

Abreu Online com crescimento de 27% em volume de faturação



A BREU ONLINE, PLATAFORMA DE RESERVAS B2B DO GRUPO VIAGENS ABREU, dirigida a agentes de viagens e operadores turísticos globais, registou em 2015 um crescimento de volume de negócios em torno dos 27%, quando comprando com 2014, revelou no passado dia 3 de fevereiro, em conferência de imprensa, o seu diretor-geral, Luís Tonicha. Já para este ano, o responsável revelou que as previsões da sua equipa são “mais pessimistas”, antecipando que o crescimento não deverá ir além dos 15%. Já no que respeita ao número de ‘room nights’, a plataforma registou, no ano passado, num incremento de 33%, face ao ano anterior, fechando o ano com 1,6 milhões, mais 400 mil que em 2014. O aumento de ‘room nights’ começou a observar-se sobretudo em 2007, ano em que a empresa inicia o seu processo de internacionalização, tendo em 2008 registado apenas 200 mil e agora, passados mais de sete anos, o crescimento é bem visível. Embora mais de 95% do negócio da Abreu Online seja a venda de quartos de hotéis, a plataforma também tem registado um aumento de venda constante em outras áreas. É o caso de transferes, aluguer de viaturas, entradas para espetáculos e parques temáticos e, mais recentemente, seguros.

Portugal (20%), Estados Unidos (10%) e Espanha (8%) estão no Top 3 dos destinos mais procurados na plataforma, ao passo que Portugal (30%), Brasil (15%), Espanha (8%), Suíça (6%), Itália (5%) e Reino Unido (5%) são os mercados que mais compram através da mesma. A Ásia é, de acordo com o responsável, a área do planeta “ainda menos explorada”. No entanto adiantou que estão agora a começar a entrar nesse mercado, mas “muito lentamente”, sobretudo porque “a Ásia está muito longe e depois porque ainda não temos muitos clientes nessa área do globo”. Segundo Luís Tonicha, a Abreu Online “nasceu dentro do Grupo Abreu (...) e foi aprendendo com as necessidades (...) tendo-se tornado numa marca de confiança, com credibilidade, garantia de serviço às agências e aos operadores”. A plataforma é baseada em tecnologia e ligações XML, permitindo acesso direto ao produto das grandes cadeias hoteleiras com as quais a Abreu Online estabeleceu parceria, e disponibiliza ainda um serviço de Help Desk internacional multilingue, durante 24 horas.

Portugal (20%), Estados Unidos (10%) e Espanha (8%) estão no Top 3 dos destinos mais procurados na Abreu Online, ao passo que Portugal (30%), Brasil (15%), Espanha (8%), Suíça (6%), Itália (5%) e Reino Unido (5%) são os mercados que mais compram através da plataforma.

Mais recentemente a Abreu Online apostou na renovação do seu site, disponível em português, inglês e castelhano, em constante atualização quer pela própria empresa, nos destinos onde tem contratação própria, quer pelos seus parceiros de negócio. “Não damos primazia à nossa própria oferta, o sistema faz gestão da oferta disponível e apresenta sempre a mais barata disponível, quer seja nossa ou não”, esclareceu Luís Tonicha.

Com uma oferta atual de mais de 185 mil unidades hoteleiras, espalhadas por 120 países e 4900 destinos, a Abreu Online está presente em dez desses países com contratação direta. Conta com mais de 8 mil clientes mundiais, incluindo portais como a Logitravel, a Rumbo ou a Destinia, soma cerca de 50 milhões de pesquisas diárias. Tem ainda escritórios próprios em Linda-a-Velha – onde funciona a sua sede – Madrid, Londres, Rio de Janeiro, Luanda e Orlando, além de diversos delegados comerciais em Angola, EUA, Chile, Colômbia, Argentina e México, num total de 120 colaboradores.