

There are no translations available.

Pasiunea pentru călătorii a împins-o pe Roxana Bălcescu, director executiv și coacționar al **CM B TRAVEL**

(împreună cu soțul său Cristian Bălcescu), în aventura de a construi un brand pentru o **agenție de turism** la începutul anilor '90.

Creșterea pieței de la începutul anilor 2000, dorința clasei mij-locii de a vedea lumea și salturile de la an la an ale pieței de ticketing au dus la dezvoltarea **agenției, de turism** care avea în 2005 afaceri de 5,5 milioane de euro, scrie revista Business Magazin ([www.bmag.ro](http://www.bmag.ro)).

Încă de la început, **CMB TRAVEL** fusese o **agenție de turism** care țintea clienții up-market, vânzând **vacanțe** personalizat e și destinații exotice. Astfel, în agențiile CMB au intrat de-a lungul timpului manageri sau antreprenori care, mulțumiți fiind de servicii, au solicitat și oferte pentru companiile în care lucrau. "Divizia de evenimente s-a dezvoltat astfel pe parcurs, din principiul meu de a nu refuza niciun client", povestește Roxana Bălcescu.

Pentru a citi o alta stire, despre destinatii de **vacanta** mai puțin cunoscute, accesati [aceasta sectiune](#) a site-ului nostru.

[Citeste mai mult...](#)

Sursa:  
[www.zf.ro](http://www.zf.ro)