



www.grupogea.com

952376655

GRUPO GEA

INFORMACIÓN

AÑO 2025 - NÚM. 8

Del 1 al 30 de agosto

SIENTE LA #ConexiónGEA

Entrevistamos a...

Sara Fernández, directora general: *“Nada como rodearse de profesionales acreditados y con gran experiencia”*

Antonio Lara, director de proyectos: *“Estamos en un momento en que la tecnología ya no es futuro, un cambio de época”*

David Cáceres, director comercial: *“La herramienta más valiosa para un agente es aquella que le permite vender”*

Equipo de delegados: *“Ofrecemos soluciones más eficientes gracias al trato directo”*

“Nada como rodearse de profesionales acreditados y con gran experiencia”



La directora general de GEA, Sara Fernández, habla sobre tecnología, formación y equipo humano.

La filosofía de Grupo GEA pasa, sobre todo, por el valor que ofrece su equipo humano. Sumado a la rentabilidad, financiación, herramientas tecnológicas y a las campañas comerciales de primer nivel, destaca el trato humano. “Las agencias asociadas merecen ser escuchadas, y para ello ponemos en valor nuestro equipo, especialmente al comercial, que nos permite estar más cerca de nuestros clientes”, dice la directora general de Grupo GEA, Sara Fernández, en esta entrevista:

P: La inteligencia artificial y el paso de recursos a modalidad online parece inundarlo todo, ¿qué opina sobre esto?

R: Creo que estamos en un momento de transformación importante. La sociedad y el cliente están integrando el uso de la inteligencia artificial en su día a día. La IA parece invadirlo todo, a diferentes niveles. Y, por este motivo, los profesionales debemos también adaptarnos y optimizar nuestro trabajo con los nuevos recursos tecnológicos. Creo que a medida que se vaya incrementando el uso de la IA, debemos cultivar más nuestro potencial y capacidad de conectar con el cliente en el ámbito laboral. Así se aprecia mucho más el contacto humano, si este es eficiente, y nos permite ofrecer un toque especial que aporte diferenciación en nuestro producto.

P: ¿Cuánto valor tiene para GEA la formación? ¿Cree que la formación continuada es imprescindible?

R: Yo creo que las personas no deberíamos dejar de formarnos nunca, sea en el ámbito que sea, el conocimiento siempre enriquece y nos hace crecer. Si nos vamos al plano turístico, es imprescindible estar actualizado en producto, en destinos y en herramientas que nos permitan ir por delante a la ola de cambios y la constante evolución que experimentamos. Por esto, tratamos de ofrecer formación variada y enfocada en diferentes materias, así como actualizarnos y que éstas tengan lugar de una forma avanzada y cómoda, accesible para el agente de viajes. Es el ejemplo, sin ir más lejos, de una de las últimas herramientas que hemos incorporado en el mes de julio para el interés de nuestras asociadas, formaciones con Ávoris Travel School.

P: ¿Por qué diría que Grupo GEA es la mejor opción?

R: Porque contamos con un equipo de personas altamente comprometido en ofrecer las mejores soluciones en rentabilidad, competitividad y servicio. Siempre a disposición de una red de agencias de viaje asociadas que, con su profesionalidad y excelencia, dan prestigio y sentido a la marca GEA.

P: ¿Qué recursos tiene GEA para mantener ese trato humano?

R: El mejor activo de GEA es su equipo humano. Siempre hemos puesto el foco en la calidad del servicio, en atender de forma personalizada y hacerlo tú a tú y presencialmente. Las agencias asociadas merecen ser escuchadas, y para ello ponemos en valor nuestro equipo, especialmente al comercial, que nos permite estar más cerca de nuestros clientes.

P: Ha hablado de equipo como punto fuerte, ¿quiénes componen ese factor que consideran una herramienta tan potente?

R: Tenemos un equipo en central, a disposición y atención de nuestras agencias, tenemos al equipo comercial compuesto por 5 personas con plena movilidad geográfica, y un equipo de dirección que también está cerca y en continuo contacto con las agencias asociadas. También es importante mencionar a todo el equipo de asesorías especializadas, que atienden y resuelven dudas o incidencias de forma individualizada a las agencias GEA, en materias muy específicas.

P: Respecto al asesoramiento, desde los inicios de GEA se han ofrecido atención fiscal, informática y jurídica. ¿Por qué deciden lanzar la Asesoría de Comunicación de Grupo GEA?

R: Porque uno de los cambios más importantes que estamos viviendo es en materia de comunicación con los clientes. Y no hay nada como rodearse de profesionales acreditados y con gran experiencia para tener las mejores soluciones. Con un buen agente de viajes, garantizo mi experiencia, con un buen experto (en fiscalidad turística, jurídico, asesor informático...), evito muchos problemas, y con una buena asesoría de comunicación me aseguro, en este momento de cambio, hacer llegar mi mensaje a quien quiero y como quiero.

“La herramienta más valiosa para un agente es aquella que le permite vender”

David Cáceres es el director comercial y de marketing de Grupo GEA. Hoy hablamos con él sobre rentabilidad de las agencias GEA, sobre campañas comerciales y rappelés. También sobre acompañamiento, protección de las asociadas y, además, del proceso de venta. “La herramienta más valiosa para un agente de viajes es aquella que le permite vender”, dice el ejecutivo.



P: El mercado cada vez es más flexible, más competitivo y más cambiante. Como grupo de gestión, ¿cree que es importante ofrecer estabilidad a las agencias a través de campañas comerciales?

R: El respaldo comercial y la seguridad son elementos clave que definen, no sólo lo que las campañas comerciales aportan a las agencias asociadas, sino también el valor añadido que ofrecemos desde el Grupo. Las campañas son una herramienta más de acompañamiento que articulamos para que las agencias puedan reforzar su liderazgo en el mercado local y ofrecer un mejor servicio a sus clientes.

P: ¿Cómo aporta esa serenidad a las agencias asociadas Grupo GEA, dentro de un mercado tan bravío?

R: El hecho de que las agencias sepan que contarán con herramientas y recursos para competir en cada momento del año, adaptándose a las diferentes oleadas comerciales, ya sea anticipando vacaciones o aprovechando las oportunidades lanzadas por los proveedores, genera tranquilidad y confianza. Esa previsibilidad permite actuar con estrategia y eficacia.

P: ¿Cuál es mayor recurso en rentabilidad del que dispone Grupo GEA?

R: Históricamente, los ingresos por rappelés han sido un recurso empresarial muy valorado. Su gestión centralizada permite que las agencias reciban esos ingresos sin tener que gestionarlos individualmente con cada proveedor. A esto se suman incentivos adicionales que se negocian y se abonan directamente, sumándose a la comisión durante las campañas, que en algunos años pueden superar el centenar. En ambos casos, se traduce en una rentabilidad tanto económica como operativa, al ahorrar tiempo y recursos que las agencias pueden destinar a la atención al cliente.

P: Sabemos que la rentabilidad no es un recurso, por lo general, que genere un repunte de beneficio mes a mes. Teniendo en cuenta que es un parámetro medible a medio plazo, ¿cómo ganan rentabilidad las agencias GEA?

R: Como mencionaba, si entendemos la rentabilidad como el conjunto de servicios que brindamos a las agencias: asesorías, tecnología, apoyo del equipo de delegados, resolución de reclamaciones, entre otros... sin duda se trata de un activo constante a lo largo del año. Por ello, puede considerarse una forma de rentabilidad económica para los empresarios, ya que les permite mantener su competitividad sin asumir costes adicionales por estos servicios.

P: Una forma de cuidar a sus asociadas es aportando soluciones para el proceso de venta. ¿Ofrecen herramientas para cuidar al cliente final?

R: La herramienta más valiosa para un agente de viajes es aquella que le permite vender, y si surge una incidencia, poder resolverla eficazmente. Acompañar al agente cuando lo necesita es, en definitiva, cuidar de su cliente final. Para ello, es fundamental tanto el equipo humano de GEA como las acciones comerciales que promovemos de forma continua.

P: La fidelización también es un punto muy importante en el proceso de venta. ¿Cómo ayuda Grupo GEA a sus asociadas a consolidar a sus clientes?

Acompañándolas en cada momento, como ya mencionaba. Hablar de fidelidad del cliente es siempre un tema complejo. Sin embargo, lo que sí ha demostrado la supervivencia de las agencias independientes, tras crisis tan profundas como la de 2008-2013 o la pandemia, es que el modelo de cercanía de estas empresas genera confianza. Desde GEA, nuestro objetivo es potenciar esa cercanía con recursos que refuercen la relación entre agencia y cliente.

P: Parece que hemos dibujado el perfil de agencia GEA durante esta conversación. ¿Cómo definiría a las asociadas al Grupo?

R: La agencia GEA es una empresa de tamaño medio, pero un referente en su mercado local. De ahí nace la importancia, y la responsabilidad, de ayudarles a mantener ese liderazgo y nivel de exigencia.

P: ¿Por qué diría que Grupo GEA es la mejor opción?

R: Si lo es, es gracias a nuestra capacidad, tras 30 años de trayectoria, de haber sabido adaptarnos junto a nuestras agencias a la evolución constante de los hábitos del cliente, los avances tecnológicos, los cambios legales y otros muchos retos. Nuestra principal tarea ha sido siempre dar respuesta en cada momento. Y cuando no hemos acertado, hemos procurado revisarlo para mejorar.

“Estamos en un momento en el que la tecnología ya no es futuro, un cambio de época”



Antonio Lara es director de nuevos proyectos en Grupo GEA. Como experto, en esta entrevista nos cuenta en qué momento nos encontramos, desde el punto de vista de la innovación y cómo GEA ofrece soluciones específicas que permiten la completa adaptación de las asociadas al momento en el que nos encontramos. “Abrazamos la tecnología, lo que nos permite hacer el trabajo de las asociadas más fácil”, explica Lara.



P: Un mercado cambiante, cada vez más herramientas digitales, la irrupción de la IA en la rutina... ¿en qué momento diría que nos encontramos, desde un punto de vista tecnológico?

R: Estamos en un momento en que la tecnología ya no es futuro, es presente. Y como siempre, los cambios profundos crean incertidumbre, pero debemos de pensar en que puede ser una oportunidad que debemos de explorar. La cuestión es que no no estamos en una época de cambios, estamos en un cambio de época que nos posibilita una nueva manera de trabajar, en incluso de relacionarnos con nuestro entorno.

P: ¿Qué le diría a la agencia que se resiste al cambio, a la implementación de procesos tecnológicos?

R: Desde GEA aportamos a nuestras agencias soluciones tecnológicas que le permiten a nuestras asociadas un ahorro de tiempo en sus procesos; tanto de búsqueda, como administrativos. Disponemos de metabuscadores, programa de gestión, gestores de presupuestos... Continuamos explorando y buscando socios tecnológicos que permitan a nuestras agencias no perder eficiencia y que le ayuden a navegar y gestionarse de una forma más autosuficiente, rentable y eficaz, mirando hacia el presente.

P: Con el argumento de “llevar años haciendo las cosas de una manera”, muchas pequeñas empresas no se lanzan a esa adaptación. ¿Cómo se puede vencer esa resistencia?

R: La innovación no significa dar un salto al vacío, más bien es construir un puente que nos permita seguir avanzando, y este puente sólo se puede construir con tesón y formación. La formación es el proceso que permite a nuestras agencias que adquieran, mejoren y actualicen sus habilidades y actitudes para desarrollar plenamente su trabajo. Debe ser una tarea de obligación en nuestras agencias, no podemos permitir que pasen trenes en el ámbito profesional y no estemos en el andén adecuado.

P: Grupo GEA, siempre afirma tener “la mejor tecnología del mercado”. ¿Esto es cierto, qué herramientas ofrece a sus agencias?

R: Como ya hemos mencionado, GEA explora y busca en el mercado soluciones tecnológicas pioneras que seduzcan a nuestras agencias, prueba de ello es nuestro buscador aéreo: fuimos el primer grupo de gestión en la implantación de la plataforma de Lleego, hoy en día muy consolidada en el mercado. Es sólo un ejemplo, pero ofrece la dimensión de plataformas o herramientas que GEA ofrece hoy a sus agencias. Plataformas como CRM o gestores de presupuestos interactivos, fuimos pioneros y avanzaremos siempre viendo la tecnología como un aliado que ayude y fortalezcan a nuestras agencias.

P: Es necesario adaptarse al mercado y para ello la tecnología es fundamental. ¿Han llevado a cabo nuevos acuerdos para ofrecer lo último a sus asociadas?

R: Si, el último acuerdo ha sido con una empresa de generación de una propuesta de viaje interactiva, lo que se traduce en una experiencia para el cliente WOW. El presupuesto es intuitivo, visual y personalizado, la agencia le transmite al cliente profesionalidad e innovación en un primer contacto, permitiendo a las agencias tener más conversión de sus presupuestos. La propuesta de viaje y el presupuesto no sólo es vender, es también comunicar y transmitir al cliente quien es tu empresa.

P: ¿Qué agencias GEA pueden disfrutar de estos servicios tan innovadores?

R: Todas las agencias de GEA disfrutan de nuestros servicios, desde el primer día, sin condiciones de ningún tipo. Siempre buscamos adaptarnos a las necesidades de nuestras agencias, y cada agencia usa las herramientas y las soluciones GEA como necesita, pero están a disposición de las asociadas desde el primer momento.

P: ¿Por qué diría que Grupo GEA es la mejor opción?

R: Porque abrazamos la tecnología, lo que nos permite hacer el trabajo de nuestras asociadas más fácil. Porque nos adaptamos, escuchamos e intentamos mejorar, para seguir siendo competitivos, además de eficientes. Porque GEA evoluciona con las personas y con la tecnología, no contra ella. No se trata de tener plataformas, se trata de tener visión, de no quedarnos quietos y de evolucionar con las personas, no sólo en los procesos.



DELEGADOS GEA:

“Ofrecemos soluciones más eficientes gracias al trato directo”

Hablamos con una parte indispensable de Grupo GEA: el equipo de delegados. Su misión es ser el eslabón que une a todo el Grupo, proveedores, central, asesorías y agencias asociadas. Su tarea, la atención personalizada, la resolución de problemas y el acompañamiento en el día a día. Los delegados afirman que ofrecen “soluciones más eficientes” gracias al “trato directo”. Siempre están, sobre todo desde que el instante en el que “se detecta una incidencia, hasta que ésta se da por finalizada”, dice este equipo.



POR QUÉ ES IMPORTANTE DISPONER DE UN DELEGADO DE ZONA

Para Paola Tittaferante, la delegada de la zona centro de Grupo GEA, “es muy importante la figura del delegado de zona, ya que las agencias cuentan con ese referente que los ayuda a que las gestiones y su día a día sean más sencillos. Es fundamental proporcionar herramientas a las agencias con las que se sientan cómodas. Y saber que el delegado les garantiza la información necesaria a la hora de solucionar un problema o, simplemente, cuando necesitan contactar con algún proveedor. Estamos ahí para ayudar desde que se detecta la incidencia hasta que se da por finalizada”, explica Paola Tittaferante.

La importancia, para el delegado de la zona Noreste, “radica en tener un conocimiento in situ de los problemas, necesidades y evoluciones de las agencias asociadas en un territorio concreto”, dice Jan Pané. “Así obtenemos una radiografía más detallada y exacta de la situación de las agencias por zona geográfica, permitiendo incidir en función de las circunstancias de las mismas, y segmentando las soluciones al territorio donde se aplican, todo dependiendo de sus variables”, añade este delegado.

Este equipo ha identificado tres motivos por los que son una gran herramienta para las agencias: “primero, porque acercamos a las agencias asociadas al grupo de gestión; segundo, porque somos el principal apoyo para las agencias ante la resolución de incidencias con proveedores; tercero, porque damos asesoramiento sobre los servicios en los viajes”, explica el delegado de la zona Sur, Daniel López. “Estamos prácticamente 24 horas a su servicio, sea por mensaje, teléfono o mail, dándoles apoyo en su día a día”, añade López.

CÓMO AYUDA UN DELEGADO A LAS AGENCIAS ASOCIADAS

En el momento en el que se identifica una incidencia, “ponemos en marcha toda la maquinaria disponible con el equipo de asesores especializados, las herramientas o plataformas o, si es el caso de reservas y proveedores, las mejores relaciones y más estrechas con ellos”, explica el delegado de Canarias, Sunil Daryanani. “Tener las mejores comisiones y los mejores rappels necesita también una excelente relación con los proveedores para intentar reducir al mínimo todos los problemas y buscar mecanismos de resolución”, añade el delegado canario.

Para el delegado de la zona Norte, Fernando Bruña, “la realización de visitas individuales, junto a eventos de zona, permite comunicar de modo más efectivo. La relación se vuelve más personal y con autoridad profesional suficiente. Te conviertes en el compañero de viaje perfecto, posibilitando ofrecer soluciones adecuadas para la agencia que, por sí sola, quizá, no lograría conseguir. Además, el aporte psicológico ha sido esencial en momentos complicados, como por ejemplo sucedió en la pandemia, y otras situaciones difíciles particulares de las asociadas”, dice Bruña.

Uno de los objetivos de los delegados es que las agencias brillen. “En el argot futbolístico que tantas pasiones levanta, somos ese jugador encargado de recuperar balones, para que las estrellas, en este caso las agencias asociadas, se luzcan con sus goles; es decir, sus ventas, conocimiento y experiencias. Sin duda, un trabajo en equipo”, explica Pané.

Para los delegados GEA no hay duda: “aportamos confianza y cercanía entre personas, tanto con las agencias asociadas como con los proveedores, obteniendo datos, sensaciones e impresiones de modo directo, lo que proporciona soluciones más eficientes”, finaliza Bruña.



¿Quieres más **RENTABILIDAD** al pagar tus **RESERVAS?**



CON PLIANT

Paga tus reservas de cruceros,
low cost, hoteles directos,
receptivos...

**¡Y OBTÉN UNA
RENTABILIDAD
ADICIONAL
A TU RESERVA!**

Es MUY FÁCIL...

- Solicita la tarjeta PLIANT a través del formulario que tienes en la Intranet de GEA y comienza a rentabilizar tus pagos.
- Además, PLIANT no tiene coste ni por emisión ni por renovación.
- PLIANT es una tarjeta monedero, tu pones el límite del importe que quieras fondear en tu ta



www.grupogea.com
952376655

