



www.grupogea.com

952376655



GRUPO GEA

INFORMACIÓN

AÑO 2023 - NÚM. 6

Del 1 al 30 de julio

Ávoris Corporación Empresarial adquiere el consolidador Mundigea Vuelos y da un nuevo paso en su colaboración con el grupo de gestión

Renfe nombra una gestora exclusiva para las agencias GEA

GEA y Fred Olsen Express hablan de su relación y de la calidad de su red

Innovac, AON y GEA cuentan el valor de la asistencia

Ávoris Corporación Empresarial adquiere el consolidador Mundigea Vuelos y da un nuevo paso en su colaboración con el grupo de gestión

El objetivo de este acuerdo pasa por mejorar las condiciones y herramientas de las agencias asociadas para que se vean reforzadas y cuenten con las mejores tarifas y servicios del mercado.

El acuerdo aporta además a las agencias asociadas las tecnologías más avanzadas, planes de formación y las mejores condiciones que ofrecen las mayoristas de Ávoris.

Ávoris Corporación Empresarial y el grupo de gestión de agencias GEA refuerzan su colaboración mediante la firma de un acuerdo que contempla la adquisición de la totalidad de las acciones del consolidador aéreo Mundigea Vuelos (Travelgea Tours, S.L.), dando a Ávoris la entrada en el accionariado del grupo de gestión.

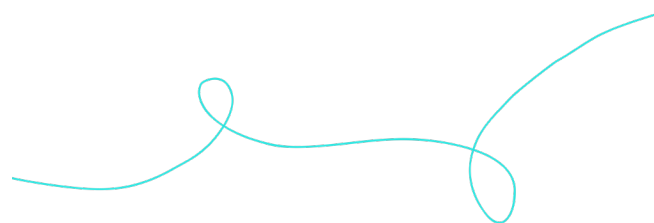
Mediante la firma de este acuerdo, se incrementará sustancialmente el valor añadido de las agencias del grupo GEA, que se verán fuertemente reforzadas con el acceso a las mejores condiciones y tarifas del mercado, así como a los productos y servicios de las mayoristas de Ávoris y podrán disponer de las últimas herramientas y tecnologías desarrolladas por esta.

Juan Carlos González quiere poner de manifiesto el apoyo y el compromiso por las agencias independientes y por la labor y valor de los agentes de viajes españoles.

Este acuerdo no supone ningún cambio en el día a día del consolidador, y al igual que el equipo de gestión del grupo GEA, seguirá bajo la dirección de Sara Fernández, manteniendo su sede de Torremolinos.

Con motivo de estas negociaciones, Prisciliano Fernández, presidente de GEA, ha expresado que “desde GEA estamos muy satisfechos por la apuesta del grupo Ávoris en nuestro grupo de gestión, ya que nos refuerza la capacidad de contratación, respetando la independencia de nuestra red de agencias, ofrecemos las mejores herramientas y tecnología para ser más competitivos y seguir aportando el máximo valor”.

Por su parte, Vicente Fenollar, presidente ejecutivo de Ávoris Corporación Empresarial, ha comentado su satisfacción por el alcance de este nuevo acuerdo: “Este nuevo paso es muy beneficioso para ambas empresas porque permitirá a las agencias independientes del grupo GEA ser más competitivas y poder crecer con las mejores condiciones y herramientas del mercado y desde Ávoris vamos a apoyar e impulsar el trabajo de este prestigioso grupo de agencias”.



Renfe nombra UNA GESTORA EXCLUSIVA para las agencias de Grupo GEA

Ambas marcas apuestan así por las agencias de viajes con un nuevo acuerdo

Las claves del acuerdo de GEA con Renfe es una representación de la filosofía del Grupo, a todos los niveles. Primero, porque los nuevos acuerdos reflejan la relación histórica entre ambas marcas. Por otro lado, el compromiso para con las agencias y el beneficio de la formación exclusiva, además de ser la razón de GEA, también es la clave de la reforzada relación con la transportista.



La nueva colaboración comercial iniciada entre GEA y Renfe va a permitir que “las agencias asociadas al Grupo puedan conocer de primera mano la evolución de este medio de transporte en nuestro mercado y que puedan adaptar mejor este servicio a las necesidades del cliente”, explica el director comercial y de marketing de Grupo GEA, David Cáceres. “Estamos en una etapa en la que trabajamos por mejorar la relación comercial, estando muy cerca de las agencias de viajes, que tanta importancia tienen para nosotros”, dice la jefa de ventas para agencias de Renfe, Patricia Hernández.

La apuesta de Renfe por las agencias GEA “supone establecer mejores lazos de apoyo y trabajo conjunto, un factor clave de visibilidad. Para ello, la compañía ha nombrado una gestora exclusiva, lo cual supone una confirmación de apoyo en esta nueva andadura”, dice Cáceres. Por su parte, desde Renfe explican que “recientemente hemos incorporado un account manager al equipo de agencias con experiencia en el sector, lo que nos va a permitir sacar el máximo partido a la colaboración conjunta. Para GEA la profesional encargada es Cristina Luján, con la que ya hemos comenzado a poner acciones en marcha para las agencias del Grupo”, explica Hernández.

GEA siempre ha apostado por la formación de sus agencias como una fortaleza de Grupo, algo fundamental para los agentes de viajes. En este acuerdo con Renfe “la formación será uno de los primeros aspectos claves que se desarrollarán”, dice Cáceres. Una serie de beneficios para las asociadas que es valorado “muy positivamente”, añade el director de marketing, ya que “este nuevo modelo de colaboración iniciado con Renfe complementa el realizado históricamente con las agencias”, finaliza.

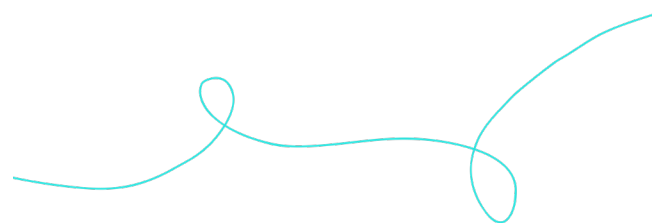
Por su parte, la marca Renfe se encuentra en un buen momento. Por un lado, “hemos ampliado rutas en el AVLO: desde 1 de junio llegamos a Córdoba, Sevilla y Málaga. Pretendemos llegar a todo tipo de cliente y dar la mayor facilidad y flexibilidad, tanto a las agencias en la venta como al usuario final en la experiencia”, Hernández. Además, de cara al futuro “seguimos escuchando las necesidades del trade para poder optimizar resultados. Iremos muy de la mano en todas las acciones, convenciones, eventos puntuales... y por supuesto mejorando nuestra experiencia de cliente”, cierra la jefa de ventas de Renfe.

GRUPO GEA + FRED OLSEN EXPRESS

= BUENA TRAVESÍA PARA LAS ASOCIADAS

AMBAS MARCAS HABLAN SOBRE SU RELACIÓN Y SOBRE LA CALIDAD DE LA RED DE TRABAJO GEA

GEA y Fred Olsen Express “llevan una trayectoria de colaboración de casi 20 años, durante los cuales se ha logrado aunar ventas, favorecer la rentabilidad de las agencias y aportar valor de servicio conjunto al viajero”, cuentan desde el Grupo. Ahora, una nueva campaña de la naviera ha aportado cartelera especial para las agencias GEA lo que, además de una mirada especial a las mascotas, es un reflejo de un camino en común de ambas marcas.



Los nuevos displays de Fred Olsen Express ya luce en las agencias GEA. Además de un reclamo para los clientes, esta distribución de material gráfico en el punto de venta es un reflejo de la relación que mantienen estas marcas desde hace mucho tiempo. “Disfrutamos de acuerdos con Fred Olsen desde hace ya varios años en Canarias, donde es un proveedor estratégico. Se trata de una empresa puntera e innovadora que ha estado introduciendo barcos de última generación. Con una filosofía muy similar a la de Grupo GEA, es muy cercana y accesible a las agencias de viajes”, cuenta el delegado de Islas Canarias, Sunil Daryanani.

Con respecto a la colaboración con Grupo GEA, desde Fred Olsen Express explican que “desde hace casi 20 años trabajamos con GEA y estamos muy satisfechos con cómo ha sido, y sigue siendo, nuestra trayectoria de colaboración”, cuenta el jefe de comercial y ventas la naviera, Lorenzo Spinelli. “En el día a día es muy fácil tratar con los profesionales de las agencias GEA y coordinarse con ellos para las distintas cuestiones que nos ocupan. La comunicación es muy clara y fluida, por lo que la dinámica de trabajo es bastante ágil”, añade Spinelli.

Spinelli destaca, además, que “la red de contactos que posee Grupo GEA es muy amplia, aportando un gran valor añadido a su actividad. Esta colaboración repercute de manera positiva en las dos empresas. En estos años, la relación nos ha permitido fidelizar a los clientes de las agencias de viajes que trabajan con el Grupo y que nos tienen como primera opción de viaje interinsular y desde el archipiélago a Huelva”, dice el responsable de ventas de la naviera.

Desde Grupo GEA explican que “Unimos las islas ha sido el slogan con el que hemos vertebrado el trabajo conjunto realizado. La compañía y los agentes como una garantía de profesionalidad y de servicio”, dice el director comercial y de marketing, David Cáceres. “Personalmente, destaco el papel comercial de Lorenzo Spinelli como jefe de ventas. Su cercanía y apoyo constantes han sido piezas claves en esta progresión”, manifiesta Cáceres. En este sentido, “mi valoración sobre la actividad del Grupo y su forma de trabajo es muy positiva, igual que mi experiencia personal colaborando juntos. Desde Fred Olsen Express estamos encantados de contar con GEA y seguiremos confiando en su buen hacer de cara al futuro”, cuenta Spinelli.

Los acuerdos y la relación entre Grupo GEA y Fred Olsen Express, además de consolidada y avalada por su propia trayectoria, ha generado ciertas sinergias que han supuesto una expansión local. “Una colaboración que, además, se ha podido extender al hotel Jardín Tecina en La Gomera, perteneciente a esta empresa, con cuyos representantes comerciales hemos logrado un buen nivel de colaboración desde hace años”, cuenta Cáceres.

Por su parte, la naviera se encuentra en un buen momento. “Recientemente, en Fred. Olsen Express hemos cumplido 49 años al servicio de Canarias, uniendo las islas por mar. Desde nuestros inicios, han confiado en nosotros más de 83 millones de personas, para sus viajes. Nos esforzamos continuamente por mejorar y ofrecer a nuestros pasajeros el servicio de calidad que nos caracteriza, brindando una experiencia de viaje cómoda, puntual y segura. Anualmente, desplazamos a más de 3.000.000 personas, 60.000 animales de compañía, 1.000.000 de turistas y unos 100.000 vehículos de carga al año, según datos de 2022”, finaliza Spinelli.



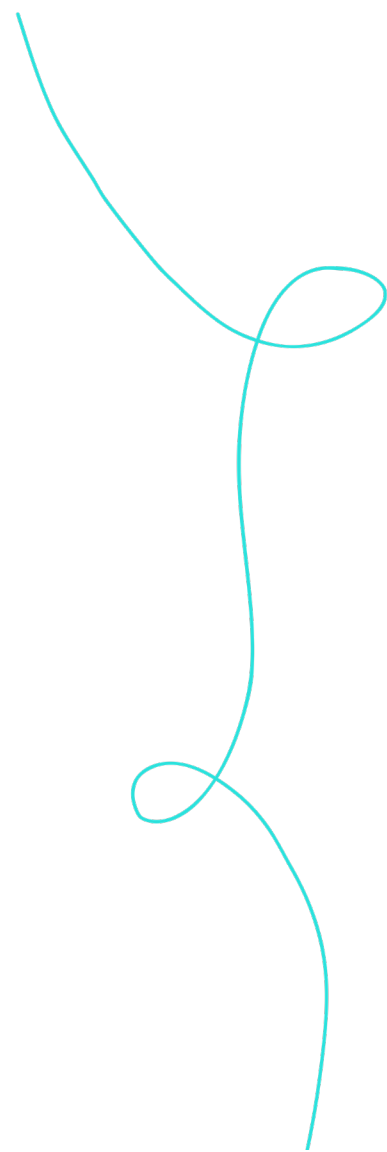
Innovac, AON y GEA: valores seguros que hacen Grupo

ESTAS MARCAS HABLAN SOBRE LAS NOVEDADES, EL VALOR DE LA ASISTENCIA Y SU RELACIÓN COMERCIAL.

Hoy, a través de Grupo GEA, hablamos con Enrique Lita, director comercial en Grupo INNOVAC, y con Josep García, director de seguros de agencias de viaje de AON Risk Solutions. Ambos, junto a la directiva de GEA, nos cuentan la importancia de ofrecer una cobertura total, no sólo al viajero, sino también a las asociadas al Grupo.

P: ¿Cuál es el valor del seguro de asistencia para el agente GEA en su relación comercial con su cliente?

R: Estamos convencidos del valor que aporta el hecho de tener un buen seguro de asistencia en viaje/anulación. Y esta afirmación no viene dada por deformación profesional, sino por las llamadas diarias que recibimos con consultas de casos, los siniestros de reembolso que nos pasan las agencias y que tramitamos con las aseguradoras. Todo esto pone de manifiesto la importancia de contar con un mediador profesional especializado en este mercado, comprometido, no sólo en los buenos momentos, y acompañando de la mano al agente para facilitarle su labor y relación con sus clientes, y fundamentalmente cuando más nos necesitan.



Como ocurrió con otros actores del sector “hace más de 20 años que, conjuntamente con AON, se inició el aprendizaje necesario para que los agentes lográsemos trasladar el seguro de asistencia a los clientes y viajeros como un valor de compra, con el aporte de seguridad en la venta que, el agente, sumaba a su labor profesional. Las décadas transcurridas no sólo han afianzado este modelo, sino que ha permitido una importante actualización de productos y coberturas para cada segmento y tipología de cliente”, explica en esta conversación el director comercial y de marketing de Grupo GEA, David Cáceres.

P: Sin duda la pandemia ha sido un momento de inflexión para el sector. En base a las soluciones aportadas al asegurado, ¿cómo ha sido la recuperación?

R: La pandemia nos trajo un concepto más elevado de la responsabilidad del agente de viajes ante su propio negocio y ante los clientes finales y un grado mayor de exigencia de las agencias de viajes a sus proveedores. Por nuestra parte, intentamos adaptarnos a la idiosincrasia de aquella situación. Desde este prisma, hemos observado la evolución y crecimiento en facturaciones en 2022 y 2023 y la necesidad de los directores y propietarios de las agencias en revisar sus pólizas, sus coberturas, y adaptarlas a la nueva realidad en donde el cliente final es mucho más exigente.

La pandemia “nos arrolló a todos como una apisonadora”, dicen desde AON. Afirman que “si algo tuvimos claro desde el primer momento fue que teníamos la obligación de ayudar a nuestros clientes (agencias) en todo, en lo posible y lo imposible. Con ese objetivo mantuvimos una atención absoluta y necesaria ante el gran volumen de consultas recibidas, no realizando ningún tipo de recorte ni de personas, ni horarios”. Por este motivo, la marca reacciona ante las agencias en esos momentos tan duros: “creamos bonos hasta la fecha inexistentes en el mercado del seguro de viaje, cambiando todos los seguros contratados afectados por la pandemia, creamos nuevos productos con las nuevas necesidades de coberturas para dar la máxima tranquilidad en el ansiado inicio de la recuperación que comenzamos a notar en el segundo semestre de 2021, cogiendo fuerza hasta la recuperación total y crecimiento respecto a 2019 desde el segundo semestre de 2022 hasta la actualidad”, cuentan desde AON.

P: Sobre la recuperación del producto de anulación por cualquier causa, ¿es posible volver a contar con este producto?

R: Lo tuvimos antes, mientras y después de la pandemia, la siniestralidad fue terrible y años después de desaparecer del mercado sigue siendo una petición continua, en la cual no hemos parado de trabajar, pronto tendremos buenas noticias.

P: ¿Cuál es la relación con las agencias GEA?

R: Nuestra relación es inmejorable. Son muchos años compartiendo inquietudes, congresos y workshops tanto con Grupo GEA como con sus agencias. Las asociadas de Grupo Gea son agencias históricas, con muchos años de recorrido, formadas por grandes profesionales que, no sólo buscan un servicio que pueda pedirles el cliente, quieren que ese servicio, como el resto de los que aportan al viaje, tengan un valor añadido especial y que su proveedor tenga la misma seriedad y profesionalidad que ellos tienen por bandera. Por ello, es importante darles confianza a través de productos y servicios que se alineen con su forma de ser.

Respecto a la relación entre las marcas, desde Grupo GEA “destacan de INNOVAC la cercanía profesional de su director comercial, Enrique Lita, ofreciendo una atención muy cercana a todos los niveles. Esto ha sido, en mi opinión, una de las claves de su éxito, primero como correduría independiente y, luego, continuada tras su incorporación a AON”, comenta Cáceres.

P: En su afán de actualización constante de productos y servicios al mercado, ¿cuáles son las novedades de Aon en Innovac?

R: Es imprescindible estar revisando productos y servicios, aportando valor añadido y la mayor seguridad posible a la venta del viaje. Estamos constantemente mejorando coberturas, equilibrando las tarifas con las nuevas garantías, haciendo productos a medida de la tipología de viaje. Todo esto no sería posible sin escuchar y entender las necesidades que nos transmiten las agencias. En lo que se refiere al seguro de caución, la principal novedad es que mantenemos el 100% de los acuerdos con las aseguradoras para ofrecer este tipo de seguro tan necesario para ejercer la actividad y sin aumentos en la prima. En cuanto a las pólizas de Responsabilidad Civil hemos ofrecido coberturas nuevas como la Responsabilidad ante errores derivados de la LOPD, incluso con un capital para multas que impongan a las agencias por ese motivo desde la Autoridad Española en Protección de datos y cobertura de un capital para aminorar las consecuencias de un siniestro, que es un tema muy reclamado por las agentes de viaje.

Para la directora general de Grupo GEA, Sara Fernández, “la relación que tenemos con INNOVAC y AON es un reflejo de la misión de ofrecer buenos productos y la mejor cobertura a nuestras asociadas. Y la trayectoria de ambos, junto la consolidada imagen de nuestras agencias, suponen una auténtica sinergia de Grupo”, cierra Fernández.

Un conjunto seguro de valores que, sin duda, hacen Grupo entre las agencias socias.



www.grupogea.com
952376655

