

# El destino Brasil cuando y como quiera

El director general de Crucemar, Mariano González, nos presenta su nueva web [Brasilalacarta.com](http://Brasilalacarta.com)

**P.- ¿Cuándo ha iniciado su actividad la web de Brasil a la carta?**

**R.-** La acabamos de presentar al Sector en noviembre y, ahora en diciembre, se habilita la zona de comercialización de los productos seleccionados de Brasil para las agencias de viajes, para poder realizar ventas durante 2007.

**P.- ¿Por qué Brasil a la carta?**

**R.-** El 'portal' se ha creado con el propósito de ofrecer la mejor y más amplia información del destino Brasil. En la actualidad, no existe ninguna web sobre Brasil con contenidos más completos.

**P.- ¿Cuenta con espacio exclusivo para agentes de viajes?**

**R.-** Sí, desde este mes está habilitado, con la ventaja de que la agencia podrá contrastar los servicios que quiera por separado o combinados, o, finalmente, todo el 'paquete' turístico si lo desea.

**P.- ¿Qué servicios ofrece concretamente al agente?**

**R.-** Ofrece un 'portal' especializado en el destino, con amplia in-



Mariano González

formación sobre Brasil, y la posibilidad de adquirir diferentes servicios por separado o todo el 'paquete' completo. El objetivo es que en tres meses, se pueda localizar y reservar diferentes servicios turísticos en cualquier estado de Brasil. Todavía ofrecemos sólo el 50%.

**P.- ¿Hacia qué tipo de agente se dirige Brasil a la carta?**

**R.-** Al ser Brasil un destino que se encuentra en plena expansión, en consecuencia uno de los destinos claves para cualquier agencia, nos dirigimos a todas, aunque probablemente encaje mejor en las que quieran dar a sus clientes un servicio más personalizado, que busquen nuevos productos, o especializadas en incentivos.

**P.- ¿Realiza venta directa al cliente final?**

**R.-** Sí, vamos a tener también estos accesos, aunque los precios no varían con respecto a los ofrecidos a las agencias. El segmento de mercado que más nos interesa son las agencias. Con internet queremos llegar a toda España, ayudando y apoyando a las agencias minoristas. Estimamos

que más del 70% de nuestras ventas será a través de este canal.

**P.- ¿Que perspectivas tiene de crecimiento?**

**R.-** En el primer mes en funcionamiento, hemos recibido 1.000 visitas. Por las características del 'portal', que es único, estamos en muy buena posición para conseguir buenas ventas.

**P.- ¿Cómo cree que está evolucionando el e-commerce?**

**R.-** Va a seguir creciendo y me da la impresión que es una salida que deben plantearse las minoristas. Podría llegar a ser imprescindible, porque el modo tradicional cada vez va disminuyendo más.

**P.- ¿Qué destacaría como hecho más relevante?**

**R.-** Se ha dado un gran cambio de tendencia. La búsqueda de nuevos canales de comercialización, buscar un camino productivo y de rentabilidad, sobre todo para las pymes. Se abre un nuevo horizonte para su desarrollo, que quizá de otro modo no lo tendrían.

**P.- ¿Y las ventajas del B2B?**

**R.-** Sus ventajas son muchas, aunque la oficina física se vi a mantener, por algunos clientes e incluso por imagen. Y la plantilla no se tiene por que reducir, al contrario.



## Una 'web' que facilita al agente organizar cualquier viaje a Brasil

Con [www.brasilalacarta.com](http://www.brasilalacarta.com) se ha intentado crear una web diferenciadora. ¿En qué sentido? Es una web integral, que permite hacer la reserva a cualquier Estado de Brasil, de cualquier servicio y productos turísticos. Para ello, entre 2005 y 2006, hemos recopilado información y datos de interés para visitar Brasil, realizado diferentes viajes al destino, estudios de guías turísticas, entrevistas guías y personajes representativos en el país de origen y en España. Ya en octubre se seleccionó toda la información recopilada, atendiendo al grado de interés que pueda tener para el usuario online y el agente que desea ofrecer este destino. En noviembre lo hemos presentado, pero todavía quedan muchas nuevas funciones y servicios por incluir.