



www.grupogea.com

952376655

GRUPO GEA

INFORMACIÓN

AÑO 2022 - NÚM. 3

Del 1 al 31 de marzo



Sumario

Entrevista a nuestra directora general:

“No basta con ofrecer herramientas”

Sara Fernández nos habla sobre el presente y las agencias de viajes

GEA 2022: vuelven los encuentros presenciales

Además de encuentros locales, el Grupo está enfocado en su XXV convención

Más y mejores acuerdos, mayor rentabilidad para las agencias del Grupo

Grupo GEA tiene en este momento 9 campañas comerciales activas

Habla la directora general de Grupo GEA sobre el presente y las agencias de viajes

“NO BASTA CON OFRECER HERRAMIENTAS”



En qué momento nos encontramos y hacia dónde vamos, cómo afecta la actualidad a los acuerdos comerciales, nuevas tecnologías y vuelta a la presencialidad. Todo esto y más, a cargo de la directora general de Grupo GEA, Sara Fernández. “Aunque la recuperación sea un poco más lenta, será positiva”, opina la ejecutiva en esta entrevista.



P: Tras una larga temporada de restricciones sanitarias por la pandemia, cuando parece que vuelve el movimiento al sector, el panorama internacional nos vuelve a complicar la situación. Sin ánimo de parecer adivina, ni de sentenciar nada, ¿cuál es su opinión sobre el futuro a corto plazo? ¿Cree que el turismo seguirá retenido?

R: La demanda de viajes es muy susceptible a todos los cambios, todos hemos sido testigos de ello. Pero también hay que destacar la rápida recuperación en los cambios de tendencia. Desde GEA, hemos depositado mucha confianza en que este 2022 sería un año de alzamiento en la demanda, con la apertura de nuevos mercados o la reducción de restricciones. Sin embargo, nos hemos topado con un nuevo frente político y socioeconómico. Es difícil contemplar todas sus consecuencias sin saber, además, el tiempo que durará este conflicto. Aun así, yo confío en que, aunque la recuperación sea un poco más lenta, será positiva, en una situación en la que las agencias están buscando siempre alternativas seguras para muchos clientes que pueden y quieren permitirse el placer de viajar.

P: Grupo GEA tiene en la actualidad más de 10 campañas comerciales activas con las que ofrecen una mayor rentabilidad a sus asociadas e, incluso, algunos acuerdos exclusivos para el Grupo. ¿Cree que la actualidad que vivimos puede alterar esas campañas?

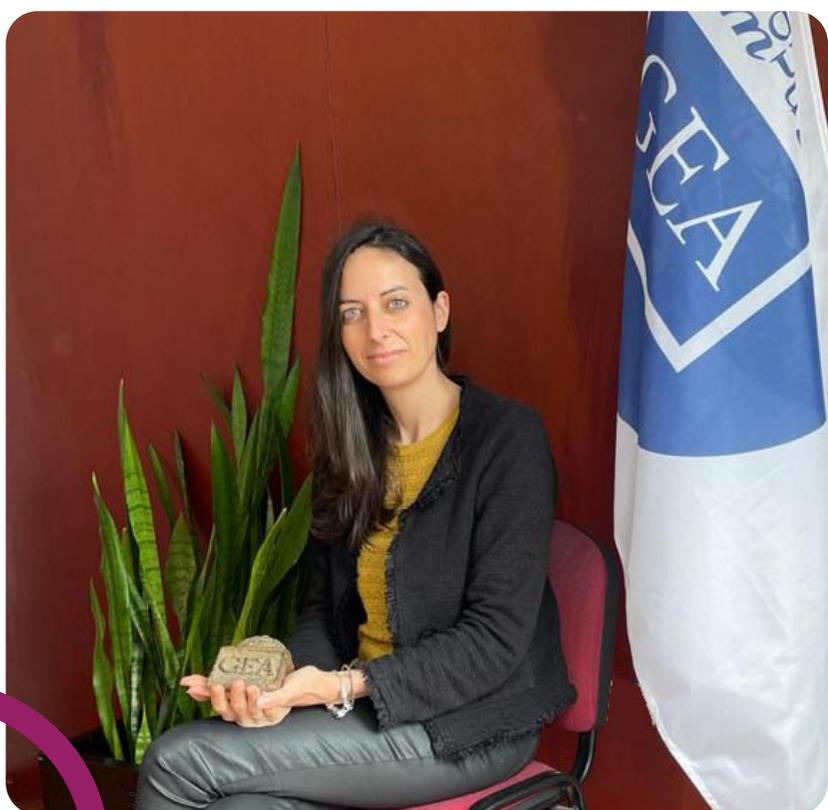
R: Al contrario, estamos muy agradecidos por la confianza y la respuesta con la mayoría de nuestros proveedores, y nos apoyamos mutuamente para salir fortalecidos. Nuestros proveedores no son ajenos a las crisis del sector, pero, aun así, hacen un esfuerzo apostando en incrementar la rentabilidad del canal. Por este motivo, siempre apoyamos y negociamos campañas especiales con proveedores de confianza. Es así, trabajando en la colaboración del sector, como mejores resultados obtenemos todos. Gracias a estos 27 años de trayectoria que nos avalan, GEA ha fortalecido mucho su relación con agencias y proveedores.

P: Grupo GEA siempre ha apoyado la evolución tecnológica de sus agencias. Sabemos que ofrecen uno de los mejores y más completos CRM, por ejemplo. Y que disponen de varias plataformas digitales para facilitar y mejorar la relación con el viajero, como la APP Free&Go, ViewTravel... ¿Trabajan en algo nuevo en la actualidad para potenciar la digitalización de sus asociadas?

R: Para este 2022, traemos mejoras en algunas de las plataformas que ofrecemos, pero también trabajamos en nuevas aplicaciones. Por otra parte, gracias al acuerdo que actualmente tenemos con nuestro partner Ofimática, no solo las agencias se benefician del pack gratuito, sino que también ayudamos a las agencias GEA a tramitar la subvención del kit digital. Así, con esta ayuda, muchas asociadas consiguen beneficiarse gratuitamente de las mejores aplicaciones que Ofimática dispone en el mercado.

P: Grupo GEA siempre ha externalizado los servicios vinculados con las nuevas tecnologías. Un ejemplo de ello es, como has comentado, Ofimática. Pero ViewTravel, Lleego... ¿Por qué no desarrolláis tecnología propia?

R: GEA apuesta por la calidad de su servicio. Debemos cumplir con las exigencias de nuestros clientes y, para ello, tienes que ofrecer lo mejor del mercado. Son partner tecnológicos especializados que dan servicios a grandes redes, proveedores y agencias de nuestro sector, pero no solo en España, también en otros mercados, por lo que el nivel de desarrollo que tienen es mucho mayor. Son aplicaciones muy costosas, pero muchas de ellas han demostrado ser las mejores del mercado. No basta con ofrecer herramientas, estas deben estar a la altura de lo que existe en el mercado, y a veces lo barato puede salirte caro. Por otra parte, hablando de precio, si las agencias tuvieran que pagar cada una de estas herramientas, pagarían mucho más que lo que abonan por pertenecer a nuestro grupo de gestión, por lo que, además de rentabilidad y calidad, ofrecemos ahorro de costes. Ese es uno de nuestros objetivos, ofrecer la mejor calidad, al mejor precio.



P: Recientemente, en una noticia publicada en este diario, comentaba que para Grupo GEA este año es especial porque vuelven los encuentros presenciales. Anunciaban que habría próximos eventos en Canarias, ¿finalmente van a realizarlos?

R: Sí, la verdad es que, aunque hemos sido prudentes en cuanto a la celebración de grandes reuniones presenciales, no hemos dejado de estar junto a las agencias. Nuestros delegados han estado con ellas en todo momento y sus visitas presenciales son diarias. Gracias a ellos estamos cerca de los agentes, logrando dar un servicio cercano y personalizado. Por otra parte, ya desde finales del 2021, empezamos a realizar pequeños encuentros con agencias a nivel local, bajo nuestro lema GEA Contigo. Seguimos con la agenda de estos almuerzos, y efectivamente los próximos serán en las Palmas y en Tenerife.

P: Supongo que las relaciones personales son muy importantes para el Grupo... ¿Cómo han llevado la digitalización del trato durante este tiempo?

R: La digitalización era un proceso ya iniciado pero que se ha visto muy acelerado, casi impuesto, por la situación sanitaria. Esto fue un impacto para todos, como ya sabemos. Desde Grupo GEA siempre hemos intentado humanizar las relaciones digitales a las que nos hemos visto forzados. Por ejemplo, durante el confinamiento llevamos a cabo un debate sobre la situación del sector; más adelante organizamos unas jornadas digitales llamadas GEA WEEK, a cambio de unas presenciales, para reforzar ese sentimiento de Grupo (Fernández indica que esta palabra es con mayúscula). Los delegados de zona intensificaron el contacto con las agencias en los momentos más duros para aportar soluciones en esta etapa tan complicada. Todo el equipo GEA ha estado involucrado, igual que siempre, en estrechar relaciones y en aportar todas las acciones necesarias para ofrecer protección a nuestras agencias. Podemos decir que nuestro trabajo y objetivos no se han visto alterados en este sentido. Siempre hemos estado ahí. Y seguiremos estando, digital o presencialmente, pero siempre al lado de nuestras agencias.

P: Tengo entendido que pronto habrá una gran cita para Grupo GEA, la convención número 25. ¿Qué supone este evento para el Grupo?

R: Para nosotros forma parte de ese proceso de restablecimiento de normalidad, necesitamos retomar estos grandes encuentros y, después de 24 convenciones, ya íbamos echando de menos la número 25. Somos conscientes de que las circunstancias, todavía no son las óptimas, pero aun así confiamos en que es una gran oportunidad de reencuentro de grandes agencias, partner, proveedores... que además son grandes amigos y amigas del sector. Por nuestra parte, llevamos meses trabajando en este encuentro, y conociendo las limitaciones de disponibilidad de nuestras agencias, nos hemos centrado en darle un formato más profesional que lúdico; totalmente diferente a nuestro último encuentro en el crucero de nuestro 25 aniversario. Aun así, en este evento, no faltarán las sorpresas y esperamos no dejar indiferente a nadie.

Ante la pregunta de si volveremos a encontrarnos para una nueva entrevista, Fernández ha dicho con una sonrisa que sí. “Por supuesto. Hablar del sector es necesario para comprenderlo y poder desarrollar nuevas estrategias que nos permitan ofrecer un mejor servicio a nuestras asociadas. Es necesario generar opinión, debate y ser crítico para poder evaluar y auto-evaluar”, ha concluido la directora general de Grupo GEA.



GEA 2022: VUELVEN LOS ENCUENTROS PRESENCIALES

Además de encuentros locales, el Grupo está enfocado en su XXV convención.

Para Grupo GEA 2022 será el año de los reencuentros. Estos, que ya empezaron a finales de 2021 de manera puntual, se verán incrementados en número y aforo en los próximos meses.

Tras llevar a cabo encuentros locales en diferentes puntos del país a modo de almuerzo de trabajo, el Grupo prepara ahora, además de nuevas citas en este formato, su convención número 25. “Estamos muy contentos de reencontrarnos con todo el Grupo”, cuentan desde dirección.

Los reencuentros previstos para 2022 arrancaron motores a finales del año pasado. Con la iniciativa GEA CONTIGO, basada en encuentros presenciales durante un almuerzo de trabajo, comenzaron las reuniones en persona. “En mitad de esta dura etapa que todavía atravesamos, parte del cansancio acumulado ha sido por la falta de relaciones sociales que hemos tenido por las restricciones sanitarias. Son fundamentales en nuestras vidas y también para nosotros como Grupo. Teníamos muchas ganas de volver a encontrarnos con nuestras agencias y el resto de socios del Grupo”, cuenta Sara Fernández, directora general de Grupo GEA.

El Grupo intenta cubrir todo el mapa con estas citas locales. “Cumpliendo siempre con las normativas sanitarias, estamos llevando a cabo reuniones más puntuales”, apunta la ejecutiva de GEA. “Comenzamos en Torremolinos y Sevilla, donde convocamos a nuestras agencias de toda Andalucía. También hemos estado en A Coruña, Vigo y Bilbao”, dice Fernández. “Pronto nos veremos las caras, a lo largo de este mes, con nuestras agencias de Asturias, Las Palmas y Tenerife”, añade la directora del Grupo.

EL PRÓXIMO GRAN EVENTO, LA XXV CONVENCION

El próximo evento que Grupo GEA está planeando contará con la presencia de todo el Grupo. Del 22 al 24 de abril está prevista la celebración de la XXV Convención del Grupo. Tendrá lugar en Euroforum, en San Lorenzo de El Escorial, y estará cargado de sesiones de trabajo y ponencias, con tiempo también para la cultura y para las reuniones más distendidas. “Estamos trabajando duro y con mucha emoción para esta gran reunión que, sin duda, será un auténtico reencuentro para todo el Grupo”, explica Fernández.

Para Grupo GEA “este tipo de encuentros son fundamentales. Lo han sido siempre, pues permiten reforzar los vínculos, no solo laborales, sino también personales entre todos los integrantes del Grupo. Estamos muy contentos de poder realizar estos reencuentros, la verdad es que ya echábamos de menos el trato presencial con nuestras agencias, pasar un rato con ellas y, sobre todo, vernos las caras”, cierra la directora de Grupo GEA.



MÁS Y MEJORES ACUERDOS, MAYOR RENTABILIDAD PARA LAS AGENCIAS DEL GRUPO

**Grupo GEA tiene en este momento
9 campañas comerciales activas**

Las campañas comerciales de GEA engloban, no solo todas las temporadas y opciones vacacionales, sino también a diferentes tipos de viajeros, siempre en busca de la mayor rentabilidad posible para sus asociadas. Con acuerdos que permiten ofrecer al agente de viajes las mejores opciones, incluidas las de financiación y fidelización, recientemente el Grupo ha puesto en marcha la campaña de venta anticipada de Semana Santa y verano. En total, GEA tiene 9 planes activos.

Cuando empiezan a vislumbrar los primeros signos de recuperación del sector, es el momento de mostrar el máximo apoyo incondicional por parte de los grupos de gestión. Por este motivo, durante el mes de febrero GEA ha lanzado “la campaña de venta anticipada de Semana Santa y verano con los primeros acuerdos. De momento seguimos en negociación con varios proveedores, por lo que esta campaña se irá actualizando en los próximos días, cuando vayamos cerrando las mejores ventajas posibles para nuestras asociadas”, cuenta el director comercial de Grupo GEA, David Cáceres.

La negociación de campañas es “una tarea que se extiende a lo largo de todo el año”, dice Fernández. En este aspecto, el departamento comercial de GEA “se vuelve indispensable ya que, gracias a su experiencia y profesionalidad, en cada convenio se refuerzan los vínculos laborales y humanos entre los proveedores y Grupo GEA”, explica la directora general de Grupo GEA, Sara Fernández. “El trabajo humano, las buenas relaciones y una distribución apropiada de las campañas en función de las características de cada momento, permiten ofrecer un mayor beneficio y rentabilidad durante todo el año”, aclara la directora de GEA.

CAMPAÑAS VIGENTES

En la actualidad “se encuentran vigentes la de novios, adultos y estudiantes, cruceros fluviales y grandes cruceros, México, Egipto y la gran semana mágica de Disney”, cuenta la directora de GEA. Además, “las agencias GEA también puede beneficiarse de una campaña muy importante y que lleva ya tres temporadas en marcha, la de bonificación de cuotas. Gracias a ella muchas agencias están consiguiendo ahorrar varias mensualidades”, explica Cáceres.

En definitiva, “se trata de conseguir los mejores acuerdos para aportar a las agencias asociadas la mayor rentabilidad posible a su negocio. Nuestra relación con los proveedores, que muestran la consolidada trayectoria del Grupo, es una garantía para estas negociaciones que llevamos a cabo todo el año con el único fin de apoyar a nuestra red de agentes”, finaliza el director comercial de Grupo GEA.



www.grupogea.com
952376655

