhos do fundador da empresa, Joaquim Pinto Lopes, que ali continua também a trabalhar

Cargos Diretora financeira e administrador

Objetivo As vendas deverão subir 15% a 20% em 2014, depois do crescimento de 19% registado no ano passado



a Pinto Lopes há mais de 30 anos, habituados a tratamento personalizado e até a deixar o carro no parque da agência quando partem em viagem. “Nas conversas com os nossos clientes, percebemos que havia quem estivesse sozinho no Natal, por isso passámos a incluir na nossa oferta um programa especial para o Natal, sempre com boa adesão”, sublinha.

“Não há crise”, uma das expressões preferidas de Joaquim Pinto Lopes, o fundador desta empresa, onde conta com a

colaboração dos filhos, Rui e Cristina, é também um dos lemas da agência, nascida em 1974, pronta a trabalhar com viagens individuais ou de grupos, com uma oferta ampla de destinos, a que junta, a cada ano, pelo menos um novo país, e propostas várias, da oferta *low cost* às “viagens conforto”, com deslocações diárias sempre a partir da mesma base, sem ser preciso mudar de hotel.

Numa família ligada há seis gerações ao setor dos transportes, desde que o

tetrapó dos atuais administradores fazia viagens de coche na zona de Entre-os-Rios, Joaquim estreou-se na organização de viagens entre amigos como cliente dos autocarros da família. Acabou, no entanto, por concentrar as suas atenções neste segmento de negócio, que cresceu e ganhou autonomia. Em 2012, sem medo da conjuntura económica, abriu um escritório em Lisboa e viu de imediato a quota da Região Sul nas suas vendas passar de 15% para 25%. Mais uma aposta ganha. ●