



desde 1840
abreu® online

RESERVATION SYSTEM | e-commerce

REUNIÃO ANUAL 2017

PRODUTO CUBA 2016

abreonline.com

Vendas Cuba 2015 vs. 2016 & forecast 2017

Cuba 2015-2016 & Forecast 2017

Supplier	2015			2016			2017			2016 vs. 2015	
	T. Net	T. Nights	Share% Nights	T. Net	T. Nights	Share% Nights	T. Net	T. Nights	Share% Nights	Cresc% Net	Cresc% Nights
Abreu	317.179 €	2.822	80%	1.751.863 €	14.263	89%	958.200 €	6.148	97%	↑ 724%	↑ 590%
Hotelbeds	57.949 €	589	17%	173.061 €	1.387	9%	11.866 €	89	1%	↑ 199%	↑ 135%
SunHotels			0%	39.866 €	306	2%	9.834 €	83	1%		
LowcostBeds	4.763 €	31	1%	4.309 €	34	0%			0%	↓ -10%	↑ 10%
Restel	9.324 €	64	2%	3.776 €	23	0%			0%	↓ -60%	↓ -64%
TravelTino			0%	3.181 €	16	0%	1.403 €	11	0%		
BookoHotel			0%			0%	111 €	1	0%		
Hotusa	724 €	8	0%			0%			0%		
W2M			0%			0%	1.566 €	8	0%		
Total Geral	389.939 €	3.514	100%	1.976.056 €	16.029	100%	982.980 €	6.340	100%	↑ 152%	↑ 80%



Top cidades Cuba

Vendas 2015 vs. 2016 & forecast 2017

Top 5 Cidades Cuba

City	2015			2016			2017		
	T.Net	T.Nights	Share% Cidade	T.Net	T.Nights*	Share% Cidade	T.Net	T.Nights	Share% Cidade
Varadero - Geral	198.078 €	1.435		964.483 €	7.782		519.586 €	3.565	
Abreu	170.817 €	1.287	86%	892.568 €	7.330	93%	517.124 €	3.548	100%
Havana - Geral	162.490 €	1.745		678.469 €	5.048		228.315 €	936	
Abreu	123.851 €	1.280	76%	544.676 €	3.888	80%	213.691 €	833	94%
Cayo Coco - Geral	13.354 €	179		131.129 €	1.524		71.388 €	645	
Abreu	13.354 €	176	100%	128.342 €	1.499	98%	70.204 €	640	98%
Cayo Santa Maria - Geral	2.494 €	29		116.749 €	913		80.283 €	599	
Abreu	1.770 €	21	71%	111.661 €	882	96%	80.283 €	599	100%
Cayo Guillermo - Geral	3.804 €	38		28.265 €	268		28.455 €	243	
Abreu	3.125 €	32	82%	27.704 €	264	98%	28.339 €	242	100%
Outras Cidades Geral (11)	9.719 €	88		56.960 €	494		54.954 €	352	
Abreu (11)	4.262 €	26		46.912 €	400		48.559 €	286	
Total Geral	389.939 €	3.514		1.976.056 €	16.029		982.980 €	6.340	
Total Abreu	317.179 €	2.822	80%	1.751.863 €	14.263	89%	958.200 €	6.148	97%

Mercados mais vendidos

Top Clientes (Cuba)

Top Clientes Cuba										
AgencyName	AgencyOrigin	2015			2016			2017		
		T.Net	T.Nights	Share% Net	T.Net*	T.Nights	Share% Net	T.Net	T.Nights	Share% Net
Hotelsclick - NetStorming - XML	Italy	17.389 €	194	4%	331.007 €	2.826	17%	82.708 €	469	8%
Leonardo Travel - XML - B2C	Turkey	48.690 €	393	12%	165.574 €	1.231	8%	48.012 €	352	5%
Global Travel Booking S.L.U (Destinia) - XML - B2C	Spain			0%	111.144 €	1.188	6%	37.851 €	301	4%
NT INCOMING S.L. - Juniper - XML	Spain	7.299 €	69	2%	96.565 €	834	5%	82.957 €	542	8%
Viagens Abreu, SA	Portugal	25.033 €	200	6%	72.434 €	448	4%	8.616 €	43	1%
ST Globe - XML	Greece			0%	62.076 €	505	3%	8.867 €	63	1%
TravelTool SP (Logitravel) - Travelgate - XML	Spain	5.436 €	96	1%	59.779 €	614	3%	10.823 €	97	1%
Viajobien.com Argentina	Argentina	5.106 €	50	1%	48.854 €	415	2%	16.115 €	114	2%
Aic Travel Group SA - NetStorming - XML	Switzerland			0%	48.497 €	296	2%	44.501 €	265	5%
Restel-Hotusa - XML	Spain	837 €	42	0%	48.206 €	480	2%	50.802 €	356	5%
TREND OPERADORA - Juniper - XML - USD	Brazil	13.628 €	137	3%	44.109 €	290	2%	14.549 €	75	1%
roomsXML Solutions Limited - EUR - UK - XML	India	1.655 €	12	0%	37.788 €	247	2%	14.255 €	70	1%
UGA TURISMO SAS	Colombia	57 €	4	0%	36.472 €	258	2%	4.225 €	28	0%
6 TOUR SRL - XML	Italy			0%	25.795 €	181	1%	23.073 €	129	2%
Travel Republic - In-House - EUR - XML B2C	United Kingdom			0%	24.982 €	248	1%	12.634 €	115	1%
Abreutur - USD (cxl. aut)	Brazil	34.082 €	253	9%	23.798 €	125	1%	4.436 €	21	0%
SunHotels - Travelgate - XML	United Arab Emirates			0%	21.325 €	177	1%	55.641 €	330	6%
Outras agências		230.727 €	2.064	59%	717.652 €	5.666	36%	462.916 €	2.970	47%
Total Geral		389.939 €	3.514	100%	1.976.056 €	16.029	100%	982.980 €	6.340	100%

Situações que afetaram as vendas em 2016:

- Tivemos poucas situações que afetaram as vendas. Na realidade a procura foi massiva (CRESC. RN 590%) mas tivemos oferta suficiente para a mesma. Em 2016, fechamos ao ano com 85 hotéis contratados (correspondentes a 115 tarifários), um Share de RN 89 % e uma produção Abreu de 1.751.863€
- As pontuais dificuldades prendem-se com comunicação débil devido a limitações do País
- A maioria das situações que de certa forma abalaram as nossas relações comerciais com os hotéis devem-se a atrasos de pagamentos e/ou ausência/erros de envio de faturas por parte do fornecedor

Ações que ajudaram as vendas em 2016:

- Situações de paridade praticamente inexistentes
- Situações de disponibilidade praticamente inexistentes
- Renegociações contratuais constantes visando abertura das unidades à venda em vários destinos
- Complemento de ligações XML existentes com Tarifas FIT por Mercados
- A proximidade comercial com os fornecedores ao nível da equipa Caraíbas. Foram efectuadas em 2016, 1 viagem de contratação, 1 viagem à feira FIT Cuba e um fam-tour do Turismo de Cuba ao destino (Revenue)
- Bom grau de conhecimento do destino por parte da equipa (Patrícia, Vanda e Susana)
- Um trabalho de precisão a nível de Revenue Management do destino. Procura de ofertas e disponibilidade constantes
- Presença das principais cadeias hoteleiras e Turismo de Cuba no Mundo Abreu o que veio reforçar o nosso trabalho de promoção
- 10 Newsletters em 2016
- Formação à rede em Portugal e Brasil + Road Show da equipa de vendas AOL (Espanha e Portugal) com o Turismo de Cuba

Objetivos 2017 :

- Manter Share de RN acima dos 90%
- Aumentar a margem de lucro através de manipulação manual
- Contratação das novas unidades com abertura prevista para 2017 e 2018 em Havana e Varadero;
- Contratação de unidades com procura crescente em cidades como: Santiago de Cuba, Trinidad, Holguin, Vinales, Cienfuegos, Jibacoa;

Necessidades para 2017 :

- Reforço da contratação nas cidades já contratadas
- Contratação em cidades ainda não contempladas no nosso portfolio
- Contratação de casas particulares credenciadas pelo Estado Cubano
- Obter junto da Câmara do Comércio de Cuba, a atribuição da **Licença de Operação**, a fim de garantir o crédito com as unidades hoteleiras contratadas no País;
- Garantir tarifas que nos permita abranger maior numero de mercados;
- Replicar as ações de formação de 2016 para 2017 (Portugal e Brasil) e incluir Espanha, convidando cadeias hoteleiras e organismos de turismo a participar
- Elaboração de campanhas específicas para mercados Brasil e Espanha;
- Coordenar com o Tour Operador em Portugal a programação para mercado Português, baseada na nossa contratação hoteleira e com tarifas aéreas regulares de tour operação (em particular para destinos não charter)
- Organizar FAM-TOURS para agentes com colaboração dos organismos de turismo e cadeias hoteleiras, para mercado Brasil e Espanha;
- Promover fam-tours para Revenues de destinos Europeus com a duração de 3 dias afim de conhecerem o produto e seus interlocutores diários;
- Promover reuniões com organismos de turismo cubanos dos mercados Brasil e Espanha;
- Garantir a presença no Mundo Abreu 2017 do Turismo de Cuba e principais cadeias hoteleiras do país.

Panorama para 2017:

- Em consequência do parcial levantamento do embargo a Cuba prevê-se um aumento concorrencial bastante significativo
- O aumento de frequências de voos regulares desde os USA poderá afetar o nosso controle de paridade e disponibilidade
- Alegada abertura de novos canais de distribuição/reservas online b2b e b2c (Hotelbeds / booking.com).



“VISION IS THE ART OF SEEING THE INVISIBLE”

abreuonline.com