



GRUPO GEA

INFORMACIÓN

AÑO 2020 - NÚM. 6



AGENCIAS DE GEA PODRÁN BONIFICAR CUOTAS CON SUS VENTAS

Esta ventaja se destina a las ventas realizadas entre el 1 de julio y el 10 de octubre.

Dentro de las medidas que Grupo GEA está tomando durante la crisis sanitaria en beneficio de las agencias, llega una nueva iniciativa: una bonificación de cuotas. “Esta medida se encuadra entre las facilidades que Grupo GEA viene dando a sus asociadas, en este contexto tan particular, para brindarles fórmulas favorables a la hora de hacer efectivo el abono de sus cuotas”, explica Prisciliano Fernández, presidente del Grupo.

En estos momentos de incertidumbre, “cualquier ayuda resulta muy positiva para garantizar la estabilidad de nuestras agencias y, por supuesto, colaborar al mantenimiento de todo el engranaje del sector turismo”, cuenta Fernández. “Con alcanzar una venta de al menos 3000€ durante el periodo de verano, la agencia ya podrá acceder a este tipo de bonificaciones ofrecidas por GEA”, aclara el presidente del Grupo.

Dentro de su plan de actuación en el estado de alarma, Grupo GEA ya realizó una moratoria de las cuotas de marzo y abril y la condonación del 50% de la cuota de mayo. “Además durante estos meses tan complicados hemos distribuido más de 700.000€ en rapeles: 200.000€ en los meses de marzo de abril, y en mayo procedimos con nuevos abonos por otros 500.000€”, dice Fernández. “No hemos parado de atender todas las incidencias de nuestras agencias, de mejorar nuestras herramientas, incorporar nuevas campañas, ofrecer asesoría e información actualizada, y no vamos a dejar de hacerlo en estos momentos tan complicados”, añade el ejecutivo.

Todo el equipo humano de GEA trabaja de forma coordinada para atender a las agencias, “aunque esto no es una novedad, para más información y detalles sobre esta bonificación las agencias del Grupo pueden dirigirse a cualquiera de los delegados de zona que GEA tienen a su disposición”, cierra el presidente de Grupo GEA.

Grupo GEA ha puesto en marcha una nueva medida para colaborar a paliar la situación tan difícil que atraviesan las agencias de viajes. Se trata de una bonificación en sus cuotas, a la que podrán acogerse las agencias del Grupo gracias a las ventas que realicen este verano. Durante el plazo entre el 1 de julio y 10 de octubre, aquellas agencias que alcancen una venta de al menos 3.000€ pueden acogerse a este beneficio propuesto por Grupo GEA.

Las agencias GEA siguen ofreciendo financiación a sus clientes

El acuerdo con BBVA sigue vigente, igual que el pago con la tarjeta VISA

La vuelta a la normalidad es un proceso complicado, no solo por la incertidumbre del día a día, sino también como consecuencia de la propia crisis sanitaria. Muchas herramientas de venta de las agencias se están viendo bloqueadas, desde el propio producto turístico a sus propias estrategias. Por otro lado, los viajeros también se encuentran en un periodo de adaptación, por el confinamiento y sus circunstancias y por el rebote económico de la crisis. “Con este panorama, mantenerse en el mercado supone seguir ofreciendo las mismas ventajas que antes, tanto a las agencias como a los clientes, y esto es lo que aporta Grupo GEA con el acuerdo vigente con BBVA a sus asociadas”, dice Sara Fernández, directora general de Grupo GEA.

Un acuerdo con más de dos años de existencia

Las condiciones del convenio con BBVA “no solo permiten financiar con la VISA GEA, sino que también se puede ofrecer 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, que les permite la gestión online de las solicitudes. Y el acuerdo sigue en pie en mitad de esta crisis, eso no ha cambiado”, explica David Cáceres, director comercial de Grupo GEA. Además, “pagando con la VISA GEA los clientes pueden acceder a descuentos adicionales con distintos acuerdos y proveedores”, añade Cáceres.

A día de hoy, nada ha cambiado en el acuerdo. “El cliente recibirá un 2% de bonificación aplicable

a las compras realizadas en agencias asociadas a GEA”, explica el director comercial del Grupo. Asegura que “todo son ventajas, ya que la tarjeta es una visa universal, sin cuotas de ningún tipo y con libre domiciliación bancaria, ofrece flexibilidad de pagos en condiciones ventajosas y, muy necesario, seguro de accidentes en viajes”, dice Cáceres. Además, desde el departamento comercial de GEA creen que “esta oferta refuerza el trabajo de las agencias, que puede aportar el valor de la seguridad en la financiación con toda tranquilidad”, añade el directivo.

El acuerdo entre GEA y BBVA “llegó hace más de dos años a las agencias del Grupo y lo hizo para quedarse”, cuenta la directora. Que esta facilidad en el pago para los clientes se mantenga “es una buena medida para fomentar la venta de viajes”, añade Fernández. Sobre todo, porque “permite ofrecer a los viajeros un trato cercano, adecuado a su perfil y además es una forma de transmitir protección, seguridad y una garantía de fidelidad en la relación entre ambas partes”, finaliza la responsable de Grupo GEA.



Webinar jurídico GEA: todo sobre el nuevo Real Decreto-Ley

El Grupo ofrece formación para que sus agencias conozcan esta controvertida medida

Ya se ha aprobado el Real Decreto-ley 21/2020, de 9 de junio, de medidas urgentes de prevención, contención y coordinación para hacer frente a la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. Entre las medidas que el texto presenta, algunas de ellas recibidas con polémica, las de interés para el sector turístico son las relativas al derecho de resolución de determinados contratos sin penalización por parte de los consumidores y usuarios.

Una medida controvertida

La crisis sanitaria ha traído muchos cambios que van evolucionando de forma paralela a las cifras que deja la covid-19. Lo cierto es que se dibuja, otra vez, un nuevo panorama legal que, para muchos, no es una medida que beneficie a las agencias de viajes. El Real Decreto-Ley 21/2020, aprobado el día 9 de junio, ha modificado los puntos 1 y 4 del artículo 36 del Real Decreto-ley de 31 de marzo, por el que se adoptan medidas urgentes complementarias en el ámbito social y económico para hacer frente al covid-19. “Para hacer frente a esta situación tan cambiante lo mejor es aportar información especializada y actualizada. Es nuestra forma de proteger a las agencias, por eso Grupo GEA va a llevar a cabo un nuevo webinar de carácter jurídico,

donde nuestros especialistas explicarán con detalle qué novedades trae el recién aprobado Real Decreto-Ley, que tanto está dando que hablar”, explica Sara Fernández, directora general de Grupo GEA.

Formación especializada para las agencias GEA

El webinar jurídico, a cargo de Bufete Cubero, pretende informar sobre en qué medida el nuevo Real Decreto-Ley afecta a los viajes combinados. “Las agencias deben estar bien informadas para llevar a cabo las actuaciones pertinentes de la forma más efectiva y beneficiosa, para ellas y de cara al cliente. Por ejemplo, el nuevo texto legislativo presenta novedades sobre cómo proceder con las devoluciones y los bonos, una medida que no satisface al sector y que requiere estar enterado para evitar disgustos”, explica Fernández. Aclara bien todos los aspectos jurídicos es clave, “sobre todo porque así se refuerza la relación de confianza entre el agente y el cliente. La respuesta ante esta crisis es la formación específica”, añade la directiva.

Una de las cuestiones que resultan novedosas con el nuevo texto es que “se deroga y ya no tendrá validez el que el organizador deba proceder a la devolución de los pagados por el cliente, siempre



que los proveedores de servicios incluidos en el contrato de viajes combinados hayan procedido a la devolución. Esta novedad ha causado gran sorpresa en el sector, por lo que las agencias dominen este tipo de cuestiones es fundamental para ayudar a resolver esta situación tan complicada que afrontamos”, cuenta Fernández.

Grupo GEA “siempre ha apostado por la formación continuada, y lo va a seguir haciendo como lo ha hecho hasta ahora. Desde GEA consideramos, que ahora más que nunca, mantener la información actualizada, y que esta llegue de forma especializada al máximo de asociados posibles, es fundamental para enfrentarse a este panorama tan complejo”, finaliza la directora general de Grupo GEA.

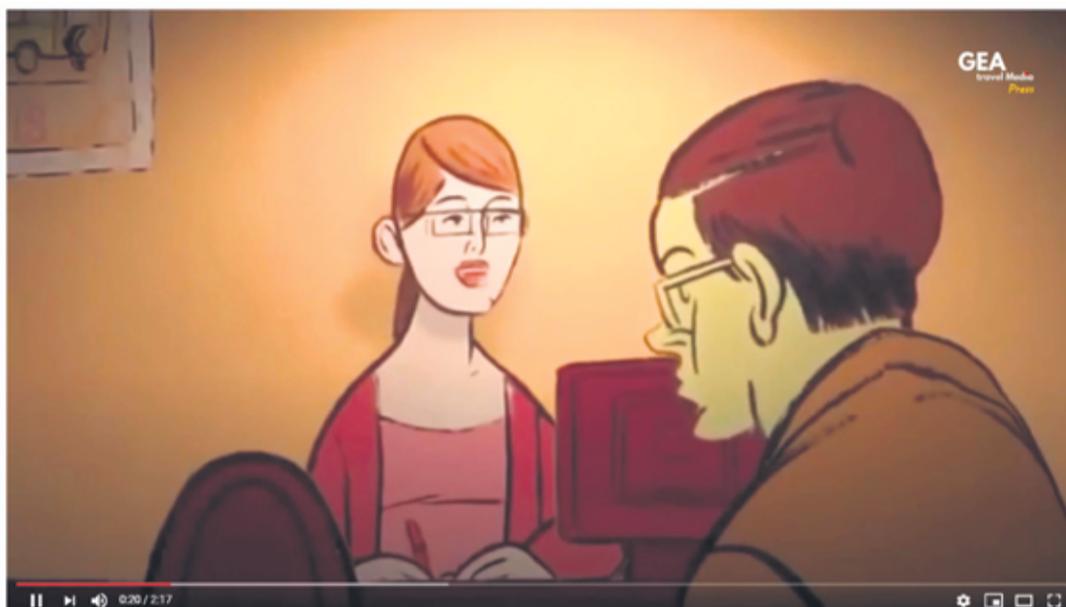
GEA lanza un vídeo cómic a favor de las agencias

Se trata de una reedición de un corto de animación que ya había publicado el Grupo

La productora audiovisual de Grupo GEA, GEA TRAVEL MEDIA, ha reeditado un corto de animación que muestra el apoyo incondicional del Grupo a las agencias de viajes. El vídeo cuenta las complicaciones de un viajero que organiza su viaje sin el respaldo de una agencia y anima a contar con un profesional a la hora de disfrutar de unas vacaciones. La pieza se encuentra disponible en el canal de YouTube de Grupo GEA y también ha sido difundida en las redes sociales.

Grupo GEA vuelve a poner de manifiesto el valor de las agencias de viajes. Esta vez lo hace publicando un vídeo de dibujos animados donde, a modo de cómic, se cuenta la historia de Luis, un personaje al que todo le sale mal durante su viaje porque cree haber contratado un chollo detrás de otro en internet. “La historia puede ser real”, explica Prisciliano Fernández, presidente de Grupo GEA.

En el vídeo se promueven valores como la especialización profesional del agente y se explican qué cosas pueden pasar durante el viaje y cómo puedes tener unas vacaciones inolvidables porque todo salga mal. “Cuestiones como la cobertura de un seguro, la reserva de vuelos baratos que luego no resultan



tan económicos, los traslados garantizados o un hotel bien ubicado son algunas de las cosas que se reflejan en este vídeo”, cuenta Fernández. “El agente de viajes es un profesional cualificado que

trabaja por y para el cliente antes, durante y después del viaje. Y esto, que es la principal ventaja y fortaleza del colectivo, debe ser valorado por todo lo que representa”, afirma el responsable de Grupo GEA.

Ahora que volvemos a viajar “es necesario realizar este tipo de campañas. Y más en este escenario tan cambiante que se ha dibujado. Contratar nuestro viaje con una agencia se traduce en seguridad para el viajero, siempre. Y Grupo GEA va a seguir apoyando este mensaje porque cree en él”,

cierra el presidente del Grupo.

Puedes ver este vídeo cómic y el resto de piezas audiovisuales en el canal de YouTube de Grupo GEA.



Ideas para potenciar la rentabilidad de tu agencia

Posicionar tu marca en el mercado, aumentar la visibilidad de la misma y de tu producto y empatizar con el cliente son tres claves principales para recuperar la rentabilidad de tu agencia.

Grupo GEA te ofrece algunas ideas para ayudar a potenciar las ventas en plena crisis sanitaria llevando a cabo algunas sencillas acciones que no te ocuparán mucho tiempo. Además, en el siguiente vídeo puedes ver cómo sacarle el máximo rendimiento al contenido audiovisual producido por GEA TRAVEL MEDIA, creado para ti, para tu agencia y tus clientes.

A nuestro presente ha llegado esa palabra que ningún trabajador quisiera oír: crisis. “Al margen de las medidas que finalmente se tomen por parte de las instituciones políticas y sanitarias, existe algo que las agencias ya pueden poner en marcha: un plan de comunicación con el que atraer a la venta y acomodar a los clientes”, explica Sara Fernández, directora general de Grupo GEA.

Cierto es que “no existe una fórmula mágica con la que recuperar de forma inmediata el mercado, pero las agencias de Grupo GEA tienen a mano una serie de herramientas relacionadas con la

comunicación y el marketing que pueden emplear para despertar interés en viajar con seguridad”, dice Fernández. Por ejemplo, una buena medida para recuperar la rentabilidad es “posicionar la marca y aumentar la visibilidad, tanto de la propia agencia, como del producto que vende. Para ello, las agencias GEA tienen a su disposición el material creado por GEA TRAVEL MEDIA, que pueden personalizar con sus logotipos y contacto para difundirlo en sus canales con fines promocionales”, cuenta Mercedes Barrutia, responsable de la productora de Grupo GEA.

Adaptarse de forma ágil al nuevo panorama “es clave para ser visible y reforzar la imagen, y para ello la información debe fluir de forma uni y bireccional entre los clientes y el agente de viajes”, explica Barrutia. “Para ello todo el material de la productora puede ser muy útil a las agencias, diseñado para ser difundido en diferentes soportes digitales como

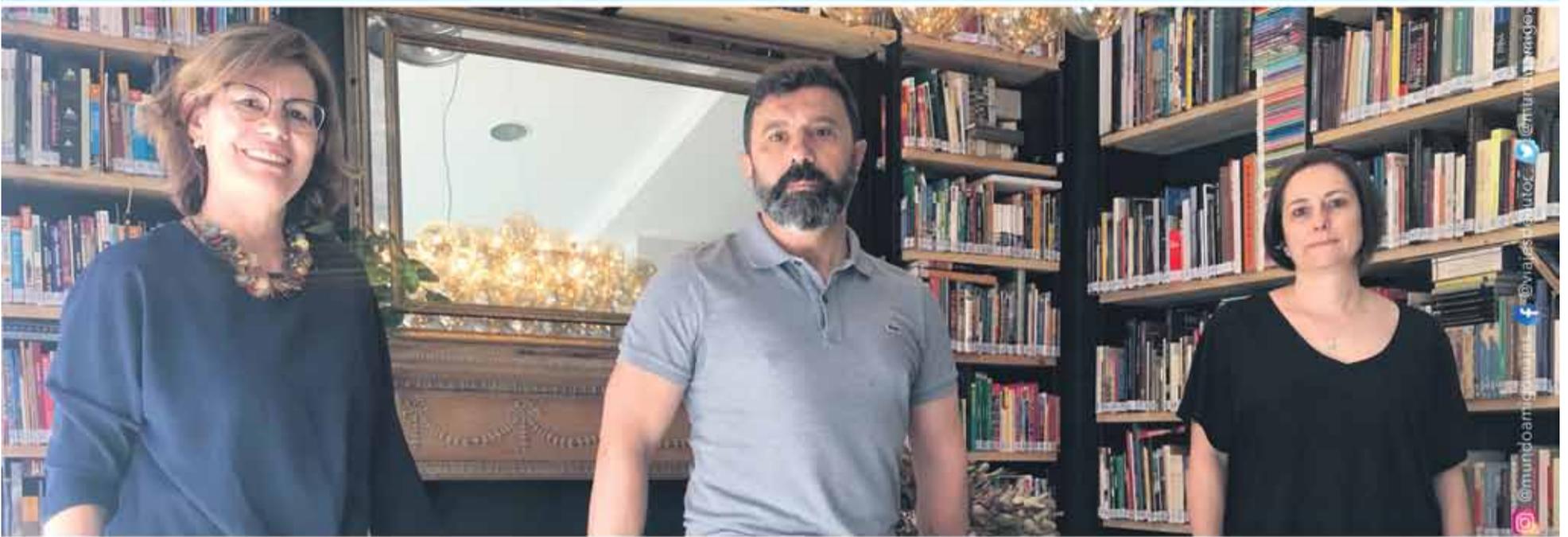
móviles, pantallas de televisión o canales sociales. Destinos, noticias, información sobre productos y campañas..., todo a disposición de las agencias”, insiste la periodista del grupo.

Por otra parte, una capacidad que debe desarrollar el agente de viajes -si es que no lo hacía ya- es la empatía hacia las nuevas necesidades de los viajeros. “La información no debe faltar, hablar con claridad de las nuevas medidas sanitarias y ofrecer una atención cercana para generar un clima de confianza es fundamental. Ofrecer nuevas formas de pago, como las que presenta el acuerdo de Grupo GEA con BBVA, o material específico que resulte atractivo para el cliente y despierte su interés por viajar, como el que aporta la plataforma VIEW TRAVEL, sumadas a los contenidos de la productora, son iniciativas que las agencias del Grupo pueden ofrecer desde ya”, cierra la directora de GEA





AGENCIAS GEA CON PRODUCTO PROPIO



MUNDOAMIGO

CREADORES DE VIAJES

21 años organizando itinerarios culturales, musicales, arqueológicos y etnográficos por todo el mundo.

Clavel, 5. 28004 Madrid (+34) 915249210 www.mundoamigo.es



SelfieTour

Enoturismo y Experiencias Como la Mancha ninguna...

www.selfietour.es

**Si eres una agencia miembro
de Grupo GEA**

y tienes un producto propio que quieras promocionar...

PONTE EN CONTACTO CON NOSOTROS



geacentral@grupogea.com

952 37 66 55

