

**DIAGNÓSTICO, TENDENCIAS Y ESTRATEGIAS DE FUTURO PARA
LAS AGENCIAS DE VIAJES
El caso del sector español**

*Sergio Moreno Gil
Teresa Aguiar Quintana
Universidad Las Palmas de
Gran Canaria - España*

Pese a la indiscutible importancia de las agencias de viajes en el sector turístico, y su actual situación de incertidumbre, existe una manifiesta escasez de investigación al respecto en la literatura, destacando especialmente la falta de estudios dirigidos a analizar el escenario futuro de las agencias y posibles actuaciones a acometer. El presente trabajo realiza un estudio cualitativo abordando a dos metodologías complementarias: (1) dinámicas de grupos con los dos principales segmentos de mercado de la agencia de viajes: corporativo y vacacional, analizando sus motivaciones y percepciones y, (2) diversas entrevistas en profundidad con directivos y profesionales del sector, para analizar la percepción del cliente y posteriormente indicar algunas de las tendencias futuras que pueden acontecer en el sector. Finalmente, el trabajo indica una amplia gama de líneas de actuación a desarrollar por las agencias de viajes en España y líneas de investigación de utilidad para el sector.

PALABRAS CLAVE: agencias de viajes, España; estudio cualitativo/ motivaciones/ tendencias/ estrategias de éxito.