

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



3.

NORUEGA 2025 Estructura del Sector Turístico

TABLA DE CONTENIDO

Datos clave

Sector de la producción

Sector de la distribución

Comercialización on line

Asociacionismo en el sector

DATOS CLAVE

Según el Instituto Noruego de Estadística (Statistisk Sentralbyrå, SSB ¹) en 2024 los operadores y agencias de viajes Noruega contaban con unos 5486 empleados (5438 en el 2023, 4868 en el 2022 y 4331 en el 2021) y una facturación en el 2023 de 81.800 de millones de coronas noruegas (NOK).

Las 40 principales agencias turísticas noruegas por cifra de ingresos de explotación de 2024 (algunas de 2023) y en miles de NOK son los siguientes:

Nr	Navn på reisebyrå	Driftsinntekter (1 000 NOK)	År
1	Ving Norge AS	4 346 626	2024
2	Tui Norge AS	2 774 231	2024
3	Der Touristik Nordic AB	1 997 096	2023
4	Brakar AS	955 066	2023
5	ESCAPE TRAVEL AS	453 647	2024
6	Hurtigruten Svalbard AS	387 044	2023
7	Escapeaway AS	372 488	2024
8	Berg-Hansen Reisebureau AS	370 539	2023
9	American Express Global Business Travel	320 469	2023
10	Nordic Gateway AS	288 622	2023
11	Fjord Tours AS	267 294	2023
12	Ticket Feriereiser AS	249 316	2023
13	KILROY Norway AS	236 974	2023
14	Vitus Reiser AS	236 818	2023
15	Dag Aasbø Travel AS	225 459	2024
16	6. Sans Event AS	222 572	2024
17	Tss Travel Service Scandinavia AS	194 263	2023
18	GotoGate	185 823	2023
19	Travelstart	185 823	2023
20	Supersaver	185 823	2023
21	Haman Travel AS	165 460	2023
22	Air Ticket AS	165 038	2023
23	Select Collection (Select Travel AS)	156 446	2023
24	ATPI Norway AS	120 777	2023
25	Aller Travel AS	119 811	2023
26	G Travel AS	117 345	2023
27	Din Tur AS	109 004	2023
28	Egencia Norway AS	106 642	2023
29	LAPOINT TRAVELS AS	101 298	2023
30	DMC Norway AS	99 109	2023
31	VisitOSLO AS	98 442	2023
32	Balslev AS (Expert Reiser)	97 891	2023
33	Flygflex AS	95 683	2024
34	FCM Travel Solutions	94 125	2024
35	Solgården SA	90 024	2023
36	Bennett Norway (Asker Reisebyrå AS)	87 126	2023
37	Revy & Teaterservice AS	86 869	2024
38	Becuriou AS	84 500	2023
39	AmiSol Travel AS	79 619	2023
40	Traveldesign AS	78 154	2023

Fuente: Proff.no Hemos realizado una búsqueda entre las agencias más relevantes y, a partir de ella, elaborado un listado con las 40 principales según su volumen de ingresos de explotación.

De acuerdo con los resultados de la cuenta satélite del turismo de 2021, última publicada por SSB.no, la industria del turismo en Noruega representó el 3 % del PIB

¹ Número de empleados en el sector turístico (tabla 13470) y facturación de las agencias en la tabla 12910

Continental (llamado así por excluir los sectores del petróleo y de cabotaje), ocupó al 6,6% (en el 2020; 6,8%) de la población activa de las industrias “continentales”. El consumo turístico aumentó respecto del año anterior con un 10,6 %, representando el consumo efectuado por los no residentes un 12,6 % del total. El consumo turístico supuso un 7,4 % del consumo total de los hogares.

ESTRUCTURA DEL SECTOR

A la hora de caracterizar y clasificar a los **operadores turísticos** que integran el sector en el mercado noruego, nos encontramos con ciertas dificultades que son comunes a casi todos los mercados.

Partiendo de la definición que la Organización Mundial del Turismo (OMT) dio en 1998, “los operadores turísticos son aquellos agentes que participan en la actividad turística en calidad de intermediarios entre el consumidor final (el turista o la demanda turística) y el producto turístico (bien, servicio o destino turístico) aunque pueden extender su acción intermediadora al resto de la oferta complementaria (restaurantes, hoteles, conjunto de oferta de alojamiento, etc.)”, podríamos diferenciar dos tipologías claras, con funciones teóricamente muy diferentes: los **turoperadores** y **las agencias de viajes**. Los primeros constituirían el sector de la Producción y los segundos, el de la Distribución. A esta clasificación habría que añadirle las Plataformas Online.

5

Las **agencias de viajes** tienen como función principal la intermediación con el cliente final, ofreciendo los servicios de determinados proveedores o de turoperadores.

Por el contrario, los **turoperadores** ofrecen productos y servicios turísticos que ellos integran a partir de los servicios que contratan a proveedores de servicios básicos (transporte, alojamiento, excursiones, guías, etc.). Pueden ser mayoristas, si trabajan exclusivamente con agencias de viajes o mayoristas/minoristas si su oferta también esté disponible para el público en general. Y es en ese papel de minorista, en el que la mayoría de los turoperadores han entrado, donde más difícil es captar las diferencias con las agencias de viajes tradicionales.

Además, dentro de los turoperadores solíamos distinguir a los **turoperadores chárter** de los que no lo eran. Los primeros contaban con una aerolínea propia (o integrada en su grupo empresarial) con la que configuraban la mayor parte de los paquetes que sacaban al mercado, mientras que los segundos compraban a aerolíneas de terceros (comerciales) los asientos que necesitaban para sus paquetes.

Sin embargo, la evolución del sector aéreo ha ido haciendo que las flotas propias de los turoperadores chárter hayan ido reduciendo su tamaño notablemente –cuando no desapareciendo–, por lo que el porcentaje de vuelos propios en el volumen total de paquetes ofrecido ha ido descendiendo a niveles menos significativos e, incluso, haya desaparecido totalmente en algún caso.

Aun cuando podemos colegir entonces que esta denominación de turoperadores chárter no es muy sostenible a la vista de lo descrito, son las propias compañías las que se siguen autodenominándose así, por lo que mantenemos en este estudio esta nomenclatura “tradicional”.

Dentro del sector de la distribución, hemos considerado de forma independiente al grupo de las Plataformas de reservas y de comercialización online por sus características especiales. En sus orígenes, el elemento más característico para su consideración independiente era el de la comercialización online, pero ya no es posible tal cosa, habida cuenta de que es este canal de ventas el principal para el resto de actores del sector. Sin embargo, este grupo queda justificado por la presencia en él de los *metabuscadores* y de las OTA (Online Travel Agency).

Otra dificultad añadida es la propia dinámica empresarial de integración de empresas y servicios. Con el fin de optimizar los resultados, las compañías van adquiriendo otras agencias u operadores. Esto les permite completar el catálogo de productos o abrirse a otros modelos de negocios en los que no estaban presentes. Desde el punto de vista de la clasificación de las empresas, estas fusiones y/o absorciones dan lugar a conglomerados en los que podemos encontrar partes de naturaleza muy distinta lo que dificulta la inclusión de estas empresas en una u otra categoría.

6 Como elemento disruptor, se observa en el mercado noruego que los operadores se están preparando para un cambio verde. Las agencias más importantes están empezando a cambiar su forma de trabajar para prepararse para un futuro de turismo sostenible. Venir que operar de manera sostenible es cada vez más importante para la competitividad futura. Según el estudio realizado por Virke "Roadmap for a more sustainable tourism", ya en 2017 un 23% de la población noruega señaló a la preocupación por el medioambiente como un factor importante a la hora de elegir el producto y destino de sus vacaciones; un par de años después ese número había aumentado al 33%. En el 2024 esta cifra ha llegado a ser el 42%.

Un estudio realizado en 2025 por la agencia de viajes TICKET revela, sin embargo, que mientras en sus encuestas de 2019 un 18 % de los encuestados afirmaba ser consciente de los temas medioambientales durante sus viajes, en 2025 esta cifra se ha reducido al 6%. Según TICKET, la razón principal son los elevados precios de los viajes. Cuanto más aumentan estos costes, menos importancia concede el viajero noruego a la sostenibilidad.

Según su estudio, el precio parece jugar un papel muy importante en los planes de viaje de los noruegos para 2025. El 45 % opina que una bajada de precios en billetes de avión y el 40 % en alojamiento los animaría a viajar más este año.

SECTOR DE LA PRODUCCIÓN

El sector de la turoperación en Noruega se caracteriza por la concentración, con unos pocos operadores que acaparan la mayor parte de la cuota de mercado.

Como señalamos más arriba, dentro del sector de la Producción podemos distinguir dos grandes grupos de operadores turísticos: los operadores de chárter y los que trabajan con vuelos regulares.

Los principales **operadores chárter** han dispuesto hasta ahora de compañías aéreas propias (como Sunclass Airways -grupo NLTG-, TUI Fly Nordic, Novair). Sin embargo,

observamos que estos operadores cada vez disponen de menos aviones propios y que, en su lugar, contratan aviones de otras compañías, como SAS, Norwegian, Widerøe y Braathens Regional.¹

Los operadores chárter dominan el mercado vacacional noruego. La mayor parte de la cuota de mercado se concentra entre Ving, TUI y Apollo. Según los datos de Apollo recogidos este año, la compañía ha registrado un aumento del 20 % en sus paquetes chárter en comparación con el 2024. Vivieron una situación similar durante la pandemia. En tiempos de incertidumbre, los turistas tienden a optar por soluciones seguras y flexibles, como las que ofrece un paquete chárter.

Los operadores chárter cuentan con una estructura muy pequeña en Noruega. Es en Dinamarca y, sobre todo, en Suecia donde estas compañías concentran los departamentos de gerencia, producción y promoción (cuando no en RU, como sucede con TUI)

Desde hace algún tiempo, estos operadores se han enfrentado a problemas derivados de la sobreoferta existente y de la competencia que supone el incremento de vuelos regulares de bajo coste. Por esta razón, en los últimos años hemos observado una reducción en capacidad entre los operadores chárter del país.²

Otra tendencia del mercado que se ha desarrollado a lo largo de varios años es la del *paquete dinámico*: los consumidores pueden “paquetizar” o componer sus propios viajes en internet. Por esta razón, alguno de los operadores está afrontando el desafío de la renovación y modernización del propio concepto chárter, intentando combatir la imagen de producto despersonalizado y masivo con un enfoque más personal. El resultado es que los operadores chárter también organizan viajes en rutas regulares y que muchas de las agencias de viajes no solamente venden paquetes por parte de terceros, sino también paquetes propios.

Por su parte, los operadores que trabajan con vuelos regulares ofrecen, en la mayoría de los casos, paquetes personalizados y no paquetes preestablecidos.

OPERADORES CHÁRTER

Los principales operadores chárter del mercado son Ving, TUI y Apollo.

VING

Nordic Leisure Travel Group vende paquetes vacacionales desde Suecia, Dinamarca, Noruega y Finlandia. El grupo incluye los operadores turísticos Ving Norge, Ving Sverige, Globetrotter, Spies, Tjäreborg, la compañía aérea Sunclass Airlines y la empresa hotelera Hotels & Resorts, que incluye sus propias cadenas hoteleras Sunwing Family Resorts, Ocean Beach Club y Sunprime Hotels. El grupo vende alrededor de 1.325.000 paquetes vacacionales al año.

¹ Braathens Regional es una empresa sueca, aunque de origen noruego, que fue contratada por un periodo de 3 años para volar con los clientes chárter de Ving a partir de 2023; este acuerdo está creando problemas a Ving, lo que limita su capacidad; Apollo ha extendido su acuerdo con SAS, desde verano de 2025 a 2027, por importe de 4500 M SEK, para cubrir sus viajes chárter...

² Para la temporada de este verano 2025, la capacidad de los grandes operadores es similar o ligeramente inferior a la del año pasado en chárter puro. La capacidad en paquete dinámico en alguno es ligeramente superior a la de años previos.

El grupo Ving tiene un modelo de negocio que implica que sus turoperadores, aerolíneas y hoteles están plenamente integradas, y los cuatro países nórdicos trabajan juntos y de la misma manera. Ving es un organizador de vacaciones que organiza viajes combinados con vuelos y hoteles propios, vende viajes combinados flexibles con vuelos regulares, paquetes de cruceros y billetes de avión y alojamiento en hoteles individuales.

Ving fue fundado en el 1970 y es el operador de viajes más grande de Noruega. En el 2025 ofrecen unos 170 destinos repartidos por 60 países y tiene 50 empleados en la sede en Noruega.

Ving Norge se considera como un operador de viajes integral; los viaje chárter representan “sólo” una parte. La oferta restante se ofrece en vuelo regular: grandes ciudades, destinos lejanos o destinos típicos de sol y playa en el Mediterráneo. Ofrecen además paquetes con cruceros, o con entradas de partidos de fútbol, viajes de entrenamiento, viajes de golf y viajes de conferencias y grupos.

Ving alcanza una cuota de mercado chárter en el 2025 de aprox. del 52% en invierno y 44 % en verano, siendo más alta en invierno porque ofrecen las Islas Canarias a gran escala en esta temporada.

Sus destinos más populares en el 2025 son, en invierno, Gran Canaria, Tenerife, Cabo Verde y Tailandia y en verano, Mallorca, Creta, Rodas y Chipre.

8

En España en el 2025 ofrecen Mallorca, Menorca, Ibiza, Barcelona, Madrid, Costa del Sol, Costa Blanca, Bilbao, C. Brava, C. Dorada, Valencia, Gran Canaria, Tenerife, Lanzarote, Fuerteventura y la Gomera.

Ving realiza, el 91 % de sus ventas a través de Internet, 5% por teléfono y 4% en agencias localizadas a lo largo de todo el país.

Turismo sostenible en Ving

Ving está muy involucrado en el tema medioambiental, algo que vienen haciendo desde los años 1990 cuando establecieron su primer consejo ambiental. Los Sunwing Family Resorts fueron los primeros en Europa en recibir la etiqueta ecológica de la UE, EU-Ecolabel. Hoy siguen las directrices de Travelife en todos sus hoteles de concepto propio.

Según la página web de Ving, alrededor del 90% de su huella climática proviene de sus propios aviones y de las operaciones de sus hoteles. Por lo tanto, es en estas áreas donde ponen el mayor esfuerzo y pueden lograr un cambio positivo. Entre sus retos, los más importantes son:

2025

- Uniformes del personal ecológicos en todas las unidades de negocio
- 65 % del volumen de alimentos y bebidas de producción local en los hoteles gestionados directamente
- Reducción del 25 % en el volumen de residuos por pernoctación procedente de restaurantes y bares en los hoteles gestionados directamente

Retos para el futuro:

2030

- Reducción del 30 % en la huella hídrica por huésped en los hoteles gestionados directamente
- Objetivo validado por la SBTi: reducción del 42 % en las emisiones de alcance 2
- Objetivo validado por la SBTi: reducción del 19 % en las emisiones de carbono procedentes de todos los vuelos operados directamente

TUI NORDIC

TUI Nordic se compone de TUI Noruega, TUI Dinamarca, TUI Suecia, TUI Finlandia, Nazar (en Suecia y Dinamarca) y la aerolínea TUIfly. El operador, que en los países nórdicos realiza toda su venta a través de internet (90%) o por teléfono/chat/app/tiendas de terceros (10%), tendrá en el 2025 una cuota de mercado aproximada del 26-28%. Cuentan con 26 empleados en la única oficina de Noruega.

9

Sus productos están divididos en diferentes categorías, entre las que se encuentran cruceros, viajes de esquí, viajes exóticos, viajes de larga duración, viajes a grandes ciudades, viajes de luna de miel, excursiones o viajes de grupos. Ofrece también viajes compensando el clima además de viajes temáticos a través de su marca Temareiser.

Tui ofrece viajes a 54 países en el 2025. En España, ofrecen 12 destinos; Gran Canaria, Fuerteventura, Lanzarote, Tenerife, Mallorca, Ibiza, Barcelona, Alicante, Madrid, Marbella, Málaga y San Sebastián.

Turismo sostenible en TUI

TUI ha emprendido su viaje más importante hasta la fecha: la reducción de sus emisiones. A más tardar en 2050, el objetivo del Grupo TUI es alcanzar la neutralidad de carbono en toda la empresa y en su cadena de suministro. Para lograr este objetivo, la compañía ha definido una estrategia ambiciosa y un plan de acción detallado para reducir las emisiones generadas por los vuelos, los hoteles y los cruceros. Sus metas han sido revisadas y aprobadas por la iniciativa Science Based Targets (SBTi), lo que garantiza su alineación con la ciencia climática más actualizada.

La estrategia de sostenibilidad de TUI se basa en tres pilares: Personas, Planeta y Progreso, y abarca quince áreas distintas dentro de su actividad empresarial. El objetivo es reducir de manera significativa el impacto medioambiental de TUI y maximizar los efectos socioeconómicos positivos en los destinos donde opera.

APOLLO

Apollo abrió sus puertas en Suecia en 1986 y en 1998 abrieron su primera oficina en Noruega. Comenzó a operar como empresa de viajes especializada en Grecia. A partir



del año 2001 formó parte del consorcio suizo The Kuoni Travel Group hasta 2015, cuando éste fue adquirido por DER Touristik, la división de viajes del grupo alemán REWE

Hoy son uno de los principales organizadores de viajes en los países nórdicos y, junto con la aerolínea Novair, los operadores especializados **Golf Plaisir** (en Noruega, Suecia, Dinamarca y Finlandia), **Lime Travel** (en Noruega, Finlandia y Suecia) y así como con los complejos deportivos **Playitas** forman **DER Touristik Nordic AB**. DER Touristik Nordic AB, con más de 900 empleados, vende cerca de un millón de viajeros anuales por todo el mundo. En el 2023 Apollo se lanzó en el mercado holandés. En la oficina en Oslo son 40 empleados.

Apollo ofrece viajes de chárter convencionales además de viajes compuestos por el propio cliente (paquete dinámico), incluyendo avión y alojamiento.

Apollo cuenta con una cuota de mercado del 27% del mercado chárter noruego en el 2025, vende principalmente viajes chárter a destinos de “sol y playa” y es líder del mercado en viajes a Grecia, Croacia y Bulgaria. En el 2025 ofrecen viajes a unos 42 países repartidos por todo el mundo y sus destinos españoles son además de las Islas Canarias y las Islas Baleares; Madrid, Barcelona, la Costa del Sol y la Costa Blanca. Son destacables en su operativa algunos complejo deportivo-vacacionales como el de Playitas en Fuerteventura. Sus destinos más importantes son en verano: Grecia, Croacia y España y en invierno las Islas Canarias, Hurgada y Madeira.

10

En el 2024 abren un nuevo hotel de deporte en Gran Canaria; Monte Feliz.

El 85% de su venta se realiza a través de su web, el 10% por teléfono y el 5% a través de agencias.

Además de sol y playa, el operador ofrece productos de “experiencias”, de grandes capitales, de turismo activo y para grupos.

Sostenibilidad en Apollo

La estrategia de sostenibilidad del Grupo REWE se centra en todas las áreas de negocio del grupo con el fin de crear y facilitar alternativas sostenibles en turismo y consumo. En el caso particular del operador, Apollo enfoca en sostenibilidad en todo el proceso del viaje: en casa, en el avión y en los destinos. El trabajo se centra en los derechos humanos, el cambio climático, los productos sostenibles y en tener una cadena de suministro sostenible.

- Aumento continuo de los requisitos de sostenibilidad para proveedores y socios.
- Trabajo activo para minimizar la huella climática.
- Colaboración con la industria para contribuir al desarrollo de una industria turística sostenible.

OPERADORES DE VUELOS REGULARES

A considerable distancia en lo que a tamaño se refiere, encontramos a los turoperadores “no chárter”, que utilizan vuelos regulares para conformar sus productos. Aquí ya comenzamos a ver un mayor grado de especialización.



ESCAPE TRAVEL GROUP

Escape Travel fue fundado en el año 2004 y se ha posicionado como el organizador más importante de vuelos regulares en Noruega, lo que le convierte en el cuarto operador más importante en Noruega, detrás de los tres operadores chárter. Ofrece viajes especiales de cruceros, viajes de ida y vuelta, viajes deportivos, viajes de coros y bandas musicales, viajes individuales, viajes activos, viajes de empresa y viajes a medida.

Escape Travel Group tiene su sede principal en Oslo. Aquí se encuentra el turoperador Escape Travel, que también incluye a Carpe Diem, Cruise.no, Solfaktor y Escapeaway."

- **Carpe Diem**, un operador de viajes para solteros.
- En enero de 2018 adquirió **Cruise.no**, empresa especializada en cruceros.
- **Solfaktor**. Es una agencia online enfocada totalmente a la venta de paquetes dinámicos. Pasó a formar parte de Escape Travel Group a finales de 2021, tras haber formado parte de Reisegiganten. Tiene representación en toda Escandinavia.
- **Escapeaway**. Es una agencia online fundada en el 1999. En el 2018 fue comprada por Escape y están presentes en los mercados de Noruega, Suecia y Dinamarca. La marca más conocida de Escapeaway es **Hideaways**, un producto enfocado a un público más sofisticado,

11

El operador forma parte del consorcio Braganza que también incluye la cadena de agencias de viajes Ticket, la aerolínea BRA y el zoo de Kristiansand. En 2014 se fusionó con Sabra Tours.¹

En el 2025 tienen programado unos 20 viajes en su catálogo a España. Son viajes de senderismo a los Picos de Europa, a la Sierra Nevada, el País Vasco, Gran Canaria y Andalucía. Además, organizan viajes de gastronomía al País Vasco y Andalucía, viajes culturales al País Vasco, viajes de vino a Jerez de la Frontera, viajes a las ciudades patrimonio y un viaje a Valencia. Para agosto 2026 han programado un viaje para ver el eclipse total de sol en España.

THE KILROY GROUP NORWAY

Kilroy es una empresa fundada en 1946 y especializada en servicios a medida y productos de calidad tanto como para jóvenes y estudiantes como para viajes, individuales y en grupo. Kilroy International A/S encabeza un grupo europeo de empresas que son líderes en viajes, asesoramiento educativo y estudiantes beneficios. Este grupo impulsa una serie de marcas en ocho mercados y emplea a más de 400 personas. Sus marcas son Benns, ISIC, Kilroy y Jysk, los tres primeros con presencia en Noruega. Ofrecen viajes de turismo activo, viajes de aventura, *roadtrips*, viajes a grandes ciudades, viajes para trabajar en granjas, viajes de voluntariado y viajes "vuelta al mundo". Ofrecen sobre todo viajes fuera de Europa; con España trabajan poco y los viajes que sí que ofrecen allí son principalmente para grupos escolares.

¹ Braganza es una sociedad de cartera propiedad de Per G. Braathen y su familia inmediata. Con sede en Suecia y Noruega, tiene varias inversiones importantes en la industria del transporte y el turismo, desde operadores, compañías aéreas, pasando por parques de atracciones, cruceros y arrendadores de aeronaves

El grupo tiene en total 20 agencias repartidas por 8 mercados en los países nórdicos, Gran Bretaña y Benelux. En Noruega tienen 20 empleados repartidos por las oficinas de Oslo y Trondheim.

VITUS:

Vitus fue fundado en el 2017 por Lasse Borch, Håvard Moldskred y fonde65 ferie, cuenta con una oficina en Straume y son 14 empleados. Está especializado en viajes activos y sociales dirigidos a personas adultas y mayores.

Cada año, ofrecen una amplia variedad de viajes a España, con productos muy diversos que. Organizan al año unos 1000 viajes de grupos y su destino más importante es Costa del Sol.

Otros productos y destinos son:

- **Estancias prolongadas** en destinos como la Costa del Sol, Costa Blanca, Costa Tropical, Costa Brava, Valencia, Tenerife, Gran Canaria y Mallorca.
- **Viajes activos** a enclaves como Sierra Nevada, Santiago de Compostela, Cataluña, Andalucía, La Rioja y el País Vasco.
- **Escapadas gastronómicas** en Cataluña.
- **Viajes culturales** a la Costa Blanca, La Rioja, San Sebastián, Pamplona, Cuenca, Madrid y Andalucía.

12

DAG AASBØ TRAVEL

Es una empresa de viajes de propiedad familiar que organiza viajes en Noruega, Europa y otros lugares del mundo. La empresa se estableció en 1983, pero han estado en el negocio de los viajes durante 3 generaciones desde la década de 1930. Son 20 empleados en su oficina de Sandefjord. La mayoría de sus ventase es a través de la página web (55%), el 40 % se hace por teléfono y el 5% en la propia tienda.

Organizan viajes para todo tipo de grupos (escuelas, asociaciones, coros, bandas u otros grupos) y uno de sus segmentos más importantes es el senior. Terminan su temporada en España en mayo y la retoman a mediados de septiembre. Sin embargo, durante abril, mayo, septiembre y octubre, los destinos más importantes —en orden de prioridad— son:

Costa Brava, Mallorca, Costa Blanca, Costa Dorada y Costa Cálida.

En el período de noviembre a marzo, los destinos principales son:

Costa del Sol, Costa Tropical, Costa Blanca y Gran Canaria.



SELECT COLLECTION

Select Travel fue fundado en 1992 como el primer operador nórdico dirigido al turismo de lujo, con vuelos en clase business y hoteles de alto estándar; en 2012 cambió su nombre por el de Select Collection. El Grupo se dirige a particulares, a empresas y a agencias de viajes. Desde sus 4 oficinas, de las cuales dos se encuentran en Noruega, una en Finlandia y otra en Suecia, ofrecen hoteles en más de 70 países, incluyendo hoteles para familias, hoteles para viajes de negocios, hoteles de golf, hoteles de luna de miel, hoteles resorts de esquí, hoteles de spa y cruceros de lujo. Ofrecen también viajes en trenes de lujo. En España ofrecen destinos como Mallorca, Ibiza, Marbella, Barcelona, Madrid, San Sebastián y Tenerife y hoteles de lujo como Hotel Arts y Hotel Mandarin Oriental en Barcelona, La Residencia en Mallorca y el Ritz-Carlton en Tenerife, entre otros.

En Noruega cuentan con 5 empleados

ALLER TRAVEL

Aller Travel fue fundada en el 2012 y es una agencia pequeña que pertenece a un importante grupo mediático, Aller Media AS, que a su vez pertenece 100% al grupo danés Aller Leisure. Su sede local está ubicada en Oslo y tiene 13 empleados. Ofrece viajes culturales, viajes activos, cruceros en ríos, viajes de música, viajes a largas estancias y viajes para solteros. En el 2025 organizan viajes a 57 países, entre ellos España que es uno de los mercados más importantes con 332 viajes anuales. Sus principales destinos en España son sobre todo en invierno y Costa del Sol y Costa Blanca. Ofrecen además viajes de senderismo a Mallorca, la Rioja y el País Vasco y el camino de Santiago. Además, ofrecen viajes culturales al País Vasco,

BALSLEV

Expert Reiser fue establecido como una empresa familiar hace más de 40 años y es hoy reconocido como uno de los principales expertos en viajes de negocios del país. La empresa se estableció en un período en el que no era tan común realizar viajes en avión, además había menos vuelos y las herramientas de reserva eran complejas. Con las adquisiciones realizadas desde la pandemia, están consiguiendo convertir a Expert Reiser en una de las agencias de viajes familiares más grandes del país, con varias marcas líderes. Con la adquisición de otras agencias durante la pandemia, han cambiado el nombre del grupo; de Expert reiser a Balslev (que es el apellido de los dos hermanos fundadores)

Tienen 34 empleados entre sus diferentes marcas, repartidos en 4 oficinas:

- Expertreiser. Enfocando en viajes incentivos, eventos y viajes para grupos empresariales.
- Messereiser. Especialistas en viajes a ferias, conferencias y congresos.
- Maxpulse. Enfocando en viajes deportivos como senderismo, esquí, bicicleta, yoga, maratón etc.

Además, en el grupo, se encuentran también las siguientes agencias;



- Temareiser Fredrikstad, fue comprado por Expertreiser durante la pandemia en el 2021 y tienen 3 empleados. Enfocando en viajes culturales y temáticos para viajes en grupo.
- Discover Norway, enfocando en turismo activo y doméstico en Noruega.
- Nordmanns-Reiser, viajes especializados en EEUU

Sus destinos más importantes son: Mallorca, Grand Canaria, Tenerife, Barcelona, Málaga, Sevilla, Valencia, Madrid y Alicante.

BOREAL TRAVEL

Boreal es una empresa de transporte. Disponen de autobuses, tranvías, barcos y ferris. El grupo Boreal tienen 2700 empleados repartidos por todo el país y Boreal Adventure (viajes) alrededor de 18 en el 2025. La sede está en Stavanger. Boreal Adventure dispone de 6 oficinas con ubicación en Stavanger, Haugesund, Bergen, Bodø, Alta, Hammerfest. El 85% de la venta se hace a través de Internet, el remanente 15% por teléfono.

Tres de sus subsidiarias, Boreal Buss AS, Boreal Sjø AS y Boreal Bane AS, operan el transporte público en varios municipios. Otra empresa del grupo es Boreal Adventure que trabaja como transportista chárter, transporte a los aeropuertos y viajes domésticos y al extranjero en autobús y en avión, a través de su agencia de viajes, Boreal Reiser. Se dirige sobre todo a un público senior y sus destinos más importantes son España, Italia, Alemania y Dinamarca,

La mayoría de sus viajes en grupo tiene como destino Europa, pero ofrecen también destinos más lejanos. En España ofrecen en el 2025 Santa Susana, Mallorca y Tenerife. Luego ofrecen varios destinos bajo petición. Ofrecen al año unos 12-14 viajes para grupos a España.

Boreal Adventure es la agencia líder en cuanto a viajes para grupos en la región de Stavanger.

NORSK TUR

Norsk Tur AS es un operador fundado en 2002 con sede en Kristiansand. Está especializado en viajes personalizados y su segmento principal es el de personas mayores de 55 años además de viajes incentivos. A España ofrecen en su catálogo viajes de sol y playa en Albir, Salou y Bilbao. Al año venden unos 7000 viajes repartido por todos sus destinos.

PEER GYNT REISER

Peer Gynt fue fundado en Noruega en 1978. El operador ofrece viajes personalizados dirigidos sobre todo al segmento senior. Estos viajes se pueden realizar tanto en autobús como en avión a diferentes destinos (Noruega, Europa, Asia, África y América del Norte). El segmento fundamental del operador se refiere a viajes en grupo de seniors, vacacionales, temáticos, de negocios y de estudio. Organizan en concreto viajes para coros, viajes de vino, viajes para escuelas, bailes para seniors y conferencias. A España ofrecen en 2025 viajes de senderismo a Sierra Nevada, Cataluña, viajes de baile a Albir, viaje de senior a Mallorca, Costa Brava y Rota y estancias largas a Torremolinos,

OTROS

Entre los restantes operadores de vuelo regular, y más dirigidos a nichos de mercado, se pueden destacar **Viljareiser** (hasta 2022 era Jomfrureiser); ofrecen viajes temáticos para grupos de mujeres, **Temareiser**¹ (viajes individuales y para grupos de tercera edad o profesionales), **Vista Travel** (cruceros en ríos, viajes culturales), **Elitetravel** (temáticos, tren, cruceros en ríos), y **Storytravel** que fue inaugurado en el 2022 y que trabaja con viajes temáticos y largas estancias.

También son operadores de nicho **Plussreiser** (especializado en turismo religioso, resultado de la fusión entre Si-Reiser, Ravinala y Sabra Fokusreiser), **Koment** (antes Sponsorlink, viajes culturales, de eventos deportivos y de golf), **Oliven Reiser** (viajes de turismo activo), **Merlot Reiser** (turismo activo) y **Travelmaker** (bodas, ópera, fútbol, y viajes culturales).

SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN

15

Según SSB en 2024 había en Noruega 220.222 personas trabajando en actividades relacionadas con el turismo (incluyendo hostelería, restauración, transporte, cultura, deporte y empresas alquileres). El número de empleados en agencias de viajes y turoperadores representaron según datos de SSB en el año 2024 5486 personas.

Según un estudio realizado por NHO Reiseliv, en abril este año, en lo que respecta al verano, 7 de cada 10 empresas del sector turístico informan de un nivel de reservas igual o superior al del año pasado. Por otro lado, 2 de cada 10 empresas indican tener un nivel de reservas inferior al del año anterior.

El 67 % de las empresas señalan que el nivel de reservas de turistas extranjeros para este verano se mantiene estable o ha mejorado. En este caso, Nordland y Troms destacan de manera positiva.

El **Reisegarantifondet** (RGB, Fondo de garantía de viajes) en Noruega tiene en el 2024 606 miembros. Según la *Ley de Viajes de paquete* de Noruega, todos los organizadores de viajes en paquete tienen que ser miembros de este fondo y realizar los depósitos oportunos para garantizar los viajes que venden frente a posible quiebra. Durante la temporada alta (a fecha del 30.06.24), los miembros aportaron en conjunto aproximadamente 5.300 millones de coronas noruegas en garantías individuales. Los cuatro principales operadores representan más del 70 % del volumen total de garantías, dependiendo de la temporada.

¹ Se señala, como se puede observar, que aparte de la marca de TUI, existen otros dos operadores con el nombre de Temareiser.

Las cadenas de las agencias de viaje más importantes de Noruega son:

BERG- HANSEN

La cadena Berg Hansen fue fundada en 1875. Actualmente forma parte de Carlson Wagonlit Travel y pertenece al grupo Aircontact Group AS, empresa que invierte en sectores de transporte aéreo y en biotecnologías marítimas e informática. Berg Hansen es la agencia más importante de Noruega en cuanto a viajes de negocios. El 90% de su negocio se basa en viajes de negocio/grupos/conferencias/incentivos y el restante 10%, en viajes vacacionales.

Berg Hansen dispone de 22 agencias repartidas por toda Noruega, El 80% de sus reservas se hace a través de su propio portal de reservas, Webgate.

En los últimos años han reducido la parte del negocio dedicada a viajes privados, por lo que se espera que este segmento disminuya en el futuro. Actualmente, son solamente sus oficinas en Agder y Jessheim que gestionan este segmento. Por el contrario, el área de Reuniones y Eventos (Meetings & Events) es una gran apuesta estratégica.

El segmento de viajes privados:

Total: 1.970 pasajeros reservados en el segmento de vacaciones y ocio hacia España (**Total general:** 26.000 pasajeros) en el 2024.

Los destinos españoles más importantes son:

- Alicante, Gran Canaria, Málaga, Barcelona, Palma y Tenerife

Destinos totales en el segmento de vacaciones y ocio:

- Bangkok, Alicante, Londres, Gran Canaria, Málaga, Phuket, Niza

El segmento MICE (Reuniones, Incentivos, Congresos y Exposiciones) en el 2024:

- Número de pasajeros: 4.600
- Volumen de negocio: cerca de 16 millones de coronas noruegas

Principales destinos MICE en España:

Alicante, Málaga, Barcelona, Bilbao, Valencia

AMEX GBT EGENCIA

En el 2021 American Express GBT adquirió Egencia. La adquisición significa que Expedia Group se convierte en accionista de GBT con la intención de iniciar una colaboración estratégica y comercial a largo plazo. En el 2023 Amex GBT comienza a cambiar de marca y Egencia se convierte en Amex GBT Egencia, aunque sigue conservando la marca.

Egencia es sobre todo conocido por tener una de las plataformas tecnológicas líderes de la industria. Tienen su propio equipo de consultores de viajes que ayuda a pequeñas,

medianas y grandes empresas internacionales en más de 65 países. Trabajan solamente con viajes de negocios y han cerrado el departamento de grupos que tenían en Noruega antes de la adquisición. AmEx GBT sí que tiene un departamento de grupos y su sede está en Oslo.

AMEX GBT i Norge har ca. 155 ansatte, Egencia Norway har ca. 90 ansatte

AMEX GBT en Noruega tiene en el 2025 unos 155 empleados, Egencia Noruega unos 90. Comparten oficinas en Oslo, Bergen y Ulsteinvik. Sus principales destinos en España son Barcelona, Madrid, Málaga, Alicante, Las Palmas y Bilbao.

TICKET

Ticket Feriereiser es una cadena minorista que vende viajes de vacaciones de todos los principales operadores chárter y turísticos, líneas de cruceros y compañías aéreas y hoteleras.

Ticket es en 2025 la mayor agencia privada de viajes de vacaciones de los países escandinavos. Las ventas totalizaron aproximadamente NOK 5,4 mil millones en las tres marcas, Ticket, AirnGo y Charter. Pertenece al grupo de inversión Braganza (que también es propietario de BRA, Escape Travel Group y Kristiansand Dyrepark). La marca Ticket tiene una estrategia omnicanal en Suecia y Noruega, venden sus productos a través de 67 agencias (16 en Noruega y 51 en Suecia), por teléfono y online y tienen en total unos 250 empleados.

Su página web no ofrece meta búsquedas como sí lo hace, por ejemplo, Restplass. El cliente mismo puede montar su propio paquete de vuelo+hotel. Además, ofrecen paquetes turísticos (vuelos + hoteles) montados por Ticket.

Para este verano, Grecia se perfila como el destino favorito, con un número de reservas tres veces superior al de España, que ocupa el segundo lugar en preferencia. Los destinos más solicitados para esta temporada, en orden de importancia, son: Creta, Rodas, Mallorca, Lárnaca, Antalya, Split, Gran Canaria, Varna, Samos y Parga.

LIWLIG

En 2024 se decidió fusionar las agencias Gyro (fundada en 1986) y 6.Sans (fundada en 2002) bajo el nombre de LIWLIG. Organizan eventos, ferias, viajes incentivos y viajes para empresas. Son en total 350 empleados y en el 2024 organizaron 1500 eventos. En el 2024 facturaron por unos 150M€. Su sede está en Oslo.

G- TRAVEL

G-Travel es una de las cadenas de agencias de viajes más importante de los países nórdicos, además de ser la cadena más joven. Nació en el 2016 y está integrada por una serie de agencias muy bien establecidas, todas las cuales provenían de la cadena de agencias de viajes VIA Egencia. Ofrecen productos como eventos, viajes de negocio, viajes para grupos, viajes vacacionales, viajes de fútbol, viajes para marina mercante y a plataformas "offshore" además de viajes "a misiones religiosas". En Noruega contaban

con 27 oficinas antes de la pandemia, número que se ha reducido a 16 en Noruega en el 2024. Sus productos principales son marine/offshore, viajes de negocios, viajes incentivos, viajes vacacionales y viajes de ayuda humanitaria.

BENNETT, a partner of American Express Global Business Travel

HRG Worldwide fue comprado por AMEX GBT en 2018 y se ha convertido en el intermediario más grande de mundo en cuanto a volumen de compra de viajes. A resultas de esta compra, las redes oficinas de Amex y HRG en los países Escandinavos se están fusionando, aunque el proceso ha sido lento. Desde 2018, han trabajado para eliminar gradualmente el nombre HRG. El 1 de marzo 2023 la nueva marca BENNETT, se ha hecho oficial.

BENNETT tiene tres departamentos diferentes: viajes de negocio, viajes para grupos/eventos/reuniones y un departamento vacacional, Bennett Ferie¹. En total Bennett tiene unas 11 oficinas repartidas por Noruega.

El competidor más importante de Bennett en Noruega en el sector de los viajes de negocio es Berg-Hansen. En el de viajes en grupo, consideran a todas las agencias como competidoras. Para los viajes vacacionales, identifican como competidores a dos grupos de agencias, las puras de Internet (Finn Reise, Momondo, AirnBnb, etc.) y las agencias tradicionales; mientras que las de Internet atraen al cliente más joven, las tradicionales lo hacen con los seniors.

18

TRAVELDESIGN

Traveldesign fue fundado en 2002 y tiene su sede en Bergen, además de tener un representante en Oslo y otro en Trondheim. Organiza viajes de incentivos, viajes en grupo, conferencias por todo el mundo y viajes a grandes ciudades europeas. Sus grupos son de entre 10 y 200 personas, por lo general entre 40-50 pax y organizan anualmente unos 250-300 grupos por todo el mundo. Las tres oficinas cuentan en total con unos 13 empleados.

DSD- EXPLORE

DSD AS es una empresa de inversiones noruega de propiedad familiar con raíces que se remontan a 1855. Se dedica al desarrollo de empresas y a la inversión en personas dentro de los sectores del mar, la movilidad, el turismo y la salud. El grupo DSD, con sede en Stavanger, posee actualmente participaciones en diversas compañías que, en conjunto, emplean a 5.600 personas y generan una facturación anual superior a los 5.000 millones de coronas noruegas. La división dedicada al turismo y los eventos está organizada bajo DSD Explore, con base en Bergen.

¹ Bennett Ferie fue fundado por Thomas Bennett en el 1850 y es la segunda agencia más antigua del mundo y la más antigua de Noruega. Bennett tiene 4 agencias repartidas por Noruega con unos 9 empleados. Ofrecen billetes de avión, alojamiento, coche de alquiler, crucero, chárter, viajes para grupos, viajes temáticos, viajes deportivos, City-breaks y viajes en autocares; también producen viajes propios.

DSD Explore ha realizado varias inversiones en los dos últimos años, entre ellas en XXLofoten, Fjord Travel Norway y Crazy Coyote Events. Ahora refuerza su apuesta con una inversión en el grupo Z Event, con la ambición de crear la empresa de viajes y eventos más innovadora de Noruega.

El grupo de Z Event, que incluye también a la agencia Reisverket y la empresa de comunicación Y Story, es una de las agencias de eventos líderes del país, Z Event mantendrá su nombre y marca, y tiene su sede principal en Oslo, además de oficina en Trondheim, Bergen y Kristiansand. Además del departamento de eventos, disponen de un departamento de viajes.

PLATAFORMAS DE RESERVAS Y CONTRATACIÓN ON LINE

El comercio electrónico posee una masiva penetración en los hogares noruegos y está dominado por los servicios y productos turísticos. El mercado turístico noruego actúa transversalmente en todo el sector, por lo que cualquier elemento de la cadena de comercialización turística ofrece la posibilidad de su compra a través de Internet.

19

De acuerdo con el estudio anual del uso de medios del 2024 del Instituto Noruego de Estadística (Norsk mediebarometer Statistisk Sentralbyrå), la gran mayoría de la población, el 94%, está ahora conectada a internet al menos una vez durante un día medio. En 2024, casi toda la población mayor de 9 años tiene acceso a un teléfono móvil, y el tiempo que dedicamos al uso del móvil e internet sigue aumentando. De media, la población pasa 4 horas y 35 minutos al día en internet, con diferencias según el grupo de edad. Las personas de entre 16 y 19 años son quienes más tiempo dedican, con una media de más de 7 horas y media diarias. Este grupo de edad también es el mayor usuario de redes sociales. El 80 % de la población utiliza las redes sociales a diario, y dedica una media de 1 hora y 53 minutos al día a diferentes plataformas. Las mujeres son usuarias más activas que los hombres, especialmente las jóvenes.

Las redes sociales se han convertido también en una fuente importante de noticias. En 2024, el 57 % de la población se informa a través de redes sociales en un día promedio. Facebook, Instagram y Snapchat son las plataformas donde más personas leen noticias, considerando a la población en su conjunto, mientras que la población más joven recurre en gran medida a TikTok para informarse.

El porcentaje de la población que se informa a través de periódicos impresos ha disminuido gradualmente a lo largo de los años y, en 2024, solo el 15 % de la población lee prensa en papel en un día promedio. En cambio, una proporción mayor —el 58 %— lee noticias en periódicos digitales, aunque también en este caso se observa un leve descenso respecto a años anteriores.

El 46 % de la población ve televisión lineal un día cualquiera, lo que incluye tanto la televisión tradicional como la televisión por internet en formato lineal. Son las personas mayores quienes, en mayor medida, ven televisión lineal y leen prensa en papel a diario. Se observa un patrón similar en lo que respecta a la escucha de radio: el 43 % de la

población escucha la radio durante el día, y en comparación con 2023, en 2024 se ha registrado un descenso en todos los grupos de edad.

No obstante, esto no significa que la población consuma menos contenidos mediáticos a lo largo del día. Al contrario, en 2024 los noruegos dedican en general más tiempo a los medios, aunque a través de otros canales y en diferentes formatos. Mientras la radio tradicional pierde popularidad, crece el interés por otros formatos de audio, como la música, los pódcast o los audiolibros. Y aunque cada vez menos personas siguen las emisiones televisivas tradicionales de los canales, nunca antes se había registrado un número tan alto de usuarios con acceso a una plataforma de contenido audiovisual en streaming. Nueve de cada diez personas tienen acceso al menos a un servicio de streaming, como Netflix, TV2 Play o MAX en 2024.

Desde el punto de vista turístico, los servicios de Internet con mayor penetración en Noruega son las webs de metabuscadores, las webs de agencias y de operadores, además, claro está, de los buscadores convencionales. Son también muy utilizadas, aunque en menor medida, las webs de las líneas aéreas (donde se realizan gran parte de las reservas).

Hay también que hacer referencia al nuevo escenario creado por las **redes sociales**. Cada vez un mayor número de turistas noruegos comparte sus vacaciones a través de sus perfiles en dichas redes, lo que cobra especial importancia si se considera que, según SSB.no el 96% de la población en 2021 tiene su propio teléfono inteligente.

20

Según SSB, el 62 % de la población utiliza Facebook en un día promedio en 2024. Aunque la plataforma se ha mantenido en los primeros puestos durante varios años, su uso ha descendido cuatro puntos porcentuales desde 2021.

Excluyendo otros servicios de mensajería, como Messenger y WhatsApp, Snapchat es la segunda red social más popular, con un 56 % de usuarios, seguida de Instagram, con un 46 %.

Estas son las redes sociales más populares en 2024:

- Facebook (62 %)
- Snapchat (56 %)
- Otros servicios de mensajería, como Messenger, WhatsApp, Viber, etc. (56 %)
- Instagram (46 %)
- YouTube (27 %)
- TikTok (24 %)
- LinkedIn (9 %)
- X (7 %)
- Reddit (5 %)
- Aplicaciones o páginas de citas (5 %)

El grupo de usuarios más numeroso de Facebook lo forman las personas de entre 45 y 55 años. El 80 % de las personas de este grupo de edad accede a Facebook a lo largo del día. En comparación, solo el 23 % de los jóvenes de entre 13 y 15 años lo hace. La población más joven prefiere, en mayor medida, otras redes sociales.

En el grupo de edad de 9 a 12 años, YouTube encabeza la lista, seguido de Snapchat, con un 22 % y un 19 % respectivamente. La tercera red social más popular entre los más jóvenes es TikTok, según explica Bekkengen.

Entre los adolescentes, de 13 a 19 años, Snapchat ocupa el primer puesto: nada menos que el 93 % afirma utilizar esta plataforma a diario. TikTok también es muy popular entre los adolescentes, siendo la segunda plataforma más utilizada por los jóvenes de entre 13 y 19 años.

En cualquier caso, los operadores y las agencias, conscientes de la importancia de las redes sociales, están aumentando su presencia en las mismas.

Entre las agencias de viajes online/portales de viajes, se pueden citar las siguientes:

REISEGIGANTEN

Su sede está en Noruega y cuenta con oficinas en Suecia, Finlandia y Dinamarca. Reisegiganten fue el resultado de la fusión entre Restplass.no y Solfaktor AS. A finales de 2021, Solfaktor fue comprado por el grupo Braganza. Restplass.no es actualmente la única marca del grupo en Noruega.

Restplass es un metabuscador. Ofrece una plataforma que localiza información en los motores de búsqueda más usados; carece de base de datos propia, por lo que usa las de otros buscadores y muestra una combinación de las mejores páginas que ha devuelto cada uno. En 2023, Reisegiganten también lanzó sus servicios en Finlandia bajo la marca Äkkilähdöt.fi.

Además de la marca finlandesa, sus marcas en los otros países escandinavos son:

En Noruega: www.restplass.no, www.dinreise.no y www.storbyferie.no

En Suecia: www.sistaminuten.se y www.destination.se

En Dinamarca: www.afbudsrejser.dk

FINN.NO/REISE

Finn es el portal de compraventa más importante de Noruega (al estilo de Segundamano/Vibbo o Wallapop en España) y en el Q4 2024 el sexto portal más visto de todo el país. FINN tiene 3.6 millones de usuarios con perfiles y cada noruego pasa en 2024 una media de casi 50 horas al año en FINN.no, en total una media de 287 visitas por cada noruego.

Su sección de viajes, **Finn Reise**, es un metabuscador y fue lanzada en 2006. Allí se pueden reservar vuelos, hoteles y paquetes turísticos, ofreciéndose los viajes por temática (aventura, sol y playa, cruceros, city break, excursiones en grupo y viajes "todo incluido"). Cada semana, tienen una media de 520 000 usuarios únicos en el 2024 y sus usuarios principales son entre 34-64 años

Finn AS pertenece a los grupos de medios Schibsted Media Group ASA (90,01 %) y Polaris Media (9,99 %) y forma parte de Schibsted Classified Media. El grupo está dividido en dos; media services y marketplaces services. Finn está englobado en el último.

MOMONDO

Momondo fue fundado en el 2006 y está presente en 30 países. Su sede y única oficina se encuentra en Copenhague. Momondo es gestionado por KAYAK, que forma parte de Booking Holdings Inc. Es un metabuscador para viajes que encuentra y compara las mejores ofertas en vuelos, hoteles, coches de alquiler y paquetes de viaje. No venden nada, solamente comparan.

GOTOGATE / TRAVELSTART/SUPERSAVER

Gotogate/Travelstart/Supersaver forma parte de Marco Polo Travel AS, propiedad de Etraveli Group AB. Operan en 75 países y atienden a más de 40 millones de pasajeros al año. El grupo tiene una sólida experiencia en la industria y ha ofrecido viajes desde el 1989 como una de las primeras compañías de comercio electrónico dentro de los viajes online en los países nórdicos. Ofrece vuelos con la mayoría de las compañías aéreas y viajes para distintos segmentos (citybreak, sol y playa, viajes chárter, de aventura, temáticos y viajes sobre fútbol).

TRAVELLINK

Travellink fue fundada en el año 2000 y es propiedad de la empresa española Opodo, que, a su vez forma parte, del grupo eDreams ODIGEO. El grupo online eDreams Odigeo ha reorganizado sus operaciones en la región nórdica, donde opera a través de la marca Travellink, centralizando en Barcelona las funciones de negocio llevadas a cabo hasta entonces en Estocolmo. Actualmente es líder en los países nórdicos, con presencia en Suecia, Finlandia, Dinamarca, Islandia y Noruega. Cuentan con oficinas en 46 países. Ofrece tanto viajes para empresa como para particulares. Además de vuelos y alojamiento, oferta paquetes organizados, alquiler de coches y actividades vacacionales en cualquier parte del mundo.

En el comercio electrónico turístico de Noruega existen además varios sitios de viajes y secciones especializadas en viajes que aparecen en la edición online de grandes periódicos. Tal es el caso de Aftenposten (aftenposten.no/reise), VG (vg.no/reise) y Dagbladet (dagbladet.no/reise). En estas webs se puede encontrar una amplia variedad de artículos sobre distintos destinos y temáticas, con posibilidad de realizar reservas de vuelos y hoteles.

También existen otras páginas web que disponen de una sección dedicada a viajes. En este grupo cabe destacar sol.no, klikk.no, thetravelinspector.no o dinside.no/Reise, www.kapital.no/reise, entre otras. A través de anuncios, en ellas se pueden reservar vuelos, alojamiento o alquiler de coche. Además, en cuanto a contenido de inspiración, influyen cada vez más los blogueros especializados en viajes y entre los más grandes en Noruega, se encuentran perfiles como los de Tove Taalesen [[@tovetaalesen](https://twitter.com/TOVETAALSEN)], Mette Solberg Fjeldheim [[@reiselykke](https://twitter.com/reiselykke)], Hedda Bjerén [[@tenkkoffertcom](https://twitter.com/tenkkoffertcom)], [@monica.nyhus](https://twitter.com/monica.nyhus), [@helleskitchen](https://twitter.com/helleskitchen) y [@travel_torild](https://twitter.com/travel_torild),

ASOCIACIONISMO EN EL SECTOR

La figura de la **central de compras** no es muy importante en Noruega y queda parcialmente sustituida por el conjunto de agencias de un mismo operador (sucursales de una misma marca) que orientan su idea de negocio de manera uniforme.

ASOCIACIONES

Las **asociaciones profesionales** son una figura muy común en Noruega. Dentro del sector turístico hay que destacar las ramas sectoriales de las dos principales asociaciones empresariales del país, NHO y Virke.

NHO REISELIV

NHO es la mayor organización noruega de interés de las diferentes industrias del país (sería el equivalente a la CEOE en España). Representan a una amplia variedad de sectores como por ejemplo el de turismo. NHO Reiseliv fue fundado en el 1989 y representa a más de 33.000 empresas con 700.000 empleados.

23

NHO Reiseliv (turismo) es la mayor organización empresarial y de empleadores para el turismo en Noruega. Trabaja para fortalecer el turismo noruego y representa en 2024 a 3676 empresas dentro de los sectores de los restaurantes, alojamientos, campings, experiencias, sectores culturales y creativos, eventos deportivos, destinos y alquiler de coche.

VIRKE

Virke es la segunda asociación más importante en el sector de negocios noruego y fue fundado en el 1990. Representan a unas 25.000 empresas que suman más de 300.000 empleados. Su actividad se dirige a mejorar las condiciones de sus afiliados, y los sectores que aglutina son comercio, conocimiento, informática, turismo, servicios, sanidad, cultura y educación (entre sus funciones encontramos algunas similares a las de nuestras cámaras de comercio).

Virke, que dispone de un gran conocimiento del sector y de su legislación, asiste a sus afiliados, entre otras cosas, con ayuda jurídica, y organiza cursos de contenido turístico. En la comisión de la asociación se encuentran representantes de las agencias y operadores más importantes de Noruega.

ANTOR

ANTOR es una asociación voluntaria formada por las Oficinas Nacionales Representantes de Turismo en Noruega. Nuestra Oficina española de Turismo en Oslo pertenece a ella. Los miembros se reúnen periódicamente con el objetivo de intercambiar ideas, discutir temas de actualidad y analizar el turismo internacional. La Asociación organiza talleres para agentes y periodistas del sector en distintas ciudades del país.

HSMAI

HSMAI fue inaugurado en el 1927 y HSMAI Norway es la sucursal noruega de Hospitality Sales & Marketing Association International, Esta asociación pretende ser una fuente de conocimiento, unidad y reconocimiento de gestores que se dedican al desarrollo profesional, el crecimiento de los negocios y a la maximización de los ingresos, el marketing y la marca.

HSMAI es una organización mundial para ejecutivos de ventas y marketing, que representa todas las partes de la industria de viajes. Con su fuerte enfoque en la educación continua, HSMAI se ha convertido en líder en el seguimiento y la difusión de tendencias dentro de la industria del turismo y la gestión de marketing, además de la organización que presenta a los miembros y clientes entre sí.

NBTA

NBTA | Norwegian Business Travel Association es una red de compradores y proveedores del sector de los viajes de negocios.

La asociación se fundó en 1981 con el nombre de NTMA - Norwegian Travel Managers Association. Los iniciadores querían un foro como lugar de encuentro para los compradores de servicios de viajes de negocios, tanto del sector privado como del público.

Tienen dos tipos de miembros; Miembros directos que son empresas que compran servicios de viajes, desde los mayores compradores de servicios de viajes hasta pequeñas y medianas empresas. Y el segundo tipo son Miembros asociados que son miembros proveedores de servicios de viajes. Entre ellos figuran agencias de viajes, compañías aéreas, cadenas hoteleras, empresas de tarjetas de crédito, empresas de alquiler de coches y empresas tecnológicas.

Además de estas asociaciones específicas del sector, encontramos en Noruega diferentes asociaciones locales especializadas que, aunque ajenas al sector, influyen de manera indirecta en la realización por parte de sus miembros de viajes turísticos más o menos tematizados y que, en muchas ocasiones, trabajan estrechamente con operadores o agencias especializados en el diseño de sus productos para satisfacer necesidades concretas. Algunas de ellas son:

- **Asociación de peregrinos. *Pilegrim*** es una asociación de peregrinos sin ánimo de lucro fundada en 1996 con el objetivo de informar y asesorar a los interesados en peregrinaciones.
- **Escuelas de idiomas. *AFS***, Asociación de Enseñanza Internacional de Idiomas en Noruega, es la organización de intercambio más importante y antigua del mundo. A través de su red de voluntarios pretende facilitar el aprendizaje y el desarrollo de programas de intercambio cultural de alta calidad.

Conviene recordar que la enseñanza del español como lengua extranjera está sólidamente implantada en Noruega. Tras el omnipresente inglés, el español es el segundo idioma más demandado, doblando al tercero, el alemán.

- **Asociación de gays y lesbianas de Noruega.** Defiende la igualdad y los derechos de gays, lesbianas, bisexuales y transexuales en Noruega.
- **Birdlife.** La Asociación Noruega de Ornitología fue fundada en 1957 en Trondheim y actualmente cuenta con más de 13.500 miembros (2023), entre los que se encuentran numerosos periodistas y fotógrafos freelance. Además de su sede en Trondheim, cuenta con unas 50 sucursales repartidas por todo el país. Edita tres revistas, "Vår Fuglefauna", "Fuglevennen" y "Ornis Norvegica".
- **Asociación de profesores de español en Noruega.** La Asociación Noruega de Profesores de Español (ANPE) es una asociación independiente federada en FIAPE. ANPE-Norge es un medio de comunicación profesional entre los profesores de español en Noruega sin importar el centro en donde impartan su docencia.

También pueden citarse el Centro Hispano Noruego, la Peña Flamenca Noruega y la Peña Taurina Noruega.

OTRAS FIGURAS

Para completar la perspectiva del sector en Noruega, es interesante tener en cuenta también varias organizaciones que tienen relación directa o indirecta con el sector.

25

- **Reisegarantifondet (Fondo de garantías de viaje).** Todos los operadores de paquetes turísticos en Noruega deben ser miembros del Fondo de Garantía de Viajes. Cuando un operador ofrece viajes combinados debe proporcionar al cliente una garantía legal de viaje para cubrir el caso de una eventual quiebra de la empresa. Esa cobertura la proporciona el Reisegarantifondet, fundación cuya misión es administrar el fondo sobre el que se apoya el sistema de garantía de viajes combinados, de modo que los consumidores no sufran pérdidas financieras y / o queden varados en el destino si la empresa que le vendió el paquete quiebra.

Actualmente cuenta con 606 miembros (2024).

- **Pensjonistforbundet.** La Asociación de los pensionistas fue fundada en el 1951 y es una organización que trabaja para dar a los pensionistas del país una voz clara. Trabajan en las áreas de salud, economía, cultura, seguridad y accesibilidad, en asuntos que son importantes para la vida cotidiana de un pensionista. Tienen unos 257 000 socios en el 2024.

Publican también la revista "Pensjonisten" que se edita nueve veces al año y que tiene una tirada de unos 220 383 ejemplares y 301 000 lectores en el 2025.

- **Norges Golfforbund.** La Asociación de Golf de Noruega (NGF) fue fundada en el 1948 y es la tercera asociación deportiva especial más grande en el país. Alrededor de unos 172 clubes –con 136,000 miembro- están afiliados a NGF a finales de 2023. Hay clubes de golf representados en todas las comunidades del país.
- **Norges Fotballforbund.** La Asociación Noruega de Fútbol (NFF) fue fundada en el

1902 y es la mayor federación deportiva de Noruega. En el 2024, el NFF contaba con 1.663 clubes miembros que mantenían 28 295 equipos, con un total de 261.397 miembros federados en el 2024.

- **Norges Tennis- og Paddelforbund.** La Asociación noruega de tenis y pádel. La Asociación Noruega de Tenis decidió en el 2015 incluir el pádel como una rama de la asociación. El pádel es uno de los deportes de mayor crecimiento en el mundo. A partir de 2022, el tenis y el pádel se dividen en 171 clubes (146 de tenis, cuatro de tenis y pádel, uno universitario y 16 de pádel puro). En Noruega, había aprox. 250 pistas de pádel en enero 2022, y hay varias instalaciones de pádel en proyecto y puesta en marcha. En el 2024 la asociación tiene 39 870 miembros. Entre el 2017 y el 2022, el tenis y el pádel en Noruega han experimentado en conjunto un aumento del 45 % en el número de afiliados. En 2001, la Federación Noruega de Tenis (NTF) contaba con 19.407 miembros.
- **Den Norske Turistforening (DNT).** La Asociación de Turismo de Noruega (DNT) es la organización de recreación al aire libre más grande de Noruega con más de 300,000 miembros. La organización consta de 56 asociaciones miembros con equipos locales afiliados. DNT trabaja para promover una vida al aire libre simple, activa, versátil y respetuosa con el medio ambiente y para preservar la naturaleza y los valores culturales.

Disponen de más de 600 cabañas en Noruega y alrededor de 20,000 kilómetros de senderos de verano marcados en todo el país. Organizan, entre otros, viajes de turismo activo para sus miembros por toda Noruega.

85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA

