



www.grupogea.com

952376655



GRUPO GEA

INFORMACIÓN

AÑO 2023 - NÚM. 2

Del 1 al 31 de marzo

*Entrevistamos a la directora general
de Grupo GEA*

**“Es un lujo
contar con
personas
con afán
de crecer”**

Las agencias asociadas han conseguido que, cuando se hable del Grupo GEA, se hable de profesionalidad.

Sumario

GRUPO GEA HABLA YA DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y METAVERSO A SUS AGENCIAS SOCIAS

El Grupo tiene como objetivo acercar las próximas innovaciones, tendencias y cambios a sus agentes

GEA CONTIGO SE CELEBRA CON UN NUEVO ENCUENTRO EN LA CIUDAD DE BARCELONA

Siguen con gran éxito estas jornadas formativas entre las agencias y proveedores de Grupo GEA

FINANCIA EL VIAJE DE TUS CLIENTES CON CONDICIONES EXCLUSIVAS AQUÍ

SARA FERNÁNDEZ:

“Es un LUJO contar con PERSONAS con afán de CRECER”



Las agencias asociadas han conseguido que, cuando se hable de Grupo GEA, se hable de profesionalidad.

Hablamos del afán de crecer, de la profesionalidad como sello de calidad de sus agencias asociadas al Grupo, del trabajo en equipo y de la calidad humana de sus miembros. También de la confianza ganada día a día con los proveedores, de la filosofía GEA. Y lo hacemos a través de la lideresa de ese gran equipo que es la marca Grupo GEA, Sara Fernández, su directora general.

**“GEA está para contribuir al crecimiento de las agencias,
pero también para colaborar con proveedores.
Juntos crecemos más”**

P: ¿Cómo es liderar al equipo GEA?

R: Es muy motivador por el gran equipo que afortunadamente me acompaña. Parte del éxito de GEA está en su personal. Un staff que no solo destaca por su larga trayectoria y reconocida experiencia profesional, sino también por la proactividad, la autonomía y el compañerismo. Es un lujo contar con personas con afán de crecer y construir en grupo.

P: ¿Diría que sus agencias asociadas también forman parte de ese equipo?

R: Las agencias forman también parte de GEA, por supuesto. Son las grandes protagonistas de lo que hoy somos. Para nuestro grupo de gestión, más importante que el número, es la calidad. Y ellas son las que han conseguido que cuando se hable de una agencia GEA se hable de profesionalidad. Son las que nos posicionan y nos dan fuerza para conseguir más servicios, más herramientas y mejores acuerdos.

P: La relación con los proveedores es muy importante en el desempeño de las funciones de un grupo de gestión. ¿Qué diría que tiene de especial su relación con ellos?

R: Sin duda, la confianza basada en el entendimiento mutuo que venimos construyendo cada día, es el pilar de esa buena relación que mantenemos con los proveedores. Esos lazos de confianza nos permiten comprender mejor nuestras necesidades y lograr mejores objetivos. En grupo GEA tenemos la suerte de trabajar con grandes partners. Y es muy gratificante trabajar con ellos comprendiendo que no se trata solo de vender, sino de colaborar para crecer. GEA está para contribuir al crecimiento de las agencias, pero también para colaborar con proveedores. Juntos crecemos más.

P: Hace poco se publicaban los resultados de unas encuestas realizadas a agencias y proveedores, quienes definían a GEA como seriedad, cercanía y profesionalidad, ¿cómo transmite GEA esos valores?

R: Fue una grata sorpresa conocer estos resultados porque forman parte de nuestra filosofía. Esta filosofía viene marcada por los fundadores de GEA, pero para su transmisión es clave tener un equipo que reúna esas características; al fin y al cabo, ellos son el nexo con nuestras agencias y proveedores.

P: Usted es la directora general de Grupo GEA, una lideresa en el mundo empresarial del turismo. En marzo se ha celebrado el día de la Mujer y la pregunta es obligada: ¿qué les diría a esas niñas que ahora mismo sueñan con su futuro?

R: Le diría a cualquier persona, sin importar el género, nacionalidad, edad o clase social, que gran parte de los límites los define una misma. Que para llegar hay que creer, que no renuncie a perseguir sus sueños, pero que siempre lo haga con respeto y rodeándose de personas que contribuyan a su crecimiento personal. Porque en equipo, con esa buena compañía, se aprende más y se llega más lejos.

Grupo GEA habla ya de INTELIGENCIA ARTIFICIAL y METAVERSO a sus agencias

El Grupo tiene como objetivo acercar las próximas innovaciones, tendencias y cambios a sus agentes

El metaverso será el próximo protagonista de Grupo GEA. Durante la próxima Convención del Grupo, sus agencias se sumergirán de lleno en el mundo de la inteligencia artificial y en las posibilidades que ofrece este futuro presente. “Comenzamos por apostar por la mejor tecnología, nos lanzamos con el CRM y con las apps. Ahora seguimos avanzando, mucho más allá de las bases de datos y de la automatización”, dicen desde GEA.

Hace poco, Amadeus publicaba un estudio muy complejo en el que se determinaban cuatro tipos nuevos de perfil de viajero. Los resultados de esa investigación se obtuvieron tras analizar una encuesta mundial realizada a más de 10.000 viajeros en 15 mercados y casi seis millones de datos con técnicas de segmentación psicográfica. Las conclusiones obtenidas, sobre todo significan que el futuro, que no es algo tan lejano, requerirá la combinación de la inteligencia artificial (IA), la biometría y el metaverso para ofrecer viajes hechos totalmente a medida.

Consciente de esta realidad, que se acerca con cierta rapidez, Grupo GEA hace tiempo que decidió apostar por la tecnología y la transformación de sus agencias para que estas se preparen, de forma paulatina, para los cambios que se intuyen en el sector turístico y en la forma de viajar. “Aparte de nuestras herramientas incluidas en la cuota, como la App FREE & GO, o el CRM, que permiten la gestión de un gran volumen de datos de forma automatizada, en nuestra 26 Convención hablaremos de metaverso e inteligencia artificial”, explica el director de tecnología e innovación de Grupo GEA, Antonio Lara.

LA IA EN LA CONVENCION DE GRUPO GEA

Así, durante la Convención de GEA, “habrá una ponencia sobre metaverso y un debate con un panel de expertos que reflexionarán sobre cuál es el futuro de las agencias de viajes con respecto a la inteligencia artificial”, cuenta el tecnólogo. Es necesario hablar ya sobre cómo se adaptarán las agencias a esta tecnología y cuáles son sus posibilidades para desarrollar y potenciar un negocio que se encuentra estrechamente ligado con las experiencias y con la generación de recuerdos a través de la satisfacción y otras emociones, como es este sector”, afirma Lara sobre la Convención del Grupo.

En palabras del experto de Grupo GEA, “la IA se basa en datos y la clave principal para obtenerlos es un CRM. Esta herramienta es fundamental, es imprescindible disponer de un CRM para seguir avanzando hacia ese nuevo modelo. Precisamente por eso, desde Grupo GEA hace tiempo que ofrecemos un CRM y unas formaciones específicas y personalizadas incluidas en la cuota. Y ahora, seguimos caminando hacia delante con nuestras asociadas, vamos a dar los primeros pasos en el metaverso durante nuestra 26 Convención”, dice Lara.



Antonio Lara, director de tecnología e innovación de Grupo GEA

La 26 Convención de Grupo GEA se celebrará del 13 al 16 de abril en Port Aventura World construida desde el lema **Mejor en Grupo.**

PREPARACIÓN DE LAS AGENCIAS GEA

La IA “engloba muchísimas aéreas” y ofrece infinitas posibilidades, explica Lara. “Desde el machine learning, chatbots... La agencia debe auditarse a sí misma para saber sus necesidades y explorar las nuevas oportunidades que le ofrece esta tecnología. Por ejemplo, una agencia que tenga un colectivo de clientes de grupos, su herramienta es un chatbots, que le permite al robot responder a las preguntas que le puedan hacer sus clientes, itinerario, precio, cupos...”, analiza el experto de GEA.

En realidad, no podemos decir que algunos aspectos de la IA formarán parte del ciclo de viajero porque “no es un futuro, es presente”, afirma Lara. “Muchas plataformas, a través de IA, ofrecen experiencias al cliente en destino. El metaverso o realidad virtual, le posibilita al cliente tener una experiencia del viaje como si estuviera en el destino, desde conocer el avión, la sensación de volar, conocer el hotel donde se alojarán. Será un gran colofón la ponencia del metaverso y las agencias podrán tener la oportunidad de vivirla in situ”, explica el director de tecnología de GEA.

Las agencias GEA disponen de herramientas tecnológicas que les permiten avanzar según la propia evolución de los mercados y la sociedad. “No solo el CRM, por el ejemplo, la App FREE & GO también permite la recopilación y ordenación automatizada de datos, así como el contacto con el cliente para todo lo que necesite desde cualquier lugar”, cuenta Lara. “Hemos empezado por lo fundamental, un CRM, y permanecemos atentos a las nuevas oportunidades que se nos puedan presentar que ayuden a nuestras agencias”, cierra el directivo de Grupo GEA.

GEA CONTIGO

se celebra con un nuevo encuentro en la ciudad de Barcelona

Siguen con gran éxito estas jornadas formativas entre las agencias y proveedores de Grupo GEA

El 15 de marzo tuvo lugar un nuevo encuentro GEA Contigo, esta vez en Barcelona. Estos eventos, organizados por Grupo GEA, se celebran desde finales de 2021 de forma continuada por provincias, con el fin de potenciar las citas presenciales y las relaciones entre todo el Grupo: proveedores, agentes de viajes y parte del equipo GEA se reúnen en una sesión de alto nivel profesional para trabajar y convivir.



Un nuevo encuentro GEA Contigo ha tenido lugar el día 15 de marzo en Barcelona. Unas sesiones organizadas para potenciar la confianza y trato con las agencias asociadas. “Esto es una nueva manera de vertebrar las relaciones entre agencia y proveedor, acercando los intereses comerciales y las necesidades entre ambos. En estos encuentros se priorizan la simbiosis y la cercanía en unos encuentros que precisamente pretenden eso, proximidad, empatía, es decir: GEA Contigo”, explica el delegado que organiza la sesión catalana, Jan Pané.

Tal y como explican los delegados de Grupo GEA, los encuentros GEA Contigo tienen una “particularidad” bien diferenciada: “no es un monólogo de un proveedor que lanza un speech durante una hora, y luego si te he visto no me acuerdo. Se trata de que, tras una pequeña presentación, se cree un diálogo entre proveedor y agentes de viajes que pueda extenderse durante todo el almuerzo”, explica el delegado comercial de Grupo GEA Fernando Bruña. Los agentes de viajes, así, han pasado de ser meros oyentes a “participantes en un diálogo con un determinado proveedor, a quien trasladar sus necesidades, a la vez que el proveedor manifiesta la casuística de sus productos”, añade Bruña.

UN MOMENTO PARA LA CONVIVENCIA ENTRE PROFESIONALES

Otra de la característica que el equipo GEA señala de estos encuentros es la oportunidad de asistir a una pequeña convivencia entre profesionales. “Así mismo, se da opción a una convivencia en la que se da un importante intercambio de conocimiento e información. Más el componente humano que conlleva este tipo de reencuentros, que lleva un valor añadido al tratarse de excelentes profesionales del sector. Además, se procura realizar en un horario que interceda lo mínimo posible en el día a día y a la vez sea un tiempo que resulte lo más provechoso posible para todas las partes que participamos en estos eventos”, explica el delegado comercial Enrique Guerrero.

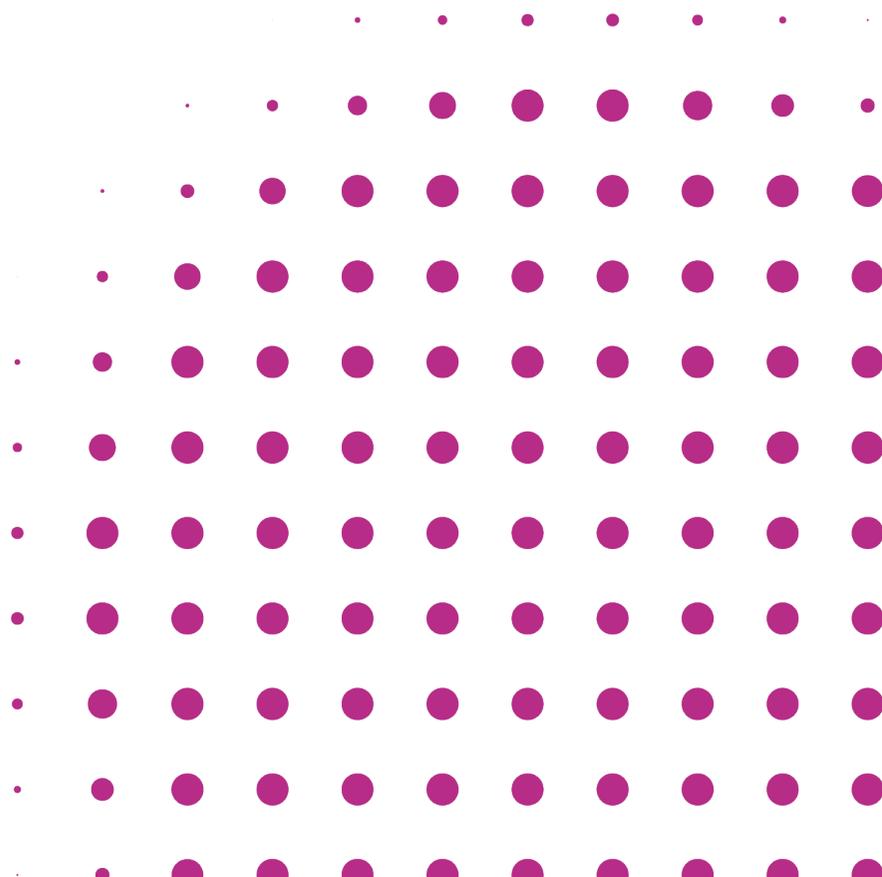
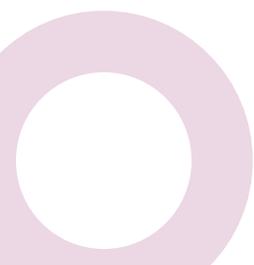
El delegado comercial Sunil Daryanani, explica que estas sesiones se iniciaron en una etapa de post-confinamiento. “Las agencias tenían muchas ganas de volverse a reencontrar. No sólo se han aprovechado para poner caras nuevas, sino también para interactuar unos con otros y compartir inquietudes que se trasladan a los proveedores”, dice el delegado. GEA Contigo es “como una comida profesional de amigos que comparten las mismas preocupaciones y además rentabilidades. Al final, después de tanto webinar, era necesario y una gran iniciativa que se mantengan en el tiempo”, finaliza Daryanani.

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”, cierra la directora general del Grupo, Sara Fernández.

FINANCIA el viaje de tus clientes con **CONDICIONES EXCLUSIVAS** aquí

Esta visa de BBVA ofrece ventajas y bonificaciones únicas para tu agencia y tus clientes.

El acuerdo entre Grupo GEA y BBVA, que ha cumplido ya los cinco años, no sólo permite financiar una compra con una visa, sino que también ofrece al cliente financiación en sus viajes sin necesidad de tener la tarjeta contratada por medio de la herramienta que BBVA Consumer Finance ha personalizado para las agencias del Grupo. Otro punto fuerte de esta exclusividad del Grupo es que, pagando con la VISA GEA, los clientes pueden acceder a descuentos adicionales con distintos acuerdos y proveedores.



Una forma de mejorar la rentabilidad de tu agencia y de fidelizar clientes sin duda es “por medio de la VISA GEA BBVA”, dice el director comercial y de marketing de Grupo GEA, David Cáceres. Además de otros atributos, “como es la bonificación del 2% en todas compras realizadas por los titulares en agencias GEA y por medio de TPV BBVA, esta modalidad incluye la financiación hasta en 6 meses en condiciones ventajosas. Y, una segunda opción, con la filial BBVA Consumer Finance, que facilita la financiación en 3, 6, 9, 10 y 12 meses, con condiciones ventajosas”, aclara Cáceres.

Para GEA, sus socios son una parte fundamental del Grupo porque, a través de ellos, ofrecen mejores condiciones de financiación y rentabilidad, lo que al final se traduce en beneficios para las agencias. “Contar con la entidad BBVA como aliado, para que las agencias asociadas a GEA puedan ofrecer a sus clientes financiación a medida y en condiciones ventajosas, supone un plus de servicio y competitividad en la venta muy importante”, cuenta el directivo de GEA.

En este momento, los proveedores participantes en el programa de bonificaciones para este 2023 son **Celebrity Cruises, CATAI, Costa Cruceros, Cunard, Icáron, Dimensiones Club, Jolidey, Kannak, LePlan, Mapa Tours, MSC, Newblue, NCL, Palladium Hotel Group, Princess, Panavisión Tours, Royal Caribbean International, Soltour, Special Tours, Travelplan y Touring Club.**

RENTABILIDAD Y FIDELIZACIÓN

Además, con esta herramienta GEA enfocada a la rentabilidad de la agencia, todo son ventajas y facilidades. “El cliente recibirá un 2% de bonificación aplicable a las compras realizadas en agencias asociadas a GEA. Esta tarjeta, que además de ser una visa universal, sin cuota de emisión ni renovación, de libre domiciliación bancaria, con flexibilidad de pagos, seguro de accidentes en viajes y seguro de atracos en cajeros, podrá ser solicitada directamente por los clientes o bien con el asesoramiento de su agente de viajes asociado”, explica Cáceres.

La VISA que “los clientes y viajeros disponen gracias al acuerdo con BBVA, cumple en estas fechas cinco años en el mercado como distintivo de las agencias GEA”, indica Cáceres. “Gracias a la colaboración con los proveedores participantes en el programa de fidelización, además de la aportación de la entidad bancaria, permite a las agencias fidelizar a sus clientes y viajeros”, finaliza el director comercial y de marketing de Grupo GEA.





www.grupogea.com
952376655

