

EMPRESAS



Nome do fotógrafo

Não Há Tectos para o turismo de experiências

Não é só uma ambição: é também o nome de uma nova empresa que vende experiências.

Marina Conceição
marina.conceicao@economico.pt

O turismo de experiências invadiu Portugal há quase uma década e veio para ficar. A empresa pioneira foi a A Vida é Bela, mas depois disso surgiram muitas outras: Odisseias, Smartbox, Emotions e, mais recentemente, Não Há Tectos.

A Não Há Tectos surgiu em Julho de 2009 com um investimento de 50 mil euros e quer dizer que não há limites para os sonhos, tanto dos portugueses que compram experiências para oferecer como para a própria fundadora da empresa.

Sónia Gomes fez uma opção de vida ao largar dez anos de carreira enquanto engenheira civil que passava os dias nas obras. A executiva não tem medo da concorrência e sabe que pode “acrescentar valor” já que a empresa tem “ideias inovadoras”, entre elas está a experiência de fazer um ‘lifting’ de decoração numa divisão da casa que inclui uma noite numa pousada.

Empreendedora, Sónia Gomes não teme que as suas experiências estejam ainda muito centradas no Norte de Portugal. “Achámos que no Norte a concorrência não tinha uma oferta tão diversificada como na região de Lisboa”, mas a prioridade é “a afirmação no mercado portu-

AS FAVORITAS

A Vida é Bela

O pacote de adrenalina e todos os que envolvem desportos de aventura e actividades radicais foram a grande aposta de lançamento da empresa pioneira em Portugal. **49,90€**

Smartbox

O ‘best seller’ da Smartbox é a Escapada Pitoresca com 100 estadas à escolha para duas pessoas com pequeno-almoço. Mas a procura pela escapada Zen está a crescer, o que inclui uma noite mais requintada e mais tranquila. **49,90€**

Odisseias

Além dos mais vendidos - que são os mais baratos, por 24,90 euros - o pacote Be Spicy tem muita procura por ser uma actividade para duas pessoas com uma oferta não restrita a dormida, jantares ou spa. Num pacote, tudo é possível. **99,90€**



A Não Há Tectos tem duas formas de oferta: um voucher electrónico enviado para o e-mail, sem custos; ou uma caixa de oferta enviada via CTT (5 euros).

guês e não apenas no Norte”, afirma a fundadora.

António Quina, presidente da A Vida é Bela, disse ao Diário Económico que para a sua empresa não é possível pensar só no norte do País. Com o aparecimento constante de novas concorrentes, a A Vida é Bela decidiu lançar novas marcas para públicos específicos, como a Freepass, a WeekBreak ou a Enjoy: a primeira para jovens que gostam de aventura, a segunda para agências de viagens e a terceira para gostos mais requintados.

António Quina diz que vive bem com a concorrência e que “todos juntos abrem o mercado” que vale 11 milhões de euros, mas que tem potencial de 200 milhões de euros de vendas no espaço de meia dúzia de anos, segundo as contas deste responsável.

E haverá espaço para todos? As opiniões dividem-se. O presidente de A Vida é Bela considera que “existe espaço para a consolidação” e admite que “haverá uma concentração”. Mas para isso as empresas mais pequenas têm de ganhar dimensão”, defende.

A Smartbox está tranquila e diz que o “mercado se encarregará de fazer a selecção natural das empresas que não têm estrutura para aguentar o volume ou a ca-

pacidade de gestão do negócio”. No futuro, fonte da Smartbox diz que “irão aparecer mais empresas e que outras acabarão por desaparecer”.

Já a empresa Emotions, presente em Portugal desde 2007, acredita que nem todos os ‘players’ vão sobreviver no mercado português porque têm ofertas semelhantes, diz fonte da empresa. Foi exactamente por isso que a Emotions se posicionou de forma diferente. Nada de aventura ou desportos radicais, apenas bem-estar, saúde e beleza.

A Odisseias, empresa 100% portuguesa criada em 2005, admite que “com mais oferta há mais guerra de preços” e que muitas empresas não são propriamente actantes no turismo de experiências mas apenas listas telefónicas com os contactos director dos operadores de cada actividade. Um dos seus principais factores diferenciadores é que a Odisseias tem um ‘call center’ para onde o cliente ligam para a empresa marcar a experiência, o que provoca “custos muito mais altos”.

É exactamente contra os custos que a Não Há Tectos opera. Sónia Gomes sublinha que a sua empresa “trabalha com comissões mais baixas que o normal, daí a importância de um controlo de custos rigoroso e uma gestão cuidadosa”. ■

EXPERIÊNCIAS RADICAIS

Alta velocidade

Para quem gosta de acelerar, porque não ir até ao Autódromo do Estoril e experimentar um Lamborghini? A sensação de andar num carro tão veloz é de total liberdade.



Veleiro

Sair da cidade, navegar no Rio Douro, na zona norte de Portugal, fazer um passeio de veleiro de duas horas em total descontração - é uma das experiências facilitadas por estas novas empresas.



Voar de balão

Para quem gosta de voar, mas dispensa motores, há cada vez mais oportunidades de o fazer num balão de ar quente. Quem preferir o parapente também dispõe de opções em vários pontos do país.



Pop Star por um dia

Quer sentir na pele como é ser uma estrela? Basta marcar o dia, levar a revista preferida e a empresa prepara-lhe uma sessão fotográfica profissional, com maquilhagem e cabeleireiro incluído.