

TRAVELPORT COM PARCERIA

P e a Travelport Portugal celebraram, na Turismo de Lisboa, protocolo. O reforço entre as duas, que conta com o início da Associação das Agências de Turismo, prevê, até de 2017, a promoção de ações conjuntas para incrementar os agentes de onde se inclui uma posicionamento dos vendáveis da Rich Content and

A ABREU A SER "MARCA DE LISBOA"

Abreu foi, pelo 16.º ano consecutivo, "Marca de Lisboa" dos portugueses. A Associação das Agências de Turismo de Lisboa, com 57% dos votos, a Abreu obteve mais referências do que qualquer outra, sendo classificado, em 2015, com 11% dos votos. Comunicado, a Abreu agradece a preferência dos portugueses e garante a qualidade e a competitividade. O trabalho no mercado de produtos turísticos é universal, de qualidade e a preços competitivos. O compromisso com a Confiança e a Qualidade, através da implementação de processos de qualidade, garante o melhor custo/benefício e a satisfação das necessidades do cliente.



Luis Tonicha

ABREU ONLINE: "ESTE NEGÓCIO ASSENTA EM TECNOLOGIA"

Tecnologia, Marketing e Produto são as características chave da Abreu Online. Criada em 2003, a plataforma tecnológica, pertencente ao grupo português Viagens Abreu, tem como primordial objetivo a venda de hotéis e serviços turísticos online para profissionais de agências de viagem e operadores, como constata Luís Tonicha, diretor da Abreu Online. O responsável que abraçou o projeto em 2007, depois de 26 anos dedicados à operação turística no Club

1840 (operador da Viagens Abreu), sublinha que "acima de tudo este negócio assenta em tecnologia". "O modelo seguido é o de consolidador de hotelaria, ou seja, a plataforma é alimentada por fornecedores terceiros + contratação própria". Como? Através de XML (eXtensible Markup Language), uma linguagem informática universal que permite ligar sistemas para transacionar o produto. O profissional realça que "o sistema entrega o produto através do motor de reservas e inteligência,

procurando o melhor preço com disponibilidade".

Room nights crescem 27%

A plataforma tecnológica B2B (Business to Business) Abreu Online cresceu 27% em volume de faturação em 2015. O número de 'room nights' geradas através da plataforma cresceu 33%, face a 2014. O mercado português é o produto 'estrela' da plataforma B2B da Viagens Abreu, registando uma variação positiva de 16%, no volume de reservas de 'room nights', face a 2014, de acordo com Luís Tonicha, diretor da Abreu Online.

Para 2016, a perspetiva é crescer 15%. O diretor da Abreu Online, sublinha que "em média a plataforma regista 50 milhões de pesquisas diárias e no último ano o crescimento das 'room nights' evoluiu das 1,2 para as 1,6 milhões". O segundo destino com mais procura, nos registos da Abreu online, são os Estados Unidos, seguido de Espanha. A nível de mercados, os clientes que mais reservas geram são, respetivamente de Portugal, Brasil e Espanha, declara Luís Tonicha. «

Portugueses reservam mais no Brasil

● O Rio de Janeiro, Natal, Fortaleza, Porto de Galinhas e Praia do Forte são os locais mais procurados, no destino Brasil, pelos portugueses na Abreu Online.

Luís Tonicha, diretor da Abreu Online, explicou que em termos de performance, o mercado português cresceu aproximadamente 10% em volume de 'room nights' no Brasil, em 2015. Na Abreu Online Brasil, o mercado brasileiro tem o Nordeste como principal destino, nomeadamente, a Praia do Forte seguida, de perto, por Gramado; Rio de Janeiro e Natal.

A Abreu Online deu início à sua internacionalização em 2007, passando a dispor de escritórios em Madrid, Londres, Rio de Janeiro, Orlando e Luanda, além da sede em Linda-a-Velha, Lisboa. Hoje, entre todos os escritórios, totaliza mais de 120 colaboradores.

A plataforma tecnológica da Abreu trabalha com mais de 185 000 hotéis em todo o mundo, dos quais 10 000 em contratação direta.