



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

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

**La gestión del servicio de la Agencia de Viajes Receptiva Cubatur con
el turoperador Thomas Cook**

***The service management of the Cubatur Receptive Travel Agency with
the tour operator Thomas Cook***

**Maité Rodríguez González¹; Ana Mari Estrada González²; Yennifer Sánchez
Borges³; Yoan Hernández Flores⁴**

Resumen

En la actualidad las agencias de viajes en el entorno turístico cubano utilizan los mismos proveedores de servicios turísticos, lo que trae como consecuencia que muchos de los productos/servicios sean tan semejantes y que el cliente no logre establecer diferencias entre las agencias. Precisamente, la agencia de viajes Cubatur ha reconocido la importancia de la gestión del servicio, puesto que esta se ha convertido en una de las variables consideradas clave para la competitividad de las empresas de hoy. Sin embargo, la agencia, con el servicio brindado al turoperador Thomas Cook, no logra aumentar la satisfacción de los clientes y disminuir las quejas por mal servicio, lo que ha repercutido en sus costos de no calidad. Se plantea entonces como objetivo general de esta investigación: valorar la gestión de los servicios en la agencia de viajes Cubatur con el turoperador Thomas Cook. Para cumplir con el mismo se aplicó un diagnóstico a partir de la observación, la entrevista, las encuestas y la consulta a los documentos oficiales de la agencia; y se emplearon otras herramientas como el diagrama de Pareto y la matriz DAFO con impactos cruzados, evidenciando que Cubatur se encontraba en una situación de supervivencia con respecto a la gestión del servicio al turoperador. Todo ello propició que se identificaran los principales factores que afectan esta gestión,

¹ MSc. Universidad de La Habana, Cuba. mrodriguez@ftur.uh.cu

² Lic. Grupo Empresarial Palco. Palacio de Convenciones de La Habana, Cuba.
anamglezr@infomed.sld.cu

³ Estudiante de Turismo. Universidad de La Habana, Cuba. yennifer_bq@estudiantes.ftur.uh.cu

⁴ Estudiante de Turismo. Universidad de La Habana, Cuba. yoan_flores@estudiantes.ftur.uh.cu



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



proponiéndose un conjunto de acciones para corregir y mejorar la posición de la agencia con el respecto al turoperador Thomas Cook.

Palabras Clave: Agencia de viajes, Gestión, Servicios, Turoperador

Abstract

At present the travel agencies in the Cuban tourist environment use the same providers of tourist services, which results in many of the products / services are so similar and that the client fails to establish differences between the agencies. Precisely, the travel agency Cubatur has recognized the importance of service management, since this has become one of the variables considered key to the competitiveness of today's companies. However, the agency, with the service provided to the tour operator Thomas Cook, fails to increase customer satisfaction and reduce complaints about poor service, which has impacted on non-quality costs. The general objective of this research is to evaluate the management of services in the Cubatur travel agency with the tour operator Thomas Cook. To comply with it, a diagnosis was applied based on observation, interview, surveys and consultation of the official documents of the agency; and other tools such as the Pareto diagram and the SWOT matrix with crossed impacts were used, showing that Cubatur was in a survival situation with respect to the management of the service to the tour operator. All this led to the identification of the main factors that affect this management, proposing a set of actions to correct and improve the position of the agency with respect to the tour operator Thomas Cook.

Keywords: Travel agency, Management, Services, Tour operator

Eje Temático II. Turismo y Gestión