



www.grupogea.com

952376655

GRUPO GEA

INFORMACIÓN

AÑO 2022 - NÚM. 12

Del 1 al 31 de diciembre



Sumario

Análisis de ventas:

“Hemos alcanzado un 80% de la venta de 2019”

El alza de precios y de la reactivación de la demanda, claves en resultados de este ejercicio.

Sobre las obligaciones del nuevo registro para las agencias de viajes

Aquí encontrarás asesoramiento jurídico y fiscal para evitar sanciones en tu negocio.

Grupo GEA cierra el año con encuentros locales

El Grupo sigue ofreciendo campañas exclusivas, mayor rentabilidad y financiación



ANÁLISIS DE VENTAS: “Hemos alcanzado un 80% de la venta de 2019”

El alza de precios y de la reactivación de la demanda, claves en resultados de este ejercicio.

Parece que el sector turismo y las agencias se encuentran en un momento positivo tras una etapa muy dura de demanda contenida y restricciones. La previsión del verano se ha cumplido con buenos resultados, y ahora atravesamos una nueva etapa cuyo objetivo se miden tanto a corto como a medio plazo: ¿cuáles son los primeros resultados de este final de año?

Entrevistamos al director comercial y de marketing de Grupo GEA, David Cáceres Delfín, quien, tras recopilar los resultados de ventas del Grupo, analiza la situación del mercado y la actualidad de las agencias.



P: En líneas generales, ¿en qué momento diría que se encuentran las ventas de las agencias?

R: Tras la incertidumbre de los dos o tres primeros meses del año, la reactivación paulatina de la demanda desde la primavera y durante todo el verano, y los nuevos clientes, ha supuesto un alivio económico para las agencias después de los dos años de limitación por la pandemia. El alza de los precios y de la reactivación del mercado sin duda han sido claves en los resultados de este ejercicio.

P: Teniendo en cuenta los resultados de las agencias asociadas a GEA, ¿podría describir cómo está siendo la recuperación de ventas?

R: La recuperación de las ventas no ha sido lineal en todos los segmentos. Unos han tenido mejor comportamiento que otros, especialmente los destinos donde había una demanda acumulada los años anteriores y que ha respondido. Ejemplos de ello son los destinos de playa nacionales e internacionales, las ciudades europeas, con especial atención a Disneyland París; destinos de Oriente Medio y de larga distancia en aquellos países que recuperaron su confianza sanitaria ante el viajero frente a la pandemia, un aspecto que deberá ir abriendo más regiones del mundo, especialmente en la zona de Asia.

Por otra parte, el continente americano ha sido una de las zonas geográficas más favorecidas por la demanda. Y en lo que respecta al transporte marítimo, el aéreo, y el rent a car también beneficiados por el alza de las tarifas, ha permitido alcanzar cifras de ventas muy cercanas a las de 2019.

P: Y si trasladamos esa información a cifras respecto a años anteriores, ¿cuál es el resultado?

R: Tras analizar la situación y estudiar los datos de los que dispone Grupo GEA, la previsión actual de ventas nos permite alcanzar entorno a un 80% de la venta de 2019 en el actual ejercicio; si bien la cifra de pasajeros movidos debe ser inferior a este porcentaje, aproximadamente de un 15%, debido al incremento de los precios de los viajes.

P: El verano ha sido un buen momento, pero había incertidumbre por los resultados de la temporada otoño-invierno. ¿Cuál es su visión a luz de los primeros resultados?

R: Lo más esperanzador es el buen comportamiento de la demanda tras el verano. Frente al temor de una ralentización, el ritmo de venta tanto a corto plazo -tendencia de todo 2022 en cuanto a la anticipación-, como la venta anticipada para 2023, en determinados segmentos, permiten atisbar la senda de recuperación iniciada durante este año. Gracias a este comportamiento tenemos asegurados incentivos con más de 50 proveedores, lo cual ya supone asegurar un ingreso para el 2023 para nuestras agencias socias.

P: ¿Cuál es la estrategia a corto plazo de Grupo GEA con relación a sus agencias y las ventas?

R: Desde GEA, otro de los objetivos para 2023 es seguir acentuando la rentabilidad de sus ventas, la reducción de costes por las herramientas de digitalización y de reservas que, desde el grupo, se disponen a las agencias.

A consecuencia de estos datos positivos en ventas, Grupo GEA ha garantizado rappelés por objetivos en 2023 para sus asociadas gracias a los acuerdos comerciales con sus proveedores, en condiciones exclusivas. Esto, sumado a otras iniciativas como la bonificación de cuotas a través de las ventas, supone una mayor rentabilidad para los negocios de las agencias del Grupo.



SOBRE LAS OBLIGACIONES DEL NUEVO REGISTRO PARA LAS AGENCIAS DE VIAJES

**AQUÍ ENCONTRARÁS ASESORAMIENTO
JURÍDICO Y FISCAL PARA EVITAR
SANCIONES EN TU NEGOCIO.**

Según los plazos previstos, el próximo 2 de enero de 2023 entrará en vigor el Real Decreto 933/2021, de 26 de octubre, por el que se establecen las obligaciones de registro documental e información de las personas físicas o jurídicas que ejercen actividades de hospedaje y alquiler de vehículos a motor. Aún pendientes de resolver algunas características técnicas, por lo que se prevé que su vigencia se retrase al mes de marzo, lo cierto es que ya supone una gran inquietud para las agencias de viajes.

FINANTUR y Bufete CUBERO, asesorías fiscal y jurídica de Grupo GEA, ya están trabajando de forma conjunta con el Grupo para resolver todas las dudas que están surgiendo entre las asociadas: ¿Qué pasa si no hago el registro? ¿En qué página web tengo que hacer el registro? ¿Es obligatorio? ¿Puedo hacer el registro a mano?

La primera acción de Grupo GEA ha sido enviar un dossier jurídico completo a sus agencias socias, con toda la información pertinente que permite comprender de forma clara las nuevas obligaciones derivadas del Real Decreto, en el que también ha participado CEAV con otro informe al respecto. En estos momentos, el Grupo se encuentra realizando un documento con preguntas frecuentes, para dar cobertura de forma rápida a las dudas iniciales. “Conocer todos los requisitos que recaen sobre las agencias y tenerlos claros es fundamental para evitar sanciones y proteger tu negocio”, dicen desde GEA.

Según explican desde Bufete CUBERO, la principal dificultad a la que se van a enfrentar las agencias es “al tiempo que se debe dedicar a llevar el registro y su correspondiente comunicación, de forma casi inmediata, al Ministerio”. Explican que si “una empresa, a la hora de vender un viaje combinado, debe rellenar y confeccionar el contrato de viajes combinados, incluso la información precontractual, así como el tratamiento de datos, y ahora la gestión y tramitación de llevar el registro y la comunicación de un simple viaje vendido, lo que puede suponer es un escaso margen de beneficio para el empresario pequeño y/o mediano”, dicen los asesores jurídicos de Grupo GEA.

En este sentido, la intervención de CEAV ante el Ministerio ha sido clave. Desde CUBERO explican que “se han visto algo reducidos los datos e información que facilitar al Ministerio por parte de las agencias, pero sin que haya existido por parte del Gobierno o Ministerio comunicación oficial del mismo”, aclaran.

Ante esta situación, desde la asesoría jurídica de Grupo GEA, se encuentran a pleno rendimiento, atendiendo “todas las consultas, destinadas mayoritariamente al respecto de la obligación y las posibles consecuencias ante tal posible incumplimiento de esta”, explican desde CUBERO.

Para la asesoría fiscal de Grupo GEA, este nuevo registro “supone una sobrecarga en las obligaciones de información, hasta ahora inexistentes. Esperamos que cuando se concrete la información a facilitar sean los aplicativos informáticos los que ayuden a su gestión”, dice el responsable de FINANTUR, Raúl Guijarro. “Independientemente de compartir la vulneración en la protección de datos con las asociaciones sectoriales, es una “barbaridad”, pues supone una duplicidad de datos a informar, por un lado, el prestador (hotel, rent a car...), y por otro la agencia de viajes”, añade Guijarro.

El asesoramiento jurídico y fiscal facilitado por CUBERO y FINANTUR está incluido en la cuota de Grupo GEA y, por tanto, todas las agencias del Grupo están protegidas en este sentido, ya que pueden consultar sus dudas directamente y recibir asistencia particular para cada caso.

GRUPO GEA CIERRA EL AÑO CON ENCUENTROS LOCALES

**Celebrados a lo largo de todo 2022, GEA Contigo
cierra el año con balance positivo.**

Los encuentros presenciales locales planificados por Grupo GEA están teniendo gran repercusión, especialmente durante el último trimestre. El más reciente, celebrado en Granada para las agencias socias de esta provincia, Almería y Málaga, ha congregado a cerca de 40 asistentes. “Retomar las relaciones en persona y mantenerlas en el tiempo es fundamental, sobre todo porque nos sirve como punto de encuentro e información, pero también como evaluación de las acciones que llevamos a cabo”, explica el delegado de zona Sur, Extremadura, Murcia y Levante de Grupo GEA, Enrique Guerrero.



El Grupo es consciente de que nada de esto hubiese sido posible sin la estrecha relación que GEA mantiene con sus proveedores. “Desde Grupo GEA queremos agradecer públicamente a todos los patrocinadores su implicación en estos eventos tan importantes para nosotros. Gracias a Ávoris, Balearia, Veturis y W2M hemos llevado a cabo unos encuentros presenciales de gran nivel profesional con los que se han reforzado las relaciones de todos los integrantes del Grupo: agencias, proveedores y el equipo GEA”, explica el director comercial y de marketing de Grupo GEA, David Cáceres.

Tal y como puede verse en los canales sociales de Grupo GEA, la experiencia GEA Contigo ha resultado ser un momento de reunión e intercambio de información a todos los niveles. “No solo a nivel profesional, que por supuesto es nuestro objetivo con estas acciones, sino también a nivel personal, lo cual fomenta ese concepto de Grupo que es la marca GEA”, añade Cáceres. “Las fotografías hablan por sí solas”, señala el directivo.





www.grupogea.com
952376655

