



**XII CONFERENCIA INTERNACIONAL DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
(CICE 2019)**

**IX TALLER INTERNACIONAL DE HOTELERÍA Y TURISMO  
(HOTELTUR 2019)**

**El CRM como herramienta fundamental en la gestión de clientes en el  
turismo**

*The CRM as a key tool in the tourism customer management*

**Alegna Cruz Ruiz<sup>1</sup>, Igor Lopes Martínez<sup>2</sup>, Alí Alvarez Bencomo<sup>3</sup>**

**Resumen**

Desde la perspectiva sistémica, las organizaciones laborales se caracterizan por un dinamismo constante. Por esta razón, resulta necesario el desarrollo de la capacidad de adaptación de las empresas a un entorno caracterizado por la incertidumbre y la competitividad. Uno de los cambios que persiguen las organizaciones enfocadas en brindar servicios es lograr la satisfacción de los clientes, ya que esto se convierte en la ventaja competitiva que permite a las organizaciones alcanzar el éxito empresarial. La presente investigación tiene el objetivo de evaluar el nivel de conocimiento e implementación de la estrategia de gestión CRM (Customer Relationship Management, o gestión de las relaciones con los clientes en español) en instituciones hoteleras, con una aplicación específica en hoteles en La Habana. Se utilizó el Cuestionario de Estrategias de Gestión de relaciones con cliente (CRM), el cual está dividido por 7 bloques, entre ellos la evaluación de la estrategia de relación con los clientes empleada por la organización, orientación al cliente, gestión del conocimiento, variables organizativas y tecnología. Además de la evaluación, se analiza el uso del CRM desde la perspectiva de la psicología, la logística y el CRM como sistema de información, así como su relación

---

<sup>1</sup> Msc. Alegna Cruz Ruiz. Facultad de Psicología, Universidad de La Habana. Cuba. [alegna@psico.uh.cu](mailto:alegna@psico.uh.cu)

<sup>2</sup> Dr. C. Ing. Igor Lopes Martínez. Universidad Tecnológica de La Habana, CUJAE. Cuba.  
[igorlm16@yahoo.es](mailto:igorlm16@yahoo.es)

<sup>3</sup> Lic. Alí Alvarez Bencomo. Ministerio del Turismo. Cuba. [aalvarez19948@gmail.com](mailto:aalvarez19948@gmail.com)



**II Convención Científica Internacional 2019  
CIENCIA Y TRANSFORMACIÓN SOCIAL PARA EL  
DESARROLLO SOSTENIBLE  
Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas**



con los sistemas ERP. El resultado incluye una muestra de 52 directivos y encargados de la atención al cliente de 10 hoteles en La Habana.

**Palabras Clave:** Organizaciones que Aprenden; CRM; Hotelería; Satisfacción del cliente.

***Abstract***

*From the systemic perspective, labor organizations are characterized by a constant dynamism. For this reason, it is necessary to develop the ability of companies to adapt to an environment characterized by uncertainty and competitiveness. One of the changes pursued by organizations focused on providing services is to achieve customer satisfaction, as this becomes the competitive advantage that allows organizations to achieve business success. The current research has the objective of evaluating the level of knowledge and implementation of the CRM (Customer Relationship Management) strategy in hotel institutions, with a specific application in hotels in Havana. The Customer Relationship Management Strategies Questionnaire (CRM) was used, which is divided into 7 blocks, including the evaluation of the customer relationship strategy used by the organization, customer orientation, knowledge management, variables organizational and technology. In addition to the evaluation, the use of CRM from the perspective of psychology, logistics and CRM as an information system is discussed, as well as its relationship with ERP systems. The result includes a sample of 52 managers and managers of the customer service of 10 hotels in Havana.*

***Keywords:*** Learning Organizations; CRM; Hospitality; Customer satisfaction.

**Eje Temático II.** Turismo y Gestión