TURESPAÑA

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

3.

BÉLGICA 2025
Estructura del Sector Turístico

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

www.tourspain.es

ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO

BÉLGICA 2025

2

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)
Texto: Consejería de Turismo de España en Bruselas
NIPO: 219-25-003-0.
Junio 2025

TABLA DE CONTENIDO

Datos clave

Sector de la producción

Sector de la distribución

Comercialización on line

Asociacionismo en el sector

DATOS CLAVE

Información básica

El mercado belga es un mercado maduro, en el que la turoperación todavía controla el 31% de los viajes realizados en 2024, según datos de la asociación de turoperadores ABTO. La quiebra de Thomas Cook en septiembre de 2019 marcó una remodelación en el panorama belga de operadores turísticos: TUI, BCD Travel, Sunweb y Corendon son ahora los principales operadores. El mayor grupo de operación en Bélgica es TUI Belgium, que controla gran parte del mercado, y cuenta tanto con la producción de los paquetes como con una red de agencias que venden sus productos y una flota de aviones y hoteles propios.

Las agencias de viaje, tras un duro ajuste hasta el año 2013, volvieron a crecer en los años posteriores, llegando a alcanzar el número de 1.666 en 2019. La crisis del coronavirus supuso el mayor golpe al sector que se recuerde. Tras este período los puntos de venta se han ido recuperando lentamente, siendo 1.709 en 2024(Fuente: BTC).

El año 2024, desde el punto de vista de número de viajes, se cerró con un incremento del 1,0%, según datos de STATBEL. Los viajes al extranjero se incrementaron un 2,5%.

En 2025, el porcentaje de belgas que tiene intención de realizar un viaje es del 78%, casi igual que en 2024(Fuente: ABTO).

Situación actual

El sector turístico belga está dominado por grandes grupos que controlan la mayor parte del mercado. Las 10 compañías más importantes reúnen el 54,9% de la cuota de mercado (B2C) y las 3 marcas más representativas son Booking.com, TUI Belgium y BCD Travel.

El dominio del sector por parte de las grandes compañías se acentúa con la crisis del coronavirus, tras la que los pequeños grupos pierden un 13% de cuota de mercado (2021), efecto que se traduce en el crecimiento de las 10 empresas más grandes, y que parece tener consecuencias en el corto/medio plazo, ya que en 2024 no se revierte sensiblemente esta pérdida.

A continuación se muestran las empresas que ocupan las primeras posiciones en el ranking de 2024 del sector de la intermediación turística en Bélgica:

	Compañía	Sector	Cuota de mercado
1	Booking Holdings Inc	OTA	18,4%
2	TUI Group	Producción/distribución	13,7%

	Compañía	Sector	Cuota de mercado
3	BCD Holdings NV	Central de compras	5,7%
4	Corendon International Travel BV	Producción/distribución	3,4%
5	eDreams ODIGEO SA	OTA	3,0%
6	Sundio Group International GmbH	Producción/distribución	2,9%
7	Expedia Group Inc	OTA	2,4%
8	American Express Co	Distribución	2,2%
9	Connections - Eurotrain NV	Distribución	1,6%
10	Club Méditerranée SA	Producción/distribución	1,5%

Tabla 1 Cuota de mercado B2C – Intermediarios turísticos del mercado belga 2023. Fuente: BTC

Las principales compañías del sector de la intermediación se dedican mayoritariamente a la producción y distribución de servicios.

TUI Belgium, la marca de TUI en Bélgica, es uno de los líderes del mercado turístico. Se trata de un turoperador verticalmente integrado, ya que produce servicios que posteriormente distribuye (B2B) o comercializa (B2C) a través de sus propios canales de venta, tanto online como a través de su red de agencias.

Sunweb (Sundio Group) y Corendon son también grandes turoperadores que comercializan sus propios servicios (multiproducto), aunque en ambos casos llegan al turista a través de sus portales online. Corendon dispone también de su propia aerolínea y cadena de hoteles, compuesta por 11 complejos turísticos, uno de ellos en Ibiza. Dispone también de una importante parte B2B, que realiza mediante contacto directo con las agencias.

Club Med (Club Méditerranée SA), si bien pertenece por definición a esta categoría, no se trata de un turoperador en sentido estricto, ya que su principal actividad reside en la comercialización de su cadena de resorts de alta gama. Desde 2004, Club Med se ha posicionado como líder en el todo incluido de alta gama, destinado a familias y parejas, y a diferencia de los turoperadores anteriormente mencionados, todavía dispone de un importante volumen de negocio en canales offline.

En el ámbito del turismo de lujo cabe hacer mención a Caractère, que aunque no se encuentre entre las empresas con mayor volumen de negocio, se trata de una marca de referencia para el turismo de lujo en Bélgica. Agencia de viajes a medida, es especialista en vacaciones exclusivas en el sur de Europa.

BCD Holdings y American Express Co se dedican principalmente a la gestión de viajes corporativos y ambos grupos poseen un conjunto de marcas. El grupo BCD posee BCD Travel, para la gestión de viajes de negocios, junto con BCD Meetings & Events, y es también propietario de BudgetAir.be y Cheaptickets.be, dos metabuscadores en el mercado belga. Por otra parte, American Express adquirió en 2021 Egencia (de Expedia), una de las plataformas líderes en la gestión de viajes corporativos online.

Es de especial relevancia la presencia de operadores y plataformas de reservas online en el ranking de la intermediación turística belga. Booking.com, líder de las plataformas de viajes digitales, es un metabuscador de reservas de alojamiento turístico. eDreams y Expedia proponen vuelos, alquiler de coches, hoteles, seguros de viaje y la posibilidad de seleccionar la fórmula vuelo+hotel (paquetes turísticos). Esta última perteneciente a la compañía Expedia Group, que también posee las marcas Hotels.com (metabuscador de alojamiento hotelero) y Ebookers.com (metabuscador multiproducto), así como una importante parte B2B.

El sector belga de la distribución turística está representado por Connections, empresa 100% belga que cuenta con 23 agencias distribuidas en todo el país, y a través de las cuáles comercializa, junto con su portal de reservas online, circuitos turísticos principalmente fuera de Europa.

SECTOR DE LA PRODUCCIÓN

6

Situación actual

En términos de cuota de mercado B2B, los datos que se muestran a continuación se basan en una muestra del 10% del total de las compañías del sector turístico belga, de la que se obtienen los siguientes resultados:

	Cadena/cooperativa	Cuota de mercado
1	TUI	22-30%
2	Corendon	3-6%
3	Expedia	1-3%
4	Msc Cruises	1-3%
5	Misterfly	0-2%
6	Travelworld	0-2%
7	Imagine	0-2%
8	Silverjet	0-2%
9	Pegase	0-1%
10	Live to travel	0-1%
11	Travel Sensations	0-1%
12	BT Tours	0-1%
13	FTI	0-1%
14	USA Travel	0-1%
15	Whings&Wheels	0-1%

Tabla 2 Cuota de mercado del sector de la producción turística en Bélgica.2024. Fuente: BTC. Elaboración propia.

Los grandes grupos que dominan la turoperación en Bélgica son TUI Belgium, Corendon, Expedia y Msc Cruises.

La marca TUI Belgium constituye el componente belga del grupo TUI y, como turoperador verticalmente integrado, es el líder indiscutible del sector de la producción turística en Bélgica, ofreciendo un portfolio de productos muy diversificado.

En 2015 TUI Belgium y TUI Netherlands se unieron bajo TUI Benelux. Actualmente ambas siguen operando de forma independiente en cada país aunque comparten un sistema de contratación centralizado y cooperan en diferentes áreas.

TUI Belgium abarca como turoperador las marcas TUI y VIP Selection, esta última enfocada en productos de gama alta y lujo y dirigida a un perfil senior, mientras que TUI engloba una variada oferta de productos dirigida al mercado de forma indiferenciada: paquetes turísticos multiproducto, deportes de invierno, citytrips, cruceros, vacaciones deportivas y tours alrededor del mundo entre otros.

En el área de distribución cuenta con las TUI shops, una red de agencias que suma 103 puntos de venta repartidos a lo largo del país, y en cuanto a compañía aérea, TUI Belgium opera desde 2004 como TUI fly. Con una flota de 36 aviones, es la única compañía en Bélgica que opera en todos los aeropuertos del país (Bruselas, Ostende, Charleroi, Amberes y Lieja). Ofreciendo un servicio de Airline Broker, TUI Ticket Shop actúa como intermediario entre la aerolínea y las agencias de viaje.

A gran distancia de TUI, la segunda posición en la tabla la ocupa Corendon, perteneciente a la compañía Corendon International Travel BV, fundada en Países Bajos en el año 2000. Actualmente también opera en Bélgica, Dinamarca y Alemania, mercado es los que dispone de una amplia oferta multiproducto que distribuye a través de sus portales online.

Corendon destina desde hace unos años grandes esfuerzos en el mercado B2B belga, a los que se deben a día de hoy el 20% de sus ingresos totales.[1]

Entre su portfolio de productos y servicios cuenta con su propia cadena hotelera y compañía aérea. La oferta de hoteles y resorts está compuesta de 11 complejos turísticos, uno de ellos en Ibiza, y Corendon Airlines realiza trayectos a Palma de Mallorca, Las Palmas, Fuerteventura, Tenerife e Ibiza, aunque ninguno de ellos es todavía accesible desde el Aeropuerto de Bruselas, único aeropuerto en el que opera la aerolínea en Bélgica (con destino Turquía). Su estrategia se basa en ofrecer precios competitivos en viajes vacacionales a destinos principalmente de sol y playa, entre los que destacan Turquía, Grecia y España.

El top 3 lo completan Msc Cruises y Expedia, este último operador que utiliza canales de distribución 100% online.

[1] El 80% de los ingresos que obtiene Corendon se debe a la venta online B2C de sus productos y servicios, el 20% restante resulta del mercado B2B en el que actúa mediante contacto directo y presencial con las agencias. Fuente: Volumen de ingresos obtenidos por medios digitales sobre volumen total de ingresos. BTC (2024).

Expedia es un agente virtual que distribuye sus productos y servicios entre las agencias de viaje mediante TAAP (Expedia Travel Agent Affiliate Program), un motor de reservas para agentes que da acceso al catálogo global de alojamientos, paquetes turísticos, transportes, coches de alquiler y actividades, y que forma parte de Expedia Partner Solutions (EPS).

Msc Cruises forma parte de la compañía MSC Group, que dispone de una cartera de negocios diversificada, entre la que se encuentra la línea de cruceros. Msc Cruises cuenta con 22 navieras y ofrece prestaciones de gama media/alta destinadas principalmente a familias y parejas. Entre su amplia oferta de rutas alrededor del mundo, España cuenta con 7 puertos de embarque que forman parte de sus itinerarios: Barcelona, Valencia, Málaga, Tarragona, Alicante, Palma de Mallorca y Tenerife.

Otros operadores que participan en el sector de la producción con un porcentaje menor de cuota de mercado y que cabe mencionar son MisterFly agencia de viajes que negocia directamente con los proveedores de servicios (compañías aéreas, plataformas hoteleras) para posteriormente distribuir sus productos turísticos a bajo precio y mediante un software innovador; Pegase y Silverjet, que ofrecen servicios exclusivos y paquetes turísticos de lujo; Travel Sensations, Imagine y Travelworld, especializadas en viajes de larga distancia, al igual que BT Tours, aunque ésta última dirigida exclusivamente a público francófono; y Live to Travel, especializada en viajes a África.

SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN

Situación actual

En la actualidad, el sector de la distribución belga cuenta con 1.709 puntos de venta y 1.424 compañías, de las cuales un 90% son pequeñas empresas (hasta 4 trabajadores).

El número de empresas en el sector sigue una tendencia negativa desde el año 2000, en el que se contaba con más de 2.000 puntos de venta, cifra que disminuye a 1.377 en el año 2010 y a 1.354 en 2020.

Tras un duro reajuste del sector en 2013, con una mayor incidencia en la región de Flandes, las agencias de viajes volvieron a crecer hasta sufrir el impacto de la crisis del coronavirus. Como consecuencia, el número de puntos de venta pasó de 1.666 en 2019 a 1.508 en 2023. El número de agentes activos en el sector se estima a día de hoy en 6.500 frente a los 10.000 que existían antes de 2020, según datos de la BTC y STATBEL.

La desintermediación, el aumento del uso de internet y la aparición de compañías low-cost son las principales razones que explican esta tendencia negativa en el número de agencias de viajes, si bien la mayoría de las compañías con mayor cuota de mercado en Bélgica son OTAs (Booking.com, eDreams, Expedia) o grandes operadores que

comercializan de forma directa a través de sus portales de internet (TUI Belgium, Corendon, Sunweb).

Las agencias de viajes han sobrevivido a la crisis del coronavirus, e incluso se han visto reforzadas con un repunte de reservas con seguro de viaje, pero se encuentran en un punto difícil, ya que la falta de personal y la desintermediación a consecuencia de la digitalización suponen una amenaza en el corto y medio plazo. En cualquier caso, se observa una tendencia de recuperación del número de empresas tras la pandemia.

Puntos de venta y cuota de mercado

Flandes representa el 62 % del total de puntos de venta en 2024, Valonia el 25% y Bruselas-Capital el 13%, un porcentaje relativamente alto en comparación con el tamaño de la región, y que podría explicarse por el importante número de agencias de viajes étnicas que se encuentran en la ciudad de Bruselas debido la alta diversidad entre la población.

A continuación se muestran las principales cadenas/cooperativas de distribución en Bélgica:

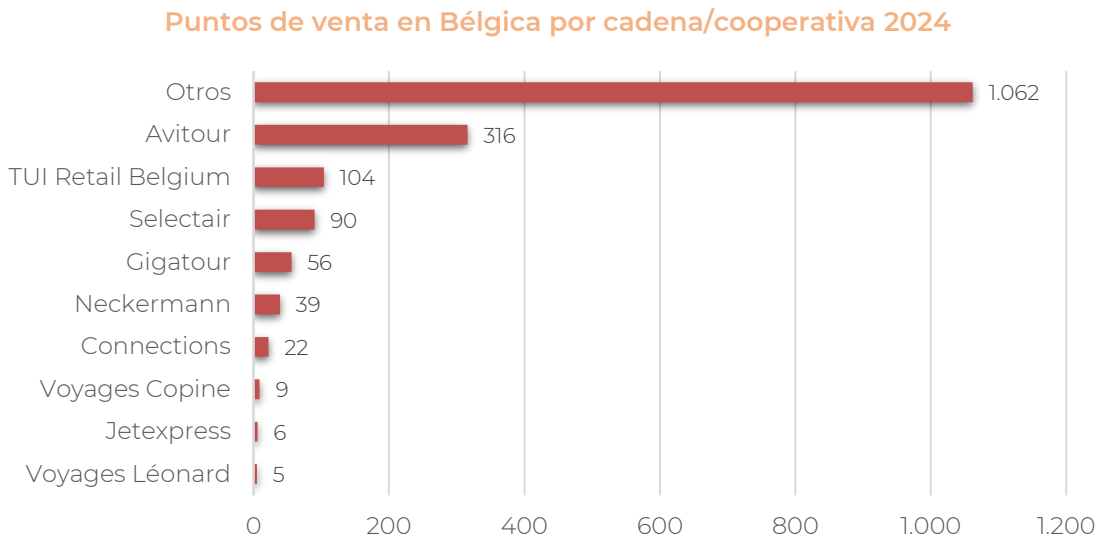

Ilustración 1 Puntos de venta en Bélgica por cadena/cooperativa en 2024. Fuente: BTC. Elaboración propia.

Se observa un fuerte crecimiento de unidades de negocio sin empleados (67% del total), a costa de las pequeñas agencias de viajes (1-4 trabajadores), que representan el 23% del conjunto del sector de la distribución en Bélgica. Para no perder su independencia, éstas se agrupan en cadenas o cooperativas como Avitur (líder del mercado), Gigatour o Selectair, siendo a día de hoy la práctica habitual, ya que apenas se encuentran agencias de viajes que sigan operando al margen de una agrupación.

Las agencias de viajes con mayor presencia en el territorio belga son las que corresponden al grupo Avitour, con 316 puntos de venta en el país (18,5% del total) , y que resulta ser a su vez, líder en cuota de mercado del sector de la distribución.

Avitour es una red de agencias de viajes independientes que reúne un total de 180 compañías, de las cuales 163 son pequeñas agencias independientes. El resto corresponde a las compañías Del-Tour, Generaltour, RTK Travel Center, Travel Experts y Uniglobe (que tienen, a su vez, diferentes filiales)

Con la misma tipología que Avitour se encuentran los grupos Selectair y Gigatour, que cuentan con 90 y 56 agencias respectivamente. Selectair reúne agencias de viajes independientes que se distribuyen por todo el país (aunque principalmente en la provincia de Flandes), mientras que Gigatour agrupa las de habla francesa. Con el objetivo de dirigirse a un turista exclusivamente francófono, su red de agencias se distribuye entre las regiones de Valonia y Bruselas-Capital.

Con 104 TUI Shops, TUI Belgium dispone de una amplia señalización en el país, además de obtener la segunda cuota más alta del mercado de distribución. Si bien es cierto que la compañía avanza hacia un modelo de reservas más digitalizado, su presencia en puntos de venta y su importancia en este sector es todavía significativa e indiscutible.

Neckermann opera con 39 agencias de viajes, procedentes de Thomas Cook (que antes de la quiebra eran más de 100); Connections con 22; Voyages Copine con 9 (Namur); Jetexpress con 6 (Bruselas y Tournai) y Voyages Léonard con 5.

Las cadenas/cooperativas anteriormente mencionadas representan el 42% de presencia en el territorio y reúnen el 70% de la cuota de mercado del sector de la distribución (en términos de facturación).

COMERCIALIZACIÓN ON LINE

Situación actual

En la actualidad, el porcentaje de hogares belgas que disponen de acceso a internet continúa creciendo hasta superar en el 95% en 2023. Según datos del BeCommerce Market Monitor, el gasto en compras online en Bélgica en 2024 ha aumentado un 6,7% con respecto a 2023, alcanzando la cifra de 17,4 millardos de euros.

En cuanto a las compras online de servicios, los viajes organizados se sitúan claramente a la cabeza de las compras online, con 4 millardos de euros. En 2024, el gasto en viajes organizados aumentó un 14% respecto a 2023. Las compras online de billetes de avión y alojamiento representan 2.300 millones de euros (+9,5% respecto a 2023).

El aumento del uso de internet se extiende a todas las etapas del viaje: inspiración, recogida de información, comparación (metabuscadores), reserva y disfrute del viaje.

Según datos de la agencia THX, la página web de los turoperadores constituye la segunda fuente de inspiración de ideas de viaje para los belgas, tras las recomendaciones de amigos y familiares.

Por otro lado, según datos de la BTC, el 29% de la población utiliza las redes sociales como fuente de inspiración para planificar sus vacaciones, porcentaje que aumenta en la Generación Z (39%). Las redes sociales más populares como fuente de ideas de viaje son Instagram (40%), Facebook (33%) y TikTok (25%), redes que posteriormente son utilizadas para compartir las experiencias vividas tanto durante el viaje como a la vuelta del mismo.

En cuanto a la reserva de los servicios, y según el informe publicado por ABTO, en 2024 el 68% de las reservas de alojamiento se realizaron vía online (disminución de tres puntos porcentuales respecto de 2023), mientras que para el transporte este porcentaje fue de un 56% (decremento de cinco puntos porcentuales).

Digitalización del sector

El aumento de la comercialización de productos y servicios turísticos online es una tendencia que viene seguida y determinada por la ampliación de la oferta turística en internet. Las empresas tradicionales han invertido recursos en sus plataformas online de reservas, tanto las del sector de distribución como los propios establecimientos hoteleros y otros proveedores de servicios turísticos, y se ha incrementado el número de portales de reservas online y metabuscadores.

A continuación se muestra la evolución que en los últimos años ha experimentado el volumen de ingresos obtenidos por medios digitales sobre el volumen de ingresos total en las empresas más representativas del sector turístico belga:

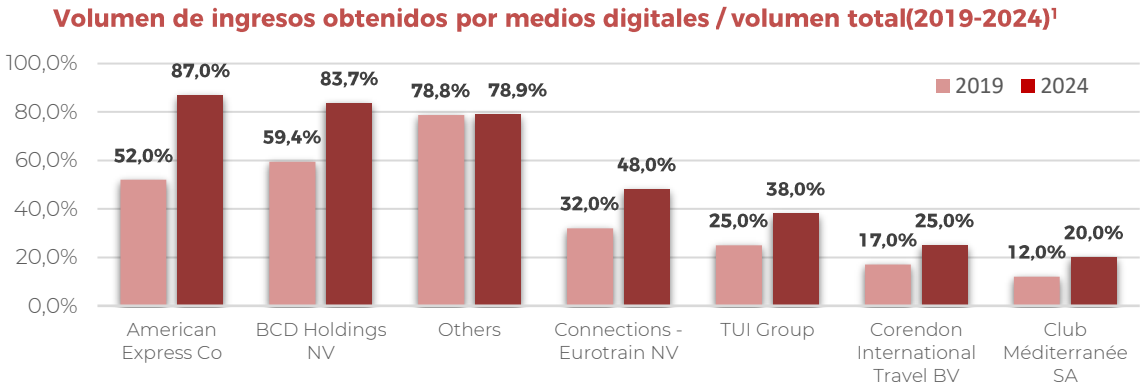

Ilustración 2 - Volumen de ingresos obtenidos por medios digitales sobre volumen total de ingresos. Fuente: BTC. Elaboración propia.

[1] No se muestran las compañías que desde su formación operan con marcas 100% digitales: Booking.com, Sunweb, eDreams y Expedia.

La transformación digital de las grandes empresas es indiscutible. En la actualidad, la mayor parte de sus ingresos se obtiene mediante canales de venta online, a diferencia de las empresas más pequeñas del sector, que en lugar de haber evolucionado en este sentido, han perdido volumen de venta por medios digitales siendo, como se indicará en el siguiente sub-apartado, su cuota de mercado online llamativamente baja (25,9%).

Las 6 compañías con mayor cuota de mercado del sector turístico belga obtienen gran parte de sus ingresos, a través de medios online: TUI Group (38%), BCD Holdings (83,7%), Booking Holdings (100%), Sunweb Group International (100%, eDreams (100%) y Corendon International (25,0%). Cabe destacar que esta última distribuye sus productos al turista de forma 100% online, pero la parte B2B la realiza de forma presencial.Por otra parte, el aumento de 24,4 puntos porcentuales en las ventas online en el período estudiado de BCD Holdings se explica, entre otros factores, por la adquisición en 2020 del grupo Travix, con las marcas BudgetAir y CheapTickets, dos metabuscadores del mercado belga.

Plataformas de reservas y contratación online

A continuación se muestran las compañías con mayor cuota de mercado de turismo online:

	Marca	Cuota de mercado
1	Booking Holdings Inc	24,2%
2	TUI Group	6,9%
3	BCD Holdings NV	6,3%
4	Corendon International Travel BV	4,0%
5	eDreams ODIGEO SA	3,8%
6	Sundio Group International GmbH	3,1%
7	Expedia Group Inc	2,5%
8	American Express Co	1,1%
9	Connections - Eurotrain NV	1,0%
10	Club Méditerranée SA	0,4%
	Otros	46,8%

Tabla 3 Cuota de mercado - Valor de las transacciones en internet.
Fuente: BTC. Elaboración propia.

Booking Holdings Inc es el líder del mercado de turismo online con su plataforma Booking.com de alquiler de alojamientos online.

En segundo lugar se sitúa TUI Group, con su plataforma de reservas de servicios y paquetes turísticos TUI.be, su página web directa de reservas de vuelo TUI Flight y los servicios que proporciona al sector B2B, a través de TUI Ticket Shop.

En tercer lugar se encuentra BDC Holdings NV (BCD Travel, BudgetAir, Cheaptickets), seguido por Corendon International Travel BV, eDreams, Sundio Group y Expedia.

El papel de las OTAs ha aumentado considerablemente, si bien, al invertir más las empresas tradicionales en sus portales de reservas online, sus cuotas de mercado se han visto ligeramente reducidas.

Según ABTO, las plataformas más utilizadas en 2024 por los belgas para la reserva online del alojamiento fueron las páginas web de los hoteles (36%), Booking.com (29%), y Airbnb (10%). Otros proveedores de estos servicios son Expedia (1%), Hotels.com (1%) y Trivago (1%).

En cuanto al transporte, las reservas de billetes de avión online se realizan en su mayoría directamente en la página web de la aerolínea: Brussels Airlines (25%), Ryanair (24%),) y TUI fly (10%), como también ocurre en el caso de las reservas de billetes de tren.

ASOCIACIONISMO EN EL SECTOR

Principales asociaciones en Bélgica

El ámbito turístico belga cuenta con un gran número de agentes representados por diferentes asociaciones.

A continuación se hace referencia a las principales.

ABTO - Asociación de Tour Operadores Belgas

Creada en 1973, ABTO se ha convertido en la principal asociación profesional de agentes turísticos en Bélgica, así como en uno de los actores más importantes e influyentes del sector turístico del país. Entre sus miembros se encuentran 22 organizadores de viajes que representan más de 45 marcas y suponen el 85% del mercado.

Las empresas turísticas que no son agentes turísticos en sentido estricto pueden afiliarse como miembros asociados. 50 organizaciones forman parte de ABTO en esta condición, entre ellas oficinas de turismo, compañías aéreas, organizaciones de transporte, compañías de seguros y otros proveedores de servicios.

La asociación cuenta con representación en el Comité de Disputas de Viajes, la Federación de la Industria del Turismo (FTI), el Fondo de Garantía de Viajes, la Red Belga de Viajes (BTN) y el Consejo Superior de Trabajadores Autónomos. En Europa, la ABTO representa a sus miembros en la European Travel Agents & Tour Operators(ECTAA).

En colaboración con GfK, la ABTO publica mensualmente el Informe de Tendencias de Viajes sobre el comportamiento de los consumidores belgas.

FBAA - Federación Belga de Operadores de Autobuses y Autocares

El sector de los viajes y excursiones en autobús tiene especial relevancia en Bélgica, ya que debido a su posición geográfica colindante con 4 países, las excursiones de día o viajes de corta duración a los países vecinos son una práctica muy común.

Fundada en 1928, la FBAA . Es la única organización profesional federal para el sector del transporte público por carretera, y representa a más del 90% de las empresas privadas que prestan servicios de transporte de viajeros en autobús y autocar. Cuenta actualmente entre sus miembros con 300 empresas, 12.500 empleados y 11.500 conductores

Dada la estructura institucional belga, la FBAA cuenta con dos consejos comunitarios: el Conseil francophone des exploitants d'autobus et d'autocars (CFA) y el Vlaamse raad van autobus- en autocarondernemers (VRA).

UPAV – Unión Profesional de Agencias de Viajes francófonas (Valonia y Bruselas)

La Unión Profesional de Agencias de Viajes Francófonas (UPAV) fue fundada en 1937 en defensa de la profesión de agentes de viajes francófonos, así como para su representación a diferentes niveles tanto en el sector público como en el privado.

Actualmente cuenta con 145 miembros, representando 370 puntos de venta en Valonia y Bruselas.

La UPAV es el interlocutor de la administración pública para la elaboración de textos legislativos y reglamentarios que rigen la profesión: Comité Técnico, Fondo de Garantía, Comisión de lo Contencioso, Ministerio de Hacienda (SPF Finance), y Ministerio de Economía (SPF Economie).

VVR –Unión Profesional de Agencias de Viajes flamencas (Flandes)

La Asociación Flamenca de Agencias de Viajes (VVR) fue fundada en 1975 y representa a las agencias de viajes y tour operadores del norte del país. Está considerada como la asociación homóloga de la UVAP y cuenta actualmente con más de 600 miembros, con más de 1.000 puntos de venta y un 75% de las agencias y touroperadores flamencos.

La VVR tiene reconocimiento internacional como miembro activo de la UFTAA (United Federation of Travel Agents Associations).

BTC – Belgian Travel Confederation

La Belgian Travel Confederation (BTC) fue creada en octubre de 2021 por las dos asociaciones regionales de las agencias de viajes belgas, la UPAV y la VVR, con el objetivo de crear un organismo que representase al sector de forma unificada.

A raíz de la crisis del coronavirus y debido al fuerte impacto que esta ocasionó en el sector del turismo belga, surgió la BTC como representante y voz de las agencias de viajes de todo el país frente al gobierno, las instituciones y la prensa. A través de las consultas con las instituciones a nivel regional y federal, y con la contribución de las empresas más importantes de la industria, se contribuyó a la supervivencia del sector, que contaba con 10.000 empleos antes de la crisis reducidos a poco más de 6.500 en la actualidad.

Sus funciones hoy en día son la formación continua del sector, la sostenibilidad, la clasificación de las agencias y la recopilación de datos a nivel nacional.

ANTOR BELUX – Asociación de representantes de las Oficinas de Turismo Extranjeras establecidas en Bélgica y Luxemburgo.

Fundada en 1948, entre sus objetivos se encuentra el intercambio de opiniones sobre asuntos comunes, y sobre los intereses del turismo en general. Además, negocia condiciones particulares con organizadores de ferias, procede intercambios con asociaciones profesionales y aeropuertos, y realiza compras de estudios de mercado. Presta especial atención a la relación con los periodistas del ámbito turístico y con los medios de comunicación especializados.

ANEXO:

GRAFICOS, TABLAS Y MAPAS

Anexo 1. Evolución de las compañías de distribución y puntos de venta en Bélgica.

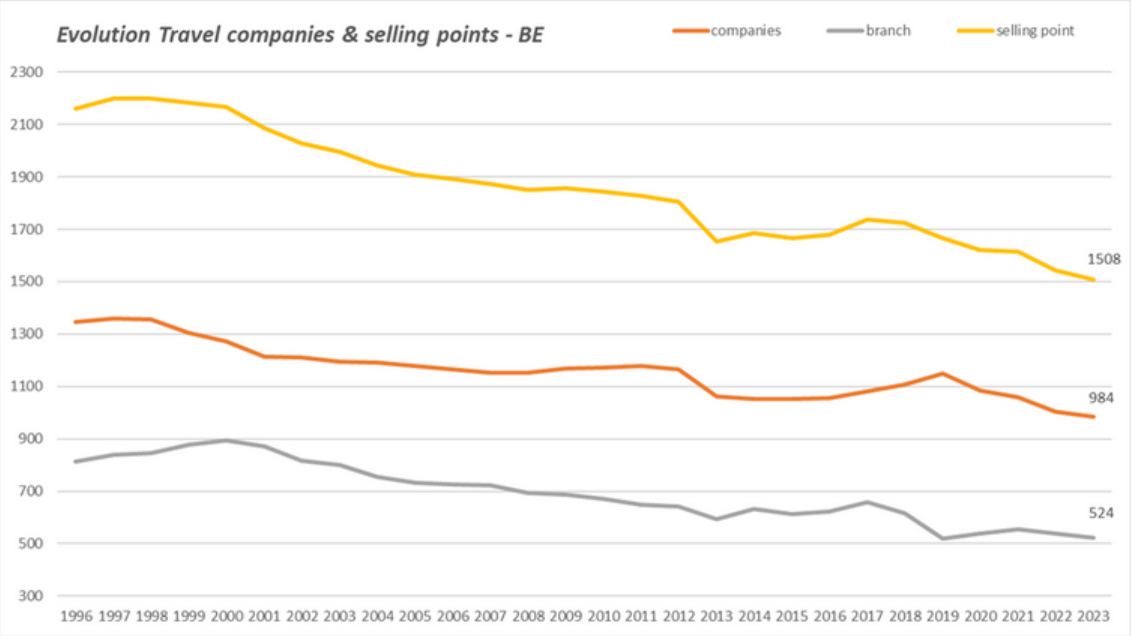

Ilustración 2 Evolución de las compañías de distribución y puntos de venta en Bélgica 1996-2023. Fuente: GFG-Fondos de Garantía, 2023

Anexo 2. Evolución de las empresas por número de empleados en Bélgica.

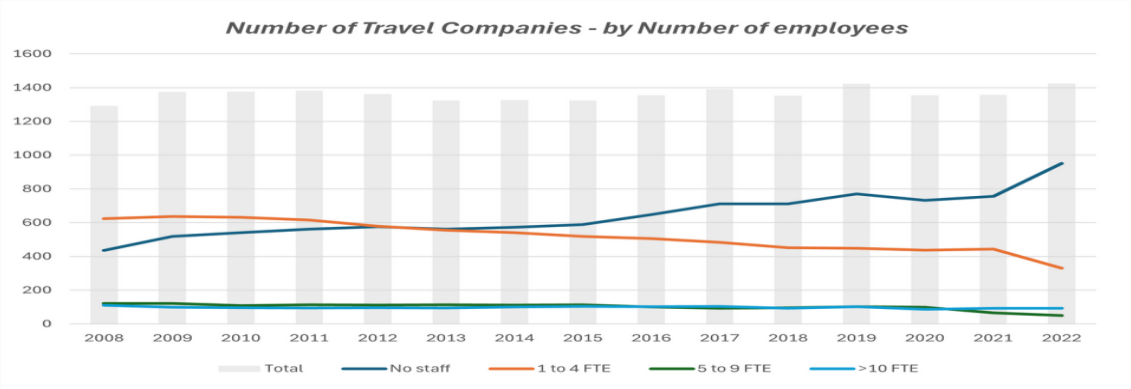

Ilustración 3 Evolución de las empresas por número de empleados en Bélgica 2008-2022. Fuente: GFG-Fondos de Garantía, 2024

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO
SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO
TURESPAÑA