



www.grupogea.com

952376655

AÑO 2026 - NÚM. 1

Del 1 de enero al 28 de febrero

GRUPO GEA

INFORMACIÓN



Sumario

- Hemos estado de fam exclusivo en Disney
- Enfocados en preparar la 28 Convención
- Anunciamos rappelés por más de 1 millón de euros
- Vuelven las formaciones de la Asesoría de Comunicación
- GEA vuelve a ser premiada por NCL

Agencias de Grupo GEA regresan de un fam trip exclusivo a Disney



En compañía de Vueling, Touring Club y compañeros de Disney, se ha dejado sentir la magia del destino.

Las agencias de Grupo GEA han estado de Fam Trip en Disney, en colaboración con los partners Vueling y Touring Club, del 6 al 8 de febrero. “El encuentro ha sido exclusivo para agencias GEA”, dicen desde dirección, “y el resultado ha sido, como han dicho nuestras agencias asistentes, pura magia”, añaden.

“El lugar más mágico de todos”, “gracias por esta experiencia”, “magia, es pura magia”, han sido algunos de los comentarios de las agencias GEA que han asistido al viaje de familiarización de Disney. El Fam Trip ha comenzado con una bienvenida en el Disney Hotel Cheyenne, con la posterior cena en el Billy’s Bob en Disney Village. Las agencias participantes han podido disfrutar de mucho tiempo libre para visitar los parques, han asistido a los espectáculos Disney Stars On Parade y Disney Tales of Magic, visitado hoteles y disfrutado de varios restaurantes temáticos.

Para Grupo GEA, Disney se trata de “un producto en el que el asesoramiento profesional resulta clave para que los viajeros puedan disfrutar de manera óptima del conjunto de la oferta de los distintos parques, adaptando la experiencia a las edades y preferencias de cada cliente. En esta ocasión, el viaje ha permitido obtener información directa de cara a la próxima inauguración del nuevo parque temático de Frozen”, dice el director comercial y de marketing de Grupo GEA, David Cáceres.

Disneyland París es “históricamente, uno de los productos y destinos con mayor proyección entre las agencias GEA y sus clientes y viajeros, debido al alto nivel de satisfacción que genera. Se trata de un producto eminentemente familiar, plenamente alineado con el perfil mayoritario de los clientes de las agencias del grupo”, añade Cáceres.

Desde la Dirección Comercial de GEA “queremos agradecer a la dirección de Disneyland París en España, así como a Touring Club y Vueling, la organización y la oportunidad de acercar esta experiencia a una veintena de agentes de viajes del grupo”, ha dicho Cáceres.

Han acompañado al grupo de agencias Isabel Fernández Espejo, Regional Manager de Vueling; Marta Vegas, directora de Disney Destination Ávoris (Touring Club); los compañeros de Disney Raquel Fernández, responsable de formación de Disney, y Víctor de León, Key Account Manager Disney Destinations; y por parte de Grupo GEA los delegados de zona Paola Tittaferante y Jan Pané.





Grupo GEA se enfoca en la preparación de su Convención número 28



El equipo GEA trabaja para la celebración del evento durante los días 10, 11 y 12 de abril

Grupo GEA trabaja de forma intensa y coordinada en los preparativos de su próxima Convención, que este año alcanza su 28ª edición, un hito que refleja la solidez de la trayectoria del Grupo y la energía que mueve a sus agencias. La organización avanza bajo un eje conceptual que sintetiza la visión y la filosofía de GEA: “gestión humana, gestión inteligente”, un lema que guía cada decisión y que marca el enfoque de todo el equipo en esta nueva edición del encuentro y que marcará todo el año.

La 28 Convención, que se celebrará del 10 al 12 de abril de 2026 en el Hotel Valentín Sancti Petri (Cádiz), se está configurando como un espacio donde la colaboración entre humanos será protagonista. Las soluciones GEA, un elemento esencial en el día a día de las agencias, también estarán presentes a través de una cuidada programación que incluirá sesiones dinámicas, conferencias especializadas, talleres prácticos y espacios de co-creación. Actividades diseñadas para fomentar sinergias reales entre profesionales, impulsar el trabajo cooperativo y reforzar la #ConexiónGEA, esa relación cercana entre delegados de zona, y ahora de todo el equipo, y agencias que va más allá de lo profesional para convertirse en un vínculo de confianza.

Cada área del equipo está implicada al máximo en la planificación del evento, cuidando cada detalle para asegurar una experiencia transformadora. La dedicación colectiva se refleja en la forma de trabajar: con precisión, con visión estratégica y con la responsabilidad de quienes saben que, con las soluciones GEA, el negocio de cada agencia sonríe.

En próximas semanas se irán compartiendo más novedades, así como información detallada sobre la estructura del programa, ponentes, actividades y sorpresas previstas para los asistentes. El grupo avanza con paso firme y con la ilusión de volver a reunir a las agencias en un gran encuentro que reafirme ese sentimiento que define a la organización:

#EfectoGEA, la tranquilidad de estar donde debes y #GEAteCuida, gracias a la amplitud de soluciones que acompañan a las agencias durante todo el año.

La 28ª Convención GEA ya está en marcha. “Un evento preconcebido para inspirar, fortalecer y celebrar. El corazón azul de GEA espera con entusiasmo el momento de volver a encontrarse con las agencias que dan sentido a toda su labor de protección y acompañamiento”, explica la directora general de Grupo GEA, Sara Fernández.

GEA prepara

RAPPELES

por más de

1 MILLÓN €

para *sus asociadas*

El Grupo sigue ofreciendo la mayor rentabilidad gracias a sus campañas y bonificaciones.

Grupo GEA ha cerrado 2025 con una cifra especialmente significativa para sus asociadas: más de un millón de euros en rappelés procedentes de proveedores y campañas exclusivas. El Grupo destaca que este volumen “no sólo refleja la fortaleza de su red de agencias y su capacidad de negociación, sino que pone de manifiesto el valor que los rappelés siguen teniendo en la rentabilidad de las agencias de viajes. Hacemos los negocios más rentables”, dice el director comercial y de marketing de Grupo GEA, David Cáceres.

La primera sesión de 2026 de la Asesoría de CoLos rappelés que Grupo GEA reparte cada año entre sus asociadas se han convertido en “un elemento clave para mejorar los márgenes de las agencias, especialmente en un contexto donde la competitividad del mercado exige optimizar cada ingreso adicional”, dice la directora general, Sara Fernández. “Volvemos a repartir más de un millón de euros. Una cifra que es el resultado directo de acuerdos sólidos con proveedores y de un calendario de campañas que ha permitido maximizar el retorno para las asociadas”, añade Fernández.

Además, desde Grupo GEA afirman que “este reparto se trata de un ejercicio de transparencia en nuestra gestión. Cada agencia sabe qué cantidad va a recibir y así lo hacemos cada año, potenciando así una estrecha relación de confianza, además de sumar una mayor rentabilidad a cada negocio siguiendo nuestra filosofía en cada acción”, explica la ejecutiva.

A este reparto se suman otras ventajas que consolidan a Grupo GEA como un grupo de gestión rentable y beneficioso para las asociadas: “si a esto le sumamos un método de pago con retorno cashback al 0,70%; la campaña de bonificación de cuotas, donde el 80% de nuestras asociadas se beneficia; las comisiones y extra-comisiones durante todo el año... Lo cierto que los negocios de las agencias sonríen cuando ven los resultados a final de año”, cuenta Fernández.

La combinación de estos elementos “resulta especialmente atractiva para agencias de determinados segmentos que buscan mejorar su eficiencia sin renunciar a su independencia”, dice Fernández. Con este balance, Grupo GEA reafirma su posicionamiento “como un aliado estratégico para las agencias que desean incrementar su competitividad y aprovechar al máximo las oportunidades del mercado turístico”, cierra la ejecutiva de GEA.

La Asesoría de Comunicación de Grupo GEA ha impartido nueva formación

Asesoría
COMUNICACIÓN
GRUPO GEA



Durante la sesión se ha enseñado cómo usar una conocida herramienta para cuidar tu marca

La Asesoría de Comunicación de Grupo GEA sigue su trayectoria ofreciendo a las asociadas una nueva formación online. En esta ocasión, con el ánimo de aportar a las agencias soluciones reales que faciliten la gestión de marca, la asesoría ha decidido impartir una sesión con la que iniciar a las asistentes en una conocida herramienta. “Mostraremos cómo usar una plataforma de diseño gráfico online que permite a los usuarios crear una amplia variedad de contenido visual, desde presentaciones hasta publicaciones en redes sociales, de manera fácil y accesible”, explica la asesora de Comunicación de Grupo GEA, Mercedes Barrutia.

La primera sesión de 2026 de la Asesoría de Comunicación de Grupo GEA está basada en “cómo cuidar tu imagen de marca”, explica Barrutia. “Vamos a ver cómo podemos componer una imagen de marca sólida y que triunfe, cómo hacer cartelería, reels y carruseles de una forma sencilla con una herramienta muy famosa y que soluciona muchos problemas para los que no son profesionales de la comunicación y el marketing”, dice la asesora de Grupo GEA.

Con esta sesión, además de “romper alguna barrera provocada por el desconocimiento y la pereza, vamos a construir entre todos, pero cada uno trabajando de forma individual, la rutina mínima para que nuestra marca sea más visible, más potente y estable dentro de un mercado ruidoso y alborotado”, dice Barrutia.

Además de contar con una parte técnica y práctica, “por supuesto, contaremos con una parte más cercana y motivadora. En Grupo GEA somos conscientes de las dificultades que plantea una comunicación real de una marca, y por este motivo vamos a ofrecer consejos, experiencia y, sobre todo, la parte humana que nos hace eficaces”, dice la comunicadora.

La sesión es exclusivamente para agencias GEA, quienes disfrutan de las asesorías sin pagar más por ellas. “Además de esta formación y otras que vendrán, la asesoría de Comunicación está a disposición de las asociadas por mail y videollamada”, cuenta la experta. “Ya hemos tenido varias sesiones individuales con agencias a las que hemos ayudado a planificar una estrategia, a definirse como marca dentro del mercado, dado consejos, hecho un seguimiento... E incluso resuelto pequeñas dudas de forma rápida”, explica Barrutia.

La sesión formativa tendrá lugar el próximo viernes, “con muy buena previsión de asistencia”, dicen desde GEA. “Sin duda, una de las ventajas de pertenecer a GEA son sus asesores. Y, en este caso, como otras veces en otros ámbitos, la formación continuada para garantizar la fortaleza de nuestras asociadas”, cierra Barrutia.

La Asesoría de Comunicación, así como la fiscal, jurídica e informática, están a disposición de las asociadas con contacto directo con ellas. “Si eres GEA, claro”, añaden.



Grupo GEA, galardonado de nuevo por NCL por sus ventas de grupos

El premio ha sido recibido durante el encuentro Norwegian Cruise Line Awards 2025

Grupo GEA ha sido galardonado por parte de la naviera NCL con el premio Partners First Award 2025 por ser la Cadena número 1 en ventas de grupos. El premio ha sido recibo por parte de GEA durante el evento Norwegian Cruise Line Awards 2025 Madrid. “Sin duda esto es el reconocimiento para todo el Grupo. Gracias a la labor de nuestras agencias, el premio es de todos”, dicen desde dirección.

Este nuevo reconocimiento a Grupo GEA ha sido recibido por tercer año consecutivo. La entrega de este premio “pone de manifiesto la especialización de las agencias GEA en el segmento vacacional y, de manera muy destacada, en el de los cruceros. Nuestras asociadas promueven entre sus clientes productos y servicios que se adaptan plenamente a la experiencia a bordo, tan singular, que Norwegian Cruise Line desarrolla tanto en sus barcos como en las rutas y destinos de su programación”, explica el director comercial de Grupo GEA, David Cáceres.

Respecto a este premio, tan importante es destacar la labor de las agencias, como la relación que Grupo GEA mantiene con su partner NCL. “Resulta especialmente relevante destacar la atención y cercanía que recibimos por parte del equipo comercial de la Naviera en España, Sonia López y Virginia González, así como el constante

apoyo de su central”, dice Cáceres. “A lo largo del año, las acciones formativas y las campañas comerciales se consolidan como dos pilares fundamentales que contribuyen, sin duda, a que las agencias GEA ofrezcan un servicio cuidado y un asesoramiento de alto valor a sus clientes y viajeros”, añade el ejecutivo de GEA.

Para Grupo GEA, el estrecho trato con NCL es un pilar fundamental de su relación. “En constante comunicación con el equipo comercial de Norwegian Cruise Line desde hace casi dos décadas, hemos sabido trasladar conjuntamente un concepto de crucero tan innovador como diferenciador: la libertad de disfrutar a su propio ritmo de todos los servicios disponibles a bordo. En este sentido, la gastronomía y las experiencias diseñadas para todas las edades representan un valor esencial para la compañía y la convierten en un claro referente comercial dentro del sector”, explica Cáceres.

La directora general de Grupo GEA, Sara Fernández, aprovecha la ocasión para “reconocer una vez más el trabajo de nuestras agencias, ya que nada sería posible sin ellas. Y, por supuesto, es momento de destacar la estupenda relación con NCL, quienes, sin duda, están entre nuestros principales partners. Estas sinergias, esta suma de todos, sin duda, nos hace fuertes como Grupo”, finaliza Fernández.



www.grupogea.com
952376655

