



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

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

**La gestión de servicio de la Sucursal Ventas Internacionales en
Gaviota Tours con AventouraCubareisen y TourCom**

***The service management of the International Sales Branch in Gaviota
Tours with AventouraCubareisen and TourCom***

**Maité Rodríguez González¹; Claudia Viamonte Olivera²; Yennifer Sánchez
Borges³; Yoan Hernández Flores⁴**

Resumen

La gestión de servicios es un elemento fundamental por el que debe guiarse la dirección de todas las empresas destinadas al turismo. Precisamente las agencias de viajes son un elemento clave de estas entidades en dicho sector, y, por la importancia que poseen, se hace necesario el estudio dirigido a diagnosticar la gestión de sus servicios. Por ello la presente investigación tiene como objetivo: Valorar la gestión de servicios en la agencia de viajes Gaviota Tours Ventas Internacionales con los tour operadores alemanes AventouraCubareisen y TourCom; para lo cual se empleó una metodología que permitió el análisis de dicho tema. Se utilizaron diferentes métodos como el teórico, empírico y el estadístico-matemático, a través de la aplicación de técnicas como la entrevistas a especialistas y directivos de la agencia y de los tours operadores, encuestas a clientes externos, el diagrama de Pareto y el diagrama de afinidad. Los resultados obtenidos arrojaron los principales servicios, factores y brechas existentes entre los diferentes niveles de servicio que influyen en la disminución de los ingresos por parte del mercado alemán, permitiendo así identificar las principales deficiencias de la agencia a la hora de gestionar sus servicios con AventouraCubareisen y TourCom, todo lo cual permitió

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

² Lic. Hotel H10 Habana Panorama, Miramar, La Habana, Cuba.

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**



realizar una propuesta de acciones de mejora para erradicar dichos problemas en aras de aumentar la satisfacción de los clientes.

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

Abstract

The management of services is a fundamental element by which the direction of all the companies destined to tourism must be guided. Precisely travel agencies are a key element of these entities in this sector, and, because of the importance they have, it is necessary to study to diagnose the management of their services. Therefore, the present investigation aims to: Value the management of services in the travel agency Gaviota Tours International Sales with the German tour operators AventouraCubareisen and TourCom; for which a methodology was used that allowed the analysis of this topic. Different methods were used, such as theoretical, empirical and statistical-mathematical, through the application of techniques such as interviews with specialists and managers of the agency and tour operators, surveys of external clients, the Pareto diagram and the diagram of affinity. The results obtained showed the main services, factors and gaps between the different levels of service that influence the decrease in revenues by the German market, thus allowing to identify the main deficiencies of the agency when it comes to managing its services with AventouraCubareisen and TourCom, all of which allowed for a proposal for improvement actions to eradicate these problems in order to increase customer satisfaction.

Keywords: Travel agency, Service management, Tour operator

Eje Temático II. Turismo y Gestión