



GRUPO GEA

INFORMACIÓN



Sumario de junio

**La mayor RENTABILIDAD
en cualquier circunstancia,
LA MEJOR TECNOLOGÍA DEL MERCADO,
y un FAM TRIP exclusivo**



GEA impulsa un extra de rentabilidad más allá de comisiones y rappeles

Las agencias de viajes asociadas a Grupo GEA encuentran un escenario especialmente favorable para reforzar su rentabilidad. Más allá de las vías tradicionales de ingresos, como los más del millón de rappeles que distribuye GEA cada año entre sus agencias y las comisiones, el Grupo ofrece una serie de soluciones que impactan directamente y de forma positiva en la cuenta de resultados, consolidando su conocida filosofía, orientada a maximizar el beneficio de cada agencia socia.



Además de las campañas de comisiones y rappeles, Grupo GEA tiene activa una campaña de rentabilidad extra donde las agencias pueden ganar hasta 300€, así como una campaña de sobre-comisión del 5% desde mayo. “Si tenemos en cuenta que más del 80% de las agencias GEA están bonificando alguna y hasta todas sus cuotas gracias a nuestra campaña, que lleva ya 6 años vigente, la rentabilidad que Grupo GEA ofrece a sus asociadas es una realidad que se traduce en positivo en cada ejercicio”, explica la directora general de Grupo GEA, Sara Fernández.

En este contexto, la de bonificación de cuotas y las comisiones, sumadas a las campañas de sobrecomisiones que también tiene activas el Grupo, se traducen en una forma de protección a las asociadas. “La estrategia no se limita únicamente a ofrecer condiciones competitivas, sino intentamos construir un sistema donde cada venta genere nuevas oportunidades de retorno, también en los momentos complicados”, dice el director comercial y de marketing de Grupo GEA, David Cáceres.

A estas soluciones, se suman otras muy ventajosas como la tarjeta visa que ofrece un retorno cashback y diferentes vías de financiación para el cliente final. “Si a nuestras comisiones, extracomisiones y campañas de bonificaciones y rappeles sumamos un retorno extra y también opciones de financiación que ayudan a vender un viaje, la protección a nuestras asociadas cubre todas las fases del proceso de venta de sus negocios”, añade la ejecutiva.

De este modo, Grupo GEA consolida su propuesta como un aliado estratégico que no solo acompaña, sino que impulsa el crecimiento real de sus agencias. La combinación de incentivos directos, soluciones financieras y un modelo de gestión cercano dibuja un escenario donde la rentabilidad deja de ser una aspiración para convertirse en una realidad tangible. “Una auténtica comunidad azul que late a buen ritmo”, dice la directora general del Grupo.



GEA ofrece una amplia protección con soluciones tecnológicas a sus asociadas



La evolución del sector turístico pasa, irremediabilmente, por la adaptación de las agencias de viajes a los nuevos procesos de venta de viajes. En este contexto, Grupo GEA ofrece un ecosistema tecnológico que facilita la gestión integral del negocio, mejora la experiencia del cliente ayudando en el proceso de venta y potencia la rentabilidad de las asociadas.

Una amplia mayoría de agencias asociadas a Grupo GEA ya operan con sistemas de backoffice avanzados, un dato que refleja el grado de implantación tecnológica dentro del Grupo. “Estas herramientas permiten centralizar la gestión administrativa, optimizar la contabilidad y controlar cada operación con precisión, elevando la eficiencia en el día a día. De este modo, se reducen errores, se agilizan los procesos internos y se libera tiempo para una labor estratégica: la atención personalizada al cliente”, explica el director de proyectos de Grupo GEA, Antonio Lara.

La digitalización del proceso comercial es otro de los pilares sobre los que se articulan las soluciones GEA, “con el fin de adaptarse a las nuevas necesidades de los viajeros”, dice Lara. Las agencias cuentan con plataformas digitales que facilitan la elaboración de presupuestos online de forma ágil y profesional. “Esta capacidad no sólo mejora la inmediatez y la atención enfocada en la respuesta a cada viajero; sino que también mejora y facilita el proceso de venta al ofrecer propuestas visuales, claras y adaptadas a las expectativas del cliente actual, cada vez más exigente y conectado”, cuenta el ejecutivo.

A ello, se suma la apuesta por aplicaciones específicas para agencias especializadas en viajes de grupos, “un segmento que exige una gestión particularmente compleja. Estas herramientas permiten organizar itinerarios, gestionar reservas colectivas y coordinar múltiples servicios de manera eficiente, aportando un valor diferencial que se traduce en competitividad y posicionamiento en nichos de mercado de alta demanda” afirma Lara.

Todo este entorno tecnológico se integra dentro de una propuesta global donde la innovación se combina con el acompañamiento constante. “La inversión en tecnología se traduce directamente en resultados y con GEA lo tienes todo sólo por ser socia. La optimización de procesos, la mejora en la gestión comercial y la capacidad de adaptación al entorno digital repercuten en la cuenta de resultados de las agencias. GEA lo sabe y en este sentido protegemos a las asociadas”, dice Lara.

En definitiva, Grupo GEA avanza con paso firme hacia un modelo de agencia de viajes más digital, eficiente y competitiva. Un modelo donde la tecnología no es un complemento, sino una palanca estratégica que define el presente y el futuro del sector.

Para Antonio Lara, “esto es una forma de sentir el #EfectoGEA, la tranquilidad de estar donde debes. Donde te cuidan”, dice.

Agencias GEA viven Estambul desde la emoción y el aprendizaje en un fam trip

Un grupo de agencias GEA ha participado del 17 al 21 de junio en un Fam Trip a Estambul organizado por Turkish Airlines en colaboración con Travelplan, en una experiencia que ha combinado formación de destino, descubrimiento cultural y fortalecimiento de vínculos profesionales en un entorno estratégico para el turismo.

Estambul, cruce de culturas y puerta entre continentes, se ha convertido durante cinco intensos días en el escenario perfecto para que agencias asociadas a Grupo GEA vivan una experiencia inmersiva de alto valor. La iniciativa, desarrollada junto a Travelplan, ha permitido a las agencias participantes conocer de primera mano uno de los destinos más demandados por el viajero español, reforzando al mismo tiempo la cercanía con proveedores clave del sector.



El programa, cuidadosamente diseñado, ha llevado al grupo a recorrer algunos de los enclaves más emblemáticos de la ciudad. Desde el histórico Hipódromo y la imponente Mezquita Azul, hasta el majestuoso Palacio Topkapi, cada jornada ha estado marcada por una combinación equilibrada entre aprendizaje y disfrute.

La experiencia ha continuado con visitas a iconos como la Mezquita de Solimán y las murallas de Constantinopla, así como un inolvidable crucero por el Bósforo, donde las participantes pudieron contemplar la grandeza de Estambul desde una perspectiva única.

El recorrido también ha incluido enclaves de gran riqueza patrimonial como los barrios de Fener y Balat, el Gran Bazar o la vibrante avenida Istiklal, aportando una visión global y real del destino que permitirá a las agencias trasladar propuestas más inspiradoras y personalizadas a sus clientes.

Más allá del contenido profesional, el viaje ha destacado por el excelente ambiente entre las asistentes, generando espacios de convivencia que han fortalecido relaciones y propiciado nuevas sinergias. La cercanía, la complicidad y el intercambio constante de experiencias han sido claves en una acción que trasciende lo formativo.

Cristina Escobar, responsable de gestión comercial de Grupo GEA, quien ha acompañado al grupo durante todo el viaje, ha subrayado el valor de este tipo de iniciativas. “Este Fam Trip ha permitido, no sólo conocer en profundidad Estambul, sino reforzar vínculos entre

agencias y partners en un entorno distendido. Esto es fundamental para crecer juntas, compartir y seguir construyendo relaciones sólidas dentro del Grupo”, cuenta Escobar.

Además, desde GEA identifican un gran valor de cohesión en estas actividades presenciales tan especiales. “Cuando salimos del entorno habitual y convivimos durante varios días, se genera un clima de confianza que luego se traduce en una colaboración más fluida y en un mejor servicio”, añade Escobar.

Para GEA este fam trip es muy importante porque pone de manifiesto las estrechas relaciones que el Grupo mantiene con sus partners. “Este encuentro ha sido posible gracias a Turkish Airlines, con quien además tenemos un acuerdo para potenciar la rentabilidad de nuestras agencias IATA”, dicen desde dirección. “Incluso, hemos podido disfrutar de las conexiones entre Sevilla-Estambul y Málaga-Estambul”, explican desde GEA.

El agradecimiento se extiende de manera especial a Travelplan, por su implicación y cuidado en cada detalle del programa. Igualmente, “desde Grupo GEA queremos destacar la cercanía y profesionalidad de Álvaro Marín, Ejecutivo comercial multimarca de Ávoris para Andalucía Oriental y Murcia, cuya presencia ha contribuido de forma decisiva al éxito del viaje”, dice la representante de GEA.



www.grupogea.com
952376655

