

## ► ABREU ONLINE

# Apertura de destinos para mercados latinoamericanos

Dentro del marco de la estrategia de expansión de la empresa en Latinoamérica, el grupo Abreu, a través de Abreu Online (la pata de la compañía creada en 2007), Víctor Alonso Gonzalo, sales manager para Latam, y Diogo Julião, director general adjunto, mencio-

*El área del Grupo Abreu expuso su estrategia para Latinoamérica, que incluye los mercados argentino, chileno, colombiano y mexicano, para promocionar su amplia cartera de productos.*

naron las novedades y próximas acciones a realizar por la compañía.

“En Latinoamérica tenemos cuatro principales objetivos de mercado: Argentina, México, Colombia y Chile. Empezamos por aquí, acercándonos a los mayoristas y generando negocios, invirtiendo en tecno-



Leonardo Asensio, encargado de Ventas de Abreu para la provincia de Buenos Aires, Diogo Julião y Víctor Alonso Gonzalo.

logía y adaptando las contrataciones para vender productos en Estados Unidos, Europa Brasil y el Caribe. También seguimos contratando en destinos de Asia y Medio Oriente”, mencionó Diogo Julião.

Además, el director agregó: “En Paraguay y Uruguay también estamos enfocándonos, ya que en el mercado uruguayo hay bastante predisposición para la venta e incorporamos operadores mayoristas dentro de ese país”.

En lo que fue la primera visita de Diogo Julião al país, el directivo pudo observar los movimientos del mercado y demás acciones: “Tenemos medio camino del trabajo realizado, ya que la marca Abreu es conocida y tiene presencia fuerte. Ahora el objetivo es direccionar a los diferentes nichos de mercado y adaptarnos a los clientes para generar negocios, tanto para online, circuitos o receptivo, entre otras alternativas. Invertimos mucho tiempo de operación para todo el personal de la empresa, con tal de que el estándar del servicio siempre sea alto”.

“

Hace un tiempo decidimos ir alineando los negocios online, los productos de Estados Unidos y los circuitos. Esto nos está dando buenos resultados.

”

ALONSO GONZALO

Los dos responsables de Abreu también hablaron de Abreu Online, con una estrategia clara de contratación, enfocándose en los destinos y hoteles que verdaderamente puedan generar ventas. De esta manera, Julião especificó: “Nuestra misión no es la de tener en el inventario mucha cantidad de hoteles, sino contar con propiedades con cupos y precios competitivos. Cuando un cliente quiere un producto en cualquier parte del mundo, tenemos los medios para garantizar que el amplio servicio se cumpla”.

Por el lado de los mayoristas locales, a raíz de que cada empresa tiene su faceta online, la operatoria de Abreu es comunicar a través de la

“

El objetivo es direccionar a los diferentes nichos de mercado y adaptarnos a los clientes para generar negocios, tanto para online, circuitos o receptivo, entre otras alternativas.

”

JULIÃO

web los destinos y hoteles adaptados a los mercados, y conectarse con las operadoras para promociones y novedades.

A su vez, Víctor Alonso Gonzalo añadió: “Hace un tiempo decidimos ir alineando los negocios online, los productos de Estados Unidos y los circuitos. Preparamos capacitaciones adaptadas para cada target en los países donde comercializamos, y nos está dando buenos resultados, con los mayoristas brindándonos apoyo”.

En cuanto a los destinos que el mercado argentino continúa eligiendo, los directivos aseguraron que “en Brasil estamos sufriendo con el emisor, pero con el receptivo sí estamos generando buena demanda. Como destino, el país brasileño continúa siendo una propuesta interesante”.

Para finalizar, Víctor Alonso Gonzalo dijo: “Desde mi incorporación la idea era viajar mucho para estar en contacto con los clientes. Esta es mi tercera visita al país, por lo que el objetivo es que haya una continuidad. Los profesionales de aquí aprecian que uno cruce el océano y estemos con ellos, acercándoles las novedades y capacitándolos permanentemente. Por último, queremos apuntalar y afianzar los mercados chileno, argentino, mexicano y colombiano, además de Uruguay y Perú, contactando a través de los nuevos desarrollos y atacar con clientes de peso en diferentes mercados. Es una ventaja contar con sucursales y profesionales nuestros en la región”.

Por su parte, Diogo Julião cerró: “Queremos reforzar el concepto, la presencia y la confianza de las personas con las que negociamos, a través de las innovaciones que perseguimos”.

**nickelodeon**  
HOTELS & RESORTS  
PUNTA CANA

¡Aprovecha las  
TARIFAS DE APERTURA!

PLAYA,  
SONRISAS  
Y BOB ESPONJA



LUJO CARIBEÑO  
AL ESTILO NICKELODEON

En Nickelodeon™ Hotels & Resorts Punta Cana, una experiencia Gourmet Inclusive® de lujo de Karisma, te invitamos a darte la gran vida con un nuevo tipo de vacaciones para todas las edades. Desde cenas con Bob Esponja hasta nuestro lujoso spa, este resort de cinco estrellas es el primero en su clase en el Caribe, y en el mundo.

**KARISMA**  
HOTELS & RESORTS

Reserva con su mayorista de confianza e comuníquese con Karisma Latam Colombia  
E-mail: [ezapata@karismahotels.com](mailto:ezapata@karismahotels.com) • PBX: +571 756 1169 • [www.nickresortpuntacana.co](http://www.nickresortpuntacana.co)