



www.grupogea.com

952376655

GRUPO GEA

INFORMACIÓN

AÑO 2021 - NÚM. 2

Del 1 al 28 de febrero



Grupo GEA ha procedido al pago de un rappel de la compañía Turkish Airlines que, sin duda, va a ser muy bien recibido por sus agencias asociadas. Esta cantidad, que debe ser sumada al reciente anuncio de otro rappel de MSC, elevan a un total de 1.586.000€ la cuantía de las comisiones repartidas por el Grupo a lo largo del último año. “Este tipo de gestiones con los proveedores son fundamentales, y más en esta etapa tan complicada que estamos atravesando”, dicen desde Grupo GEA. Y no es el único, recientemente se ha anunciado otro incentivo de MSC.

**GEA
HACE
EFECTIVO
UN
IMPORTANTE
RAPPEL
DE
TURKISH
AIRLINES**

“El mundo surge de acuerdo a lo que la mente percibe. Llevamos desde marzo de 2020 comprobando el saldo bancario de nuestras cuentas y solo aparecen gastos”, explica Ton Espinosa, de la agencia de viajes Savitur. Con seguridad, un sentimiento común en todo el sector. “Sin embargo, ayer, ¡sorpresa, hay un ingreso!”, dice con cierto entusiasmo el agente. “En estos momentos en los que llevamos ya más de diez meses con las ventas en caída libre y la oficina cerrada al público, recibir este pago ha sido una bendición que contribuye, sin duda, a paliar un poquito esta crisis”, dice el responsable de Viajes Foster, Enrique Arroyo. Las agencias hablan del saldo aportado por Grupo GEA gracias al pago del rapel de ventas de la compañía Turkish Airlines.

Las gestiones realizadas por “el equipo humano de Grupo GEA han sido fundamentales para poder dar, cuanto antes, esta buena noticia a nuestras asociadas”, afirma Sara Fernández, directora general del Grupo. “Para nosotros es una doble satisfacción, primero porque cumplimos con nuestros objetivos y, además, porque sabemos lo mucho que las agencias valoran estos resultados positivos”, explica Fernández.

El agente de Savitur, afirma encontrarse “anonadado” tras comprobar que el ingreso corresponde al rapel de Turkish Airlines. Y, entonces, le “surge un recuerdo: ¡es verdad! El mes de febrero fue para mi empresa excelente”, cuenta Espinosa. La materialización de estos compromisos son siempre una buena noticia y, además, también suponen la regeneración de la esperanza en el sector. La gestión de Grupo GEA y “el corazón de Turkish Airlines ha erosionado el miedo y devuelto la confianza al sector de todos los valientes y fuertes agentes de viajes”, cuenta el de Savitur.

Pero esta no es la única buena noticia. “Recientemente hemos comunicado, también, el pago del rappel correspondiente a la naviera MSC. Estos dos últimos ingresos elevan a 1.586.000 euros la cantidad total de incentivos comunicados por parte de GEA a sus asociadas a lo largo del último año”, dice la directora de Grupo GEA. “Por supuesto, vamos a seguir trabajando y esforzándonos para poder ofrecer a nuestras asociadas el mejor servicio, y también, por qué no, las mejores noticias”, termina Fernández.



DELEGADOS COMERCIALES DE ZONA



JAN PANÉ

Delegación Cataluña, Andorra y Baleares
janpane@grupogea.com
625 489 486



SUNIL DARYANANI

Delegación Canarias
geacanarias@grupogea.com
663 358 033



FERNANDO BRUÑA

Delegación Norte: País Vasco, Cantabria, Galicia, Aragón, La Rioja y Navarra
fernandobruna@grupogea.com
625 687 965



JUAN CARLOS RIVERO

Delegación Centro: Asturias, Castilla y León, Castilla la Mancha y Madrid.
jcrivero@grupogea.com
678 563 473



ENRIQUE GUERRERO

Delegación Sur: Extremadura, Andalucía, Valencia, Murcia, Ceuta y Melilla.
enriqueguerrero@grupogea.com
609 891 538

GRUPO GEA: CONTRA LAS CRISIS, SOLUCIONES HUMANAS

El equipo de delegados de GEA se traduce en información y compromiso

Que nos encontremos en una etapa complicada solo potencia más el ejercicio de una de las partes más consolidadas de Grupo GEA: su equipo humano y su relación con sus asociadas. Los delegados comerciales de zona son una pieza fundamental en el engranaje de la marca GEA. ¿Su éxito? Ejercer como enlace para las agencias y para el Grupo. ¿Cómo? Manejando información con profesionalidad, experiencia y el valor indispensable de la humanidad.

Apostar por el valor de las personas no es una novedad para Grupo GEA. Pero ahora, en plena pandemia y en mitad de la crisis de la incertidumbre, en una época marcada por la digitalización forzada, encontrar una cara amiga se torna fundamental. “El delegado debe ser los ojos del Grupo para tener un análisis exhaustivo de qué necesitan las agencias, y, por otra parte, es la voz de las agencias hacia el grupo”, cuenta Jan Pané, delegado de Cataluña, Andorra y Baleares. “Se trata de una simbiosis donde las delegaciones son quienes enlazan y encajan las agencias en el engranaje del grupo de gestión”, añade Pané.

La presencia del delegado “es esencial en la información, la gestión, y la intermediación entre agencias asociadas y proveedores”, explica Fernando Bruña, delegado comercial de la zona norte de Grupo GEA. “Informar, gestionar e intermediar y generar confianza entre el Grupo y las agencias es nuestra principal misión”, dice el delegado. “Por razones obvias, los humanos gustamos de empatizar, en mayor o menor medida. El agente de viajes prefiere contactar con un ser humano y obtener atención personalizada”, explica Bruña. “Y con nosotros, los delegados de zona, eso van a encontrar”, añade el delegado.

Uno de los puntos fuertes de los comerciales de Grupo GEA es el vínculo que establecen con las agencias gracias al conocimiento del sector, pero, sobre todo, de la zona donde trabajan. “La figura de un delegado es importante porque cada comunidad tiene su idiosincrasia, sus particularidades”, explica Sunil Daryanani, delegado de Canarias. “Además de una mayor cercanía, hablar un mismo lenguaje, lo que se traduce en conocer los problemas locales”, cuenta el comercial como principal cualidad del delegado GEA. “Esto se traduce en la sinergia de Grupo GEA, poder ofrecer las mejores soluciones a nivel nacional además de optimizarlas en lo local, en lo particular”, dice Daryanani.

Conocer el mercado y el sector es otra característica esencial que destacan los delegados. “Tener conocimiento de cuál es el sector de mercado que mayoritariamente trabajan las agencias para poder resaltar los beneficios que les podemos aportar es fundamental”, cuenta Enrique Guerrero, delegado de Andalucía, Extremadura, Ceuta, Melilla y levante. “También es imprescindible realizar un seguimiento de los problemas e inquietudes de las agencias y que no se quede nada sin contestar, siempre desde una actitud receptiva. Y asegurar el feedback, dando a conocer las opciones que pone GEA a su disposición”, dice Guerrero.

Juan Carlos Rivero, delegado de la zona centro, explica su función como profesional. “Fundamentalmente, proporcionamos soporte y asesoramiento. Cercanía y amistad, implicándonos en sus demandas y preocupaciones de forma personal. El bagaje y experiencia, después de tantos años desempeñando un trabajo con una mira comercial, hace que comprendamos sus inquietudes y seamos capaces de ponernos en su lugar, implicarnos en su solución”, explica el delegado.

La clave, además de la humanidad, es la unión. “Somos el nexo entre la necesidad de información de la agencia y la búsqueda soluciones. Ofrecer soluciones es nuestro objetivo. Y Grupo GEA las proporciona”, finaliza Rivero.



GRUPO GEA SE CONSOLIDA A NIVEL INTERNACIONAL CON CASI 2.000 PUNTOS DE VENTA

Una ventaja competitiva en la negociación con partners y proveedores

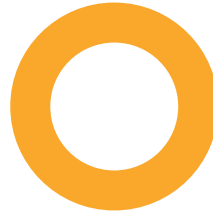
GEA se consolida como el principal grupo español de gestión a nivel internacional. España, Argentina, Portugal, Brasil y Perú suman, en su conjunto, cerca de 2.000 puntos de venta en todo el mundo. “La unión y la fuerza que potencia la dimensión internacional, esa suma de sinergias que forman parte de la identidad del Grupo, hacen que estos momentos tan complicados se gestionen con mayor éxito al trabajar de forma conjunta”, dicen desde Grupo GEA.

La expansión de Grupo GEA y la estabilidad en su dirección han consolidado a la marca más allá de nuestras fronteras. Las cifras hablan por sí solas: en Portugal, 384 puntos de venta; en Argentina, 621; en Perú, 160 y Brasil, 168. “Junto con los puntos de España estamos cerca de los 2.000 puntos de venta. Sin duda esto debe ser entendido como una ventaja competitiva, ya que la internacionalización posibilita, por ejemplo, mejores negociaciones con determinados partners y proveedores”, afirma la directora general de Grupo GEA, Sara Fernández.

La presencia de GEA en otros mercados, sobre todo de índole internacional, posibilita mejores entornos de trabajo en general, lo que revierte en las agencias de nuestro país. “GEA se constituyó en Portugal en enero del 2003, por lo que está cumpliendo ahora 18 años de existencia”, explica el director general de Grupo GEA Portugal, Pedro Gordon. “Las ventajas derivadas de estar integrados en una marca internacional conocida por la práctica totalidad de proveedores de servicios turísticos a nivel mundial es indiscutible: la presencia internacional facilita el acceso al contacto con las instituciones de promoción turística en los diferentes mercados, por ejemplo”, dice Gordon. El directivo de GEA afirma que “las sinergias entre los miembros del grupo en cada país se traducen en términos de apoyo y en la creación y desarrollo de economías en escala”, añade.

“Las sinergias entre los miembros del grupo en cada país se traducen en términos de apoyo y en la creación y desarrollo de economías en escala”, explica el director de Grupo GEA Portugal





“La internalización del Grupo y su consolidada expansión permite que los acuerdos globales resultan más sólidos y atractivos para las firmas”, dice el director de Grupo GEA Argentina

La experiencia y la estabilidad de Grupo GEA en España han posibilitado su expansión. El Grupo abrió en Argentina en julio de 2008, y en Perú nació hace 4 años. “La internalización del Grupo y su consolidada expansión permite que los acuerdos globales resultan más sólidos y atractivos para las firmas, como los bancos de camas, o reservas de actividades online”, explica el director de Grupo GEA Latinoamérica, Marcelo Capdevila. “La comunicación y estrategias integradas permiten brindarles a nuestros socios mayor respaldo, más estructura, y por ende más beneficios”, añade Capdevila.

En definitiva, la estructura actual y el desarrollo de Grupo GEA es “una herramienta en común mediante la cual se consolida y mejora la gestión hacia las agencias de unos y otros países del Grupo. Por tanto, son las propias agencias GEA las principales beneficiadas de estas sinergias”, cierra la directora general de GEA.



TEN PRESENTE TU FUTURO

Con Grupo GEA obtienes:

Rentabilidad
Innovación
Exclusividad
Asesorías especializadas

NUESTRA TRAYECTORIA, NUESTRA MEJOR GARANTÍA



GRUPO GEA, CERCA DE TI

DELEGACIONES:

NORTE
CATALUÑA Y BALEARES
CENTRO
SUR Y LEVANTE
ISLAS CANARIAS



Visitas personales, reuniones zonales,
resolución de problemas e incidencias...

www.grupogea.com
952 37 66 55