

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



3.

PAÍSES BAJOS 2026
Estructura del Sector Turístico

2

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)
Texto: Consejería de Turismo de España en la Haya
NIPO: 219-26-001-4.
Junio 2026

ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO

PAÍSES BAJOS 2026

TABLA DE CONTENIDO

Datos clave

Sector de la producción

Sector de la distribución

Comercialización on line

Asociacionismo en el sector

3

DATOS CLAVE

El mercado neerlandés es un mercado maduro, dominado por grandes grupos como TUI BeNe y Corendon, integrados verticalmente y con control tanto de la producción como de la distribución de servicios turísticos. Estos grupos ocupan las primeras posiciones del ranking y ofertan paquetes vacacionales, gestionan sus propias aerolíneas y hoteles y, en el caso de TUI BeNe, disponen de redes propias de agencias de viaje físicas.

En el sector de la producción y distribución, tras los líderes del mercado, operan también otras empresas relevantes como TravelC Gorup BV, Riksja Travel Viabus Group y FOX, que complementan la oferta de mercado.

En el sector de la distribución, empresas como BCD Group, Gray Dawes Travel NL(anteriormente VCK Travel), Schiphol Travel Group, ATPi o Uniglobe siguen defendiendo una posición relevante, especialmente en el segmento MICE, si bien la comercialización directa por parte de los grandes grupos y el crecimiento de las plataformas online les han restado progresivamente cuota de mercado.

4

En el ámbito del comercio online, plataformas como Prijsvrij Group/D-reizen, VakantieDiscounter, Airtrade Holland BV, Tix.nl, Sunny Cars o Expedia Travel han adquirido un peso creciente consolidando el canal digital como uno de los principales canales de comercialización.

Los hábitos de información y reserva de la población viajera hacen que ésta se decante mayoritariamente por los canales online, aunque persiste una demanda relevante de servicios especializados, especialmente en viajes complejos o de empresa.

En el siguiente cuadro se presentan las principales empresas del sector turístico en Países Bajos según volumen de facturación en 2025, incluyendo operadores de producción, distribución y comercio online. La clasificación refleja una estructura dominada por grandes grupos integrados en las primeras posiciones, junto con una creciente presencia de plataformas digitales y empresas especializadas. Asimismo, se observan variaciones en el ranking motivadas tanto por el rendimiento empresarial como por cambios estructurales del mercado, como la salida de operadores relevantes en ejercicios recientes

ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO

PAÍSES BAJOS 2026

	Top50 2025	Empresa	Top50 2024	Sector
-	1º	TUI BeNe	1º	Producción/Distribución
-	2º	Corendon	2º	Producción/Distribución
-	3º	Prijsvrij Group/ D-reizen	3º	OTA/Distribución
-	4º	Sunweb Group	4º	Producción/OTA
-	5º	TravelC Group BV	5º	Producción/Distribución
-	6º	VakantieDiscounter	6º	OTA
▲	7º	Gray Dawes Travel NL/vh VCK	8º	Distribución MICE
▼	8º	BCD Group	7º	Central de Compras
-	9º	Airtrade Holland BV	9º	Distribución MICE
▲	10º	Sunny Cars	11º	Distribución/OTA
▼	11º	Schiphol Travel Group	10º	Distribución MICE
▲	12º	VacanceSelect Europe	17º	Distribución/OTA
▼	13º	ATPI	12º	Distribución MICE
▼	14º	Tix.nl	13º	OTA
-	15º	Uniglobe	15º	Distribución MICE
-	16º	Expedia Travel	16º	Distribución/OTA
▲	17º	Riksja travel	20º	Producción/Distribución
▲	18º	Viabus Group (Bolderman/Effeweg)	19º	Producción/Distribución
▼	19º	FOX Reizen	18º	Producción/Distribución
▲	20º	Djoser	22º	Producción/Distribución

Tabla 1. Principales empresas según volumen de negocio del sector turístico en Países Bajos en 2025.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del "Top 50 2025", TravMagazine

En esta segunda tabla se muestra el volumen de facturación anual de las principales empresas del Top 20 del sector turístico neerlandés entre 2022 y 2025. Según el histórico de datos, se puede afirmar que el sector turístico de los Países Bajos ha mostrado una clara recuperación y crecimiento tras el periodo postpandemia.

Aunque en 2022 algunas empresas aún atesoraban cifras moderadas tras las restricciones previas, los datos entre 2023 y 2025 evidencian una tendencia general al alza en la mayoría de operadores. Destaca, especialmente, el crecimiento de grandes grupos como TUI BeNe, así como de Corendon o Prijsvrij Group/D-reizen, que experimentan incrementos significativos de facturación.

ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO

PAÍSES BAJOS 2026

También se observa una evolución positiva en otros actores como Sunweb Group, VakantieDiscounter o los principales operadores de distribución, que consolidan su posición en el mercado con crecimientos más estables.

Estos datos hacen patente la recuperación sólida del turismo neerlandés, impulsada por la elevada demanda de viajes y por la coexistencia de actores tradicionales y digitales, que refuerzan su presencia en el mercado y se adaptan a las nuevas tendencias del consumidor.

Volumen de facturación (en millones de euros) de las primeras veinte empresas del Top50 de TravMagazine (2022-2025)

	2022	2023	2024	2025*
TUI BeNe	2.121	2.415	2.786	-
Corendon	715	808	1.085	1.085
Prijsvrij Group/ D-reizen	468	690	897	1.076
Sunweb Group	486	525	548	565
TravelC Group BV	161	343,5	371	376
VakantieDiscounter	282	305	340	350
Gray Dawes Travel	210	264	300	350
BCD Group	226	285	335	336
Airtrade Holland BV	177	209	202	209
Sunny Cars	128	146,8	174	198
Schiphol Travel Group	112	169	183	186
VacanceSelect Europe	-	110	115	170
ATPI	121	128	126	133
Tix.nl	-	-	-	-
Uniglobe	112	128	130	130
Expedia Travel	-	80	120	125
Riksja travel	51,7	77,3	102	115
Viabus Group (Bolderman/Effeweg)	63	90	100	115
FOX Reizen	85	101	107,4	109
Djoser	36,8	65,8	91,4	93,5

SECTOR DE LA PRODUCCIÓN

TUI Nederland

TUI Nederland, filial del grupo alemán TUI, es el principal operador turístico del mercado neerlandés desde su fundación en 1997. Con una red de 135 oficinas en el país, lidera el ranking del Top 50 de TravMagazine en 2024. En 2023, registró una facturación de 2.415 millones de euros y atendió a más de 1,6 millones de clientes. La mayor parte de sus ingresos provino de su actividad como turoperador (1.500 millones), seguida del canal minorista (375 millones) y sus agencias de viaje (137 millones).

La empresa forma parte de un grupo globalmente integrado que gestiona 433 hoteles, 18 cruceros y una flota de 130 aviones repartidos entre cinco aerolíneas. Sus productos hoteleros y cruceros cubren diferentes segmentos del mercado, desde el lujo hasta opciones más accesibles.

En 2024, se formalizó la fusión de las operaciones belgas y neerlandesas bajo la nueva unidad TUI BENE, dirigida por Arjan Kers. Esta reestructuración busca optimizar recursos y evitar duplicidades operativas entre ambos mercados.

7

Corendon

Corendon, fundada en el año 2000 como turoperador especializado en Turquía, se ha consolidado como uno de los principales grupos turísticos de vacaciones de sol y playa en Europa y en mercados internacionales. En 2024 alcanzó una facturación aproximada de 1.00 millones de euros, impulsada por el crecimiento de la demanda de viajes organizados y por su modelo integrado que combina turoperación, aviación y alojamiento. El grupo transporta alrededor de 6 millones de pasajeros al año y opera con un ecosistema de marcas complementarias como Stip Reizen (cruceros e itinerarios), GOfun (viajes para jóvenes) y By June (viajes personalizados), lo que refuerza su posicionamiento en distintos segmentos del mercado.

Corendon cuenta con tres aerolíneas propias —Corendon Airlines International, Corendon Dutch Airlines y Corendon Airlines Europe— que le permiten controlar una parte significativa de su cadena de valor y optimizar la conectividad entre mercados europeos y destinos turísticos clave. En el ámbito hotelero, dispone de una cartera de aproximadamente 8 resorts bajo la marca Corendon Hotels & Resorts, con presencia en destinos como Turquía, el Mediterráneo y el Caribe, y con una estrategia orientada a la diversificación hacia segmentos premium.

Desde enero de 2024, la dirección ejecutiva del grupo está liderada por Gunay Uslu, quien ya formaba parte de la organización anteriormente y cuenta con experiencia política como ex Secretaria de Estado de Cultura y Medios de Comunicación en los

Países Bajos. El fundador del grupo, Atilay Uslu, continúa desempeñando un papel estratégico dentro de la compañía, mientras que el ex CEO Steven van der Heijden sigue vinculado al consejo. De cara a 2025, Corendon prevé una estabilización de su volumen de negocio en torno a los 1.100 millones de euros tras el fuerte crecimiento reciente.

Sunweb Group

Sunweb Group, fundado en 1991 por Joost Romeijn, es un operador turístico digital europeo centrado en la venta de paquetes vacacionales online. En 2024, registró unos ingresos de 548 millones de euros, con una previsión de 565 millones en 2025, y alrededor de 590.000 pasajeros. Su actividad se concentra principalmente en el mercado neerlandés, aunque opera en varios países europeos a través de plataformas digitales.

El grupo está estructurado en varias marcas especializadas que cubren distintos perfiles de cliente: Sunweb, su marca principal de vacaciones de sol y nieve para familias; Eliza was here, centrada en alojamientos exclusivos y tranquilos; Primavera Reizen, orientada a viajeros sénior interesados en destinos de sol; Totally Snow, enfocada en viajes de invierno con componente social; y Airtours, incorporada en 2022 y operativa en Suecia con enfoque en destinos mediterráneos. En los últimos años, el grupo ha simplificado su portafolio, integrando la marca juvenil GOGO dentro de Sunweb y abandonando el segmento de cruceros en 2025.

Desde el verano de 2024, la dirección ejecutiva está a cargo de Mieke De Schepper quien lidera la estrategia de integración de marcas y refuerzo del modelo digital. El grupo mantiene un esquema operativo orientado a la estacionalidad del turismo, con ejercicio fiscal discontinuo (del 1 de noviembre al 31 de octubre), y continúa centrado en la optimización de su oferta online y la consolidación de su estructura multimarca.

Riksja travel

Riksja Travel es una agencia de viajes neerlandesa fundada en el año 2000 por Marius Appelman, especializada en viajes individuales y personalizados, con una creciente orientación hacia viajes para familias. En 2024 registró una facturación en torno a 100 millones de euros y alrededor de 39.400 pasajeros, ocupando una posición destacada dentro del segmento de turoperadores independientes en el mercado neerlandés. Para 2025, la compañía prevé alcanzar aproximadamente 115 millones de euros, apoyada en la expansión de su oferta dentro de Europa y en la consolidación de su modelo de viajes a medida.

La empresa forma parte de la red internacional Rickshaw Travel Group y mantiene un enfoque centrado en el turismo responsable, colaborando con socios locales de pequeña escala en los destinos donde opera. Desde 2020, Riksja Travel es además socio financiero de Footprint Travel, una agencia especializada en turismo sostenible fundada en 2008, lo que refuerza su estrategia de integración de criterios de sostenibilidad en la producción de sus viajes y en la cadena de valor turística.

En su comunicación corporativa, la compañía destaca que 2025, año de su 25 aniversario, ha estado marcado por la resiliencia en un contexto de inestabilidad global, señalando que la creatividad y el trabajo conjunto han permitido mantener resultados sólidos. La empresa subraya también la importancia de Europa como foco estratégico para su crecimiento futuro, junto con el refuerzo de iniciativas sostenibles bajo su política interna orientada al impacto positivo en destinos y comunidades locales

Viabus group/ Bolderman

9

Viabus Group (también conocido en el mercado por Bolderman) es un grupo de viajes de origen suizo con fuerte presencia en los Países Bajos desde 2002, y especializado en viajes organizados de corta y media distancia en autobús y avión. En 2024, registró una facturación en torno a 100 millones de euros y aproximadamente 145.000 pasajeros, con una red operativa destacada por sus 73 puntos de recogida en todo el país lo cual le permite salidas regionales cercanas al domicilio del cliente y refuerza su modelo de proximidad y accesibilidad. El grupo prevé continuar su crecimiento en 2025 hasta alrededor de 115 millones de euros, apoyado en la demanda sostenida de viajes organizados dentro de su nicho de mercado.

El grupo opera bajo varias marcas especializadas que segmentan su oferta por tipo de viajero y producto. Bolderman Excursiereizen se centra en circuitos culturales y de naturaleza en autobús o avión a múltiples destinos europeos; Effeweg.nl está orientada a escapadas urbanas a ciudades como París, Berlín, Londres o Praga, con una fuerte estacionalidad en verano; Van Nood Reizen ofrece viajes a destinos europeos durante todo el año como Londres o Disneyland París; Diogenes Groepsreizen diseña viajes a medida para grupos con servicios completos de transporte, alojamiento y actividades; y Destimundo se enfoca en viajes de incentivos y turismo corporativo.

En palabras del propio grupo, en 2025 “como Viabus Group volveremos a demostrar un fuerte crecimiento y daremos pasos importantes hacia el futuro”, destacando el aumento del interés por sus productos dentro de su segmento de mercado. La compañía ha consolidado su posicionamiento en el turismo organizado de proximidad, apoyándose en una estructura multimarca, y en la optimización de rutas y salidas regionales para mantener su competitividad en el mercado neerlandés.

Fox Reizen

El crecimiento de Fox Reizen, con una facturación prevista en torno a los 109 millones de euros en 2025, confirma la consolidación del relanzamiento de la marca tras su separación de ANWB. En junio de 2024, Gert-Jan Bressers y Richard Broekhoven formalizaron la adquisición de Fox Reizen a ANWB mediante un management buy-out con el apoyo de 819 Capital Partners (Wim Smit, ed.) lo que permitió reposicionar la compañía como operador independiente especializado en viajes de larga distancia y circuitos. Desde entonces, la marca ha reforzado su presencia en el mercado, apoyándose en su reconocimiento histórico y en la captación tanto de clientes recurrentes como de nuevos viajeros interesados en producto organizado.

En su estrategia de expansión, Fox ha comenzado a diversificar su oferta, incorporando en junio de 2025 una línea de cruceros en colaboración con Holland America Line, ampliando así su catálogo hacia productos de media y larga distancia con mayor componente experiencial. Esta evolución refleja una transición hacia un modelo más flexible y orientado a producto especializado, manteniendo el enfoque en viajes organizados de calidad y en el reposicionamiento de la marca dentro del segmento de turoperación independiente en el mercado neerlandés.

10

SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN

TUI BeNe

En primera posición, TUI BENE cuenta con un modelo de distribución híbrido en el que comercializa sus productos a través de agencias físicas propias y de una red de agencias independientes. Esta estructura le permite mantener una amplia presencia en el canal tradicional y asegurar capilaridad en el mercado neerlandés.

A pesar de ello, su principal canal de distribución es el entorno digital, donde concentra la mayor parte de su facturación, reflejando la creciente importancia de la venta online en el sector turístico.

VCK Travel

VCK Travel, especializada en viajes corporativos, fue fundada oficialmente en 1947, aunque sus orígenes se remontan al sector marítimo en 1915, siendo una de las primeras agencias de viajes con licencia IATA en los Países Bajos. En 2024, registró una facturación en torno a 300 millones de euros y ocupaba una posición destacada dentro del segmento de distribución de viajes de negocios en el mercado neerlandés.

En junio de 2024, VCK Travel fue adquirida por el grupo británico Gray Dawes, integrándose en Gray Dawes Travel, una de las compañías de gestión de viajes corporativos más antiguas del Reino Unido. Tras la adquisición, la operación neerlandesa pasó a denominarse Gray Dawes Travel Nederland, con oficinas en ciudades como Ámsterdam, Róterdam y Gorinchem, reforzando la presencia del grupo en el mercado europeo de viajes corporativos, MICE y servicios offshore.

Actualmente, el grupo opera bajo una estructura multimarca que incluye Gray Dawes Events, Ventur Luxury Travel, Gray Dawes Sports y Gray Dawes Consulting, ampliando su cobertura hacia eventos, lujo, deporte y consultoría especializada. De cara a 2025, Gray Dawes Travel Nederland prevé alcanzar un volumen de negocio aproximado de 350 millones de euros. La dirección está encabezada por David Bishop como director general, mientras que Eric van Denderen ejerce como director comercial, consolidando la integración de VCK dentro del grupo británico.

BCD Group

11

BCD Group, fundado en 1975 por John Fentener van Vlissingen, es uno de los principales actores en la distribución turística corporativa en los Países Bajos y mantiene una posición consolidada en el segmento global de viajes de negocios. En 2024 registró una facturación de 322 millones de euros y para 2025 prevé alcanzar alrededor de 336 millones de euros, apoyado en una elevada tasa de retención de clientes del 98% y en una estrategia de inversión continua en tecnología y servicios.

El grupo opera a escala internacional a través de BCD Travel, su principal unidad de negocio, junto con un conjunto de divisiones especializadas que refuerzan su posicionamiento en el segmento corporativo: BCD Meetings & Events (eventos y MICE), Advito (consultoría en viajes y sostenibilidad), GetGoing (soluciones para pymes), BCD Sports (gestión de viajes deportivos) y BCD Media & Entertainment (viajes para industria audiovisual y medios). Este modelo multisegmento le permite cubrir prácticamente todo el espectro del viaje corporativo a nivel global.

En los últimos años, BCD Group ha simplificado su estructura tras la desinversión de activos no estratégicos: Travix fue vendida en 2020 a Trip.com y Park 'N Fly en 2024 a The Parking Spot. Actualmente, la compañía opera con un enfoque más centrado en su negocio core de viajes corporativos y MICE. En palabras del grupo, su posición financiera y su plataforma tecnológica basada en la nube les permite mantener una estrategia de innovación continua, con una arquitectura abierta que facilita el desarrollo ágil y la flexibilidad operativa en un mercado altamente competitivo.

Schiphol Travel Group

Schiphol Travel Group, especializada en viajes de negocios para medianas y grandes multinacionales, registró en 2024 una facturación de 181 millones de euros y prevé alcanzar alrededor de 186 millones de euros en 2025, con expectativas de crecimiento también para 2026. La compañía ha evolucionado con un enfoque centrado en la combinación de tecnología y servicio personalizado, en un contexto en el que la gestión de viajes corporativos se ha vuelto cada vez más compleja por la diversidad de proveedores y canales de reserva.

La empresa forma parte del grupo internacional Altour, integrado a su vez en Internova Travel Group, uno de los mayores conglomerados de gestión de viajes corporativos a nivel global, que incluye también Travel Leaders Group. Esta estructura le permite operar dentro de una red internacional de gran escala, con acceso a una capacidad de compra de aproximadamente 6.000 millones de euros en billetes de avión al año y presencia indirecta en miles de puntos de servicio en múltiples países.

Schiphol Travel Group basa su estrategia en la digitalización de procesos y la personalización del servicio, posicionándose como un actor relevante en el segmento corporativo internacional. Según su director general, Daan Lenderink, la compañía está consolidando su crecimiento mediante un modelo de negocio que combina innovación tecnológica con atención especializada al cliente, lo que refuerza su competitividad en el mercado de viajes de negocios y su proyección de expansión sostenida en los próximos años.

VacanceSelect Europe

VacanceSelect Europe, fundada por Loek van de Loo, es una plataforma especializada en la intermediación de alojamientos turísticos al aire libre, con especial foco en campings y parques de vacaciones. En la actualidad gestiona alrededor de 31.000 alojamientos distribuidos en más de 1.200 campings en 16 países europeos, consolidándose como un actor relevante en la distribución de turismo de naturaleza a nivel europeo.

Tras haber formado parte del grupo francés Vacalians entre 2018 y 2022, la compañía fue adquirida en 2023 por European Camping Group, operación en la que también se integró la plataforma Camping Vision. A partir de esta reestructuración, VacanceSelect volvió a operar con datos financieros propios, registrando en 2024 una facturación de 115 millones de euros, frente a los 110 millones del año anterior.

De cara a 2025, la compañía se ha fijado un objetivo de crecimiento significativo hasta alrededor de 170 millones de euros, impulsado por la integración de su red B2B y el fortalecimiento de su posicionamiento en el mercado europeo. En este proceso,

también se ha producido una unificación de marca: desde octubre de 2025, Camping Vision opera bajo el nombre de VacanceSelect Travel, reforzando la estrategia de consolidación de la marca dentro del sector de vacaciones al aire libre. La organización continúa ampliando su red internacional de oficinas en ciudades como Breda, Ginebra, Copenhague, Hamburgo, Praga y Liubliana, con el objetivo de fortalecer su presencia en la distribución europea especializada.

ATPI

ATPI, con más de un siglo de experiencia en viajes corporativos, registró en 2024 una facturación de 136 millones de euros. Sus orígenes se remontan a 1919, aunque el grupo actual se consolidó en 2002 tras la fusión de agencias del Reino Unido y los Países Bajos, iniciando desde entonces una expansión internacional basada en adquisiciones estratégicas y alianzas en distintos mercados.

En los últimos años, el grupo ha reforzado su crecimiento mediante integraciones como Instone (2009), Direct Travel (2017), Travel Authority Group (2022) y Arjaa Travel (2024), ampliando su presencia a más de 100 localizaciones en África, Asia, Oceanía, Oriente Medio y América Latina. ATPI gestiona actualmente viajes para más de 3.000 clientes y ofrece servicios especializados en sectores como energía (petróleo, gas y minería), corporativo, eventos, lujo, deporte y logística compleja, incluyendo operaciones como el apoyo a competiciones internacionales.

De cara a 2025, ATPI Benelux prevé una facturación en torno a 133 millones de euros, manteniendo una estrategia de crecimiento sostenido en el segmento corporativo. En septiembre de 2025, la integración de Direct Travel dentro de la estructura de ATPI reforzó su posicionamiento global, generando un volumen conjunto de viajes superior a 6 millones. La dirección en la región está representada por Helen van Berkel, consolidando el enfoque del grupo en la gestión especializada de viajes corporativos a escala internacional.

Uniglobe

Como filial de la canadiense Uniglobe Travel International, fundada en 1981 en Vancouver, Uniglobe Travel Holland opera como una compañía especializada en la gestión de viajes para pequeñas y medianas empresas en los Países Bajos. En 2024, registró una facturación de 129 millones de euros, con una previsión de 130 millones para 2025, manteniendo así una evolución estable en su volumen de negocio dentro del segmento corporativo y de viajes de ocio para pymes.

La compañía cuenta con una estructura de aproximadamente 10 oficinas en el país y opera bajo varias marcas especializadas: Uniglobe Alliance Travel, centrada en reservas corporativas; Uniglobe Two Travel, orientada a viajes en grupo, deportivos y

desplazamientos en alta mar; y Uniglobe Westland Travel, enfocada en ofrecer tarifas competitivas para viajes de negocios. Esta segmentación le permite adaptarse a diferentes necesidades dentro del mercado de pymes.

Desde abril de 2024, la dirección en Países Bajos está a cargo de Laura Koeman quien ha impulsado una estrategia centrada en la innovación y el liderazgo tecnológico para mejorar la productividad del grupo. La compañía destaca la importancia de la digitalización y la eficiencia operativa como palancas clave de crecimiento, reforzando su posicionamiento dentro del ecosistema de agencias de viajes corporativos con enfoque local e integración global.

Expedia Travel (viajes tanto para B2C como para B2B)

Expedia Travel, parte de Expedia Group, es una de las plataformas pioneras en la comercialización de viajes online, fundada en 1996 bajo el nombre Microsoft Expedia Travel Services. Inicialmente concebida como una herramienta para agentes de viajes, evolucionó rápidamente hacia un modelo directo al consumidor y actualmente opera en más de 70 países, con sede en Estados Unidos y oficinas relevantes en Dublín. Su actividad combina tanto el segmento B2C como B2B, integrando reservas de vuelos, hoteles, paquetes dinámicos y soluciones tecnológicas para la distribución turística.

A lo largo de su desarrollo, Expedia ha crecido mediante una estrategia de adquisiciones que ha dado lugar a un ecosistema global de marcas y plataformas, incluyendo Hotwire, Orbitz Worldwide, Vrbo, Trivago y Wotif Group, entre otras. En el ámbito corporativo, la adquisición de Travelscape en el año 2000 marcó el inicio de su división de viajes de negocios. Desde 2018 opera oficialmente como Expedia Group, consolidando un modelo multimarca basado en tecnología, escalabilidad y distribución digital global.

En términos de liderazgo, desde mayo de 2024 la dirección ejecutiva del grupo está en manos de Ariane Gorin, quien sustituyó a Dara Khosrowshahi, ahora miembro del consejo y anterior CEO desde 2005. De cara a 2025, Expedia Travel en el mercado neerlandés presenta un alcance estimado en torno a 125 millones de euros, reflejando su peso en la distribución turística online. Su posicionamiento se basa en el uso intensivo de datos, tecnología y automatización para optimizar la venta de viajes a escala global, manteniendo un modelo altamente digitalizado y orientado a la eficiencia en la intermediación turística.

Fox Reizen (antes ANWB)

Fox Reizen opera de forma independiente tras su separación de ANWB mediante un management buy-out, pero mantiene una alianza comercial clave con este grupo. Sus productos siguen distribuyéndose a través del canal online propio y también mediante

la red de venta de ANWB, que actúa como socio distribuidor y punto de asesoramiento para el cliente.

Este modelo le permite a FOX ampliar su alcance en el mercado neerlandés sin necesidad de contar con una red física propia, apoyándose en un socio consolidado para reforzar su presencia en el canal tradicional y complementar su estrategia digital.

Djoser

Djoser es un turoperador neerlandés con más de 40 años de experiencia que organiza viajes en grupo combinando estructura organizada y libertad individual. La Djoser nació en 1985 con viajes a Egipto y actualmente ofrece más de 200 itinerarios en alrededor de 100 países, bajo el concepto de permitir al viajero decidir libremente sobre excursiones, actividades y parte del desarrollo del viaje, manteniendo servicios básicos como transporte y alojamiento organizados.

Sus grupos suelen ser reducidos, lo que favorece la interacción entre viajeros, y operan desde su sede en Leiden, con presencia también en Bélgica. La empresa trabaja con aerolíneas internacionales y combina distintos medios de transporte según el destino, así como alojamientos de categoría media y experiencias especiales en lodges, templos o estancias locales.

Djoser apuesta por el turismo sostenible, cuenta con certificación Travelife y colabora con UNICEF en proyectos sociales vinculados a la infancia. Además, está afiliada a ANVR y SGR, lo que garantiza protección al consumidor. En 2025, la compañía prevé una facturación aproximada de 93,5 millones de euros.

Redes de agentes independientes

Este apartado dentro del sector de la distribución se centra en las redes de agentes independientes, un canal que mantiene su relevancia dentro del ecosistema turístico pese al avance de la venta digital directa. TravelC Group BV continúa siendo la red de agentes con mayor visibilidad dentro del Top50 de TravMagazine, consolidando su posición dentro del segmento de intermediación. En esta misma categoría, Travel Counsellors refuerza su presencia en el mercado neerlandés a través de su modelo de asesores independientes.

Aunque otras redes no figuran en el ranking del Top50 de TravMagazine, siguen desempeñando un papel significativo como canales de distribución, especialmente en la venta de productos turísticos especializados y en la atención personalizada. Estas estructuras mantienen su valor dentro del sector al ofrecer flexibilidad, asesoramiento directo y acceso a una oferta diversificada de viajes.

TravelC Group BV

TravelC Group BV, anteriormente conocido como The Travel Club, es una red de agentes de viajes independientes liderada por Martine de Knoop y Don Kaspers. En 2024 alcanzó una facturación de 363 millones de euros, tras haber superado los 343,5 millones en 2023, y para 2025 prevé llegar aproximadamente a 376 millones de euros, consolidando su crecimiento dentro del segmento de distribución basada en asesores independientes.

El grupo cuenta con alrededor de 390 asesores de viajes independientes (ZRA) y 34 agencias de viajes afiliadas, que operan bajo distintas marcas minoristas como The Travel Club, YourTravel, United Travel, HolidayPlanners y The Travel Company ZRB. A estas se suman sus marcas de turoperación, entre las que se incluyen The Travel Company Holidays, Pacific Island Travel, Cheap Campers, Impala Tours, TravelTime y Casita Travel, reforzando así su posición tanto en distribución como en producción de viajes.

Desde abril de 2023 mantiene una alianza estratégica con TravelXL, centrada en compras conjuntas, marketing y desarrollo tecnológico, aunque esta última opera como entidad independiente y con marca propia. TravelXL registra además una facturación separada de 89,5 millones de euros, lo que eleva el volumen de negocio combinado del ecosistema a más de 465 millones de euros. La estructura accionarial de TravelC Group está respaldada mayoritariamente por la firma de inversión 819 Capital Partners, cofundada por Wim Smit, que también participa en otras compañías del sector como Fox Reizen y Travelhome.

YourTravel

La empresa forma parte del grupo TravelC Group BV y opera como una red de asesores de viajes independientes distribuidos por todo el país. Su modelo no se basa en una red de agencias físicas propias, sino en una estructura de agentes autónomos (ZRA) que gestionan su propio negocio, combinando atención presencial local con herramientas digitales y soporte central del grupo.

Su propuesta abarca una amplia gama de productos turísticos, incluyendo vacaciones en coche, campings, escapadas urbanas, cruceros, viajes de lujo, deportes de invierno, alquiler de coches, viajes de larga distancia y paquetes todo incluido tanto nacionales como internacionales. También desarrolla productos especializados como viajes en grupo, incentivos, viajes de negocios y experiencias temáticas (gastronomía, bienestar, golf, lunas de miel, turismo sostenible y viajes familiares).

El modelo se basa en asesores de viajes personales que ofrecen planificación y reserva a medida, actuando como consultores independientes que combinan cercanía con el

cliente y acceso a una amplia oferta de proveedores turísticos. Esto permite un servicio flexible, personalizado y sin la estructura tradicional de una red de sucursales.

La empresa está afiliada a organizaciones del sector como ANVR, SGR, Calamiteitenfonds e IATA, y colabora con una red internacional de socios turísticos. Su posicionamiento se apoya en un modelo híbrido entre emprendimiento independiente y plataforma central de apoyo, reforzando su papel dentro del mercado neerlandés de distribución turística.

Travel Counsellors

Esta empresa de viajes, fundada en 1994, nació con la visión de permitir a sus asesores trabajar de forma independiente desde casa, gestionando su propio negocio de viajes y ofreciendo un servicio altamente personalizado y cercano. En los Países Bajos comenzó a operar en 2005 y actualmente forma parte de una comunidad internacional de más de 2.000 asesores de viajes, de los cuales más de 200 están basados en el mercado neerlandés, respaldados por una estructura central de soporte internacional distribuida en varios países.

17

En el ejercicio más reciente, la compañía ha continuado su crecimiento dentro del segmento de distribución independiente, con una facturación en los Países Bajos de 80 millones de euros en 2024 y una previsión de 85 millones de euros en 2025. Este desempeño refleja la consolidación de su modelo basado en asesores autónomos, lo que le ha permitido mantener una posición relevante dentro del Top50 de TravMagazine, donde ocupa la posición 23.

La dirección de Travel Counsellors en Países Bajos está encabezada por Milka van Dam, mientras que Fred van Eijk ocupa un rol directivo dentro de la estructura nacional. A nivel global, la empresa superó recientemente los 1.000 millones de libras esterlinas en ventas, consolidando su peso en el mercado internacional.

Además de su enfoque personalizado, la empresa mantiene un fuerte compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social, colaborando con iniciativas como The Travel Foundation para promover itinerarios más responsables, y con aseguradoras como Rock Insurance para ofrecer mayor seguridad al viajero. También impulsa políticas internas centradas en la igualdad y la ética empresarial, integrando estos principios en su modelo de negocio basado en asesores independientes y tecnología de apoyo.

Personal Touch

Personal Touch Travel es una red neerlandesa de asesores de viajes independientes fundada en 2006 por Harry Aarsse como una de las primeras franquicias del país orientadas a este modelo de negocio. Actualmente cuenta con alrededor de 150 asesores de viajes móviles que operan en todo el territorio neerlandés, ofreciendo servicios personalizados directamente al cliente y adaptados a cada tipo de viajero. La empresa ha sido recientemente adquirida por BB Capital lo que refuerza su estructura financiera y su capacidad de crecimiento dentro del segmento de distribución independiente.

Su modelo se basa en el asesoramiento individualizado, donde cada cliente trabaja con un asesor exclusivo que le acompaña durante todo el proceso del viaje, desde la planificación hasta el regreso. Este enfoque permite ofrecer recomendaciones actualizadas, asistencia continua, asesoramiento en seguros y un alto nivel de personalización. Su oferta incluye viajes a medida, escapadas urbanas, viajes deportivos de invierno, itinerarios complejos y experiencias de lujo diseñadas según las preferencias del cliente.

18

La empresa destaca también por su apuesta por la profesionalización del sector a través de su propia Academia de Viajes Personales, donde forma a nuevos asesores, además de herramientas comerciales, eventos internos y contenidos formativos periódicos. Está afiliada a ANVR, SGR y Calamiteitenfonds, lo que garantiza seguridad y confianza al consumidor. En conjunto, su propuesta se enmarca en la tendencia del sector hacia un modelo en el que el asesoramiento experto y personalizado se convierte en parte central de la experiencia de viaje.

Face2Face Travel

Face2Face Travel es una red neerlandesa de asesores de viajes independientes fundada en 2007, con sede en Almere, donde se ubica su Travel Facility Center. Desde este centro se proporciona soporte administrativo, tecnológico y operativo a toda la red, que funciona bajo un modelo de franquicia orientado al emprendimiento individual dentro del sector turístico.

La compañía no opera como una red de agencias físicas tradicionales, sino como una estructura de asesores de viajes independientes, conocidos como "Travel Managers", que gestionan su propio negocio de forma autónoma. Estos profesionales trabajan desde ubicaciones flexibles y combinan la independencia empresarial con el acceso a sistemas, acuerdos comerciales y herramientas digitales proporcionadas por la organización central.

Su propuesta se centra en el asesoramiento personalizado, donde cada Travel Manager acompaña al cliente durante todo el proceso de planificación y reserva del viaje, adaptando cada experiencia a sus necesidades específicas. Este modelo permite integrar cercanía, flexibilidad y soporte tecnológico, posicionando a Face2Face Travel dentro de la tendencia de distribución turística basada en redes de asesores independientes y atención altamente personalizada.

PLATAFORMA DE RESERVAS Y CONTRATACIÓN ON LINE

Prijsvrij Group/ D-reizen

Prijsvrij Group, fundado en 2010, se ha consolidado como una de las principales plataformas de reservas de viajes en Países Bajos, situándose entre las primeras posiciones del Top50 de TravMagazine. Desde 2023 está dirigido por Marc van Deursen y ha experimentado un fuerte crecimiento, pasando de 690 millones de euros en 2023 a unos ingresos estimados de 1.076 millones de euros en 2025. El desarrollo se apoya en el mercado neerlandés y en Bélgica donde opera desde 2017 mediante una plataforma digital específica.

El crecimiento reciente está impulsado principalmente por el canal online, con incrementos del 25 % en D-reizen Online y del 40 % en Prijsvrij Vakanties. El modelo combina distribución digital con una red física de agencias, reforzando su estrategia omnicanal.

En 2014, el 50 % del capital pasó a manos de DER Touristik, y en 2015 la empresa lanzó Sunmix, su propio turoperador de paquetes dinámicos. La adquisición de D-reizen en 2021 permitió integrar unas 78 oficinas físicas y reforzar su posición en el mercado neerlandés. Actualmente, el grupo forma parte de DERTOUR Group, aunque su estructura accionarial sigue condicionada por un litigio en curso con el fundador neerlandés.

Dé VakantieDiscounter

Consolidada como una de las plataformas digitales de referencia en la venta de paquetes vacacionales, Dé VakantieDiscounter centra su actividad en ofrecer viajes combinados a destinos internacionales a precios competitivos. La empresa comenzó a operar en el año 2000 bajo el nombre Holiday Discounter dentro del grupo Holiday Discount Group, con sede en Arnhem.

La compañía alcanzó en 2024 una facturación de alrededor de 340 millones de euros y prevé llegar a unos 350 millones de euros en 2025. Está dirigida por Hans van Hoffen y cuenta con un catálogo de más de 10.000 alojamientos en más de 50 países, lo que refuerza su posicionamiento en el mercado online del Benelux.

En cuanto a su estructura corporativa, en 2017 fue adquirida por el grupo Otravo, lo que impulsó su desarrollo tecnológico y su estrategia de marketing digital. Posteriormente, en julio de 2022 pasó a formar parte de la firma de inversión británica 3i Group lo que le ha permitido mayor autonomía y capacidad de crecimiento dentro del mercado europeo de viajes online.

AirTrade Holland BV

AirTrade Holland BV, fundada en 1989 en Haarlem, es una empresa especializada en la consolidación, emisión y procesamiento de billetes de avión en el segmento B2B. Con una trayectoria de más de 36 años, se ha consolidado como uno de los actores principales en este ámbito dentro del mercado neerlandés, evolucionando desde sus inicios como agencia de viajes acreditada por la IATA hasta convertirse en un proveedor tecnológico y operativo para la distribución aérea.

En 1999 lanzó Vliegwinkel.nl, una de las primeras agencias de viajes online del mercado neerlandés, lo que reforzó su posicionamiento en el entorno digital. En la actualidad, la compañía continúa centrada en soluciones de ticketing y distribución aérea para terceros, manteniendo una fuerte especialización en el sector.

En términos de negocio, AirTrade alcanzó en 2024 una facturación de 202 millones de euros y prevé llegar a unos 209 millones de euros en 2025, con una plantilla aproximada de 42 empleados (FTE).

En cuanto a su estructura corporativa, formó parte del grupo BCD desde 1998 hasta 2021, cuando AERTiCKET adquirió la participación mayoritaria, integrándola en su red internacional de distribución aérea.

Sunny Cars

Sunny Cars fue fundada en 1990 en Alemania por Kai Sannwald como una empresa especializada en alquiler de coches, inicialmente enfocada en colaborar con agencias de viajes, que en ese momento eran el principal canal de distribución del sector turístico. Con el tiempo, la compañía evolucionó hacia un modelo digital basado en reservas online, lo que le permitió expandirse internacionalmente y consolidarse como socio especializado en el alquiler de vehículos en mercados como Países Bajos, Bélgica, Austria y Suiza.

La empresa se ha posicionado como un actor de referencia en el segmento de rentacar dentro de la industria turística y es el único especialista en alquiler de coches afiliado a ANVR. Su modelo se basa en la intermediación y gestión de una amplia flota de proveedores globales, manteniendo un enfoque centrado en la distribución a través del canal turístico.

Según el Top50 de TravMagazine, Sunny Cars alcanzó en 2024 una facturación de 175 millones de euros y prevé llegar a unos 198 millones de euros en 2025, consolidando su crecimiento en el mercado europeo. La empresa cuenta con 73 empleados a tiempo completo.

En el último ejercicio, la compañía también experimentó cambios en su estructura directiva, tras la salida de Hans Knottnerus después de 16,5 años en la empresa, siendo sustituido por Suzanne Al y Marco Ammerlaan como nuevos directores generales.

Tix.nl

21

Tix.nl es una plataforma neerlandesa de reservas de viajes fundada en 2010, especializada inicialmente en la venta de billetes de avión y que posteriormente amplió su oferta a reservas de hotel, alquiler de coches y entradas para actividades turísticas como museos y eventos. Actualmente opera como un actor relevante dentro del mercado online de viajes en Países Bajos.

La marca forma parte de Tix Travel Group, entidad que asumió en 2022 las marcas neerlandesas del antiguo grupo Otravo tras su quiebra. Dentro de este grupo también se integran Vliegtickets.nl, WTC.nl y Schipholtickets.nl, consolidando un portfolio de plataformas digitales de distribución turística.

En 2024, Tix Travel Group reforzó su expansión internacional con la entrada en el mercado belga mediante la adquisición de Billetdavion.be y Goedkopevliegtuigtickets.be. La posición de Tix.nl en el Top50 de TravMagazine se considera estimada, ya que la compañía no publica datos oficiales de facturación.

ASOCIACIONISMO EN EL SECTOR

ANVR¹ (Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen)

La ANVR (Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen) es la principal asociación empresarial del sector turístico en los Países Bajos. Agrupa a turoperadores, agencias de viajes vacacionales y de negocios, empresas de distribución turística y otros actores del sector. En conjunto, representa aproximadamente a 270 empresas miembros, unas 500 agencias de viajes y alrededor de 1.000 agentes de viajes independientes, incluidos agentes IATA².

La asociación actúa como organismo central de representación del sector, defendiendo los intereses económicos, regulatorios y profesionales de sus miembros tanto a nivel nacional como internacional. Su objetivo es reforzar la posición del sector turístico neerlandés y garantizar estándares de calidad, seguridad y transparencia en la distribución de viajes.

Uno de los pilares del sistema ANVR es la protección del consumidor. La organización opera en estrecha relación con el sistema de garantías del sector, donde los miembros están vinculados a la SGR, que protege los pagos de los viajeros en caso de insolvencia de una empresa turística. Asimismo, los afiliados participan en el Calamiteitenfonds Reizen, fondo de contingencia que cubre a los viajeros ante situaciones extraordinarias en destino, como catástrofes naturales o crisis imprevistas.

ANVR también desempeña un papel relevante en la autorregulación del sector, mediante la aplicación de las ANVR-Reisvoorwaarden (condiciones de viaje), elaboradas en colaboración con organizaciones de consumidores. Estas establecen los derechos y obligaciones tanto de las agencias como de los viajeros, y constituyen la base contractual estándar en el mercado neerlandés.

En el ámbito de la resolución de conflictos, la asociación colabora con la Geschillencommissie Reizen, un organismo independiente de arbitraje que resuelve disputas entre clientes y empresas del sector, ofreciendo una vía de resolución más rápida y accesible que la vía judicial.

La estructura interna de ANVR se organiza en diferentes áreas de trabajo, como aviación, consumo, empleo, educación, sostenibilidad e imagen del sector, además de foros específicos para agencias de viajes y turoperadores.

¹ANVR | Onbezorgd op reis | ANVR (<https://www.anvr.nl>).

² ANVR, información corporativa consultada a través de Barin, "Preferred Partners – ANVR". Disponible en: <https://www.barin.nl/preferred-partners/anvr/> (acceso en 2026)

Desde julio de 2024, el director de la asociación es Frank Radstake quien forma parte de un equipo directivo que incluye responsables de áreas jurídicas, comerciales y de sostenibilidad.

En la actualidad, ANVR mantiene un papel activo en los debates europeos sobre sostenibilidad, regulación del transporte aéreo y fiscalidad del turismo, defendiendo la competitividad del sector frente a nuevas restricciones normativas. Además, participa en el diálogo institucional sobre la regulación de la publicidad de productos relacionados con combustibles fósiles, como vuelos y cruceros, en el marco de políticas climáticas municipales y nacionales.

VvKR³ (Vereniging van Kleinschalige Reisorganisaties)

La VvKR (Vereniging van Kleinschalige Reisorganisaties) se fundó en 2011 a partir de la unión de diversos especialistas en viajes en los Países Bajos. En la actualidad, cuenta con aproximadamente 536 miembros, formados por agencias de viajes pequeñas e independientes especializadas en turismo a pequeña escala y en la creación de experiencias personalizadas.

23

El modelo de estas empresas se basa en la organización de viajes en grupos reducidos o de forma individual, con un enfoque en la autenticidad del destino. Las estancias suelen realizarse en alojamientos singulares y, en muchos casos, gestionados localmente, promoviendo el respeto por la cultura, las tradiciones y el estilo de vida de las comunidades anfitrionas.

La asociación ofrece a sus miembros distintos servicios de apoyo, como asesoramiento legal, formación empresarial y herramientas de desarrollo profesional, facilitando la gestión y el crecimiento de pequeñas empresas del sector turístico. Asimismo, los afiliados que organizan viajes combinados deben disponer de una garantía de viaje que asegure el reembolso al cliente en caso de insolvencia del operador turístico.

De igual forma, las empresas asociadas están obligadas a contar con un seguro de responsabilidad civil, que cubre posibles daños personales, materiales o incidencias durante la prestación de los servicios turísticos. Este marco de protección refuerza la confianza del consumidor y contribuye a la profesionalización del segmento de turismo a pequeña escala en Países Bajos.

³ VvKR – Vereniging van Kleinschalige Reisorganisaties, “Wat is VvKR?”, disponible en: <https://www.vvkr.nl> (consultado en 2026).

BARIN⁴ (Board of Airline Representatives in the Netherlands)

La BARIN (Board of Airline Representatives in the Netherlands), fundada en 1957, es una de las asociaciones de representación aérea más importantes de Europa. Agrupa a unas 50 aerolíneas nacionales e internacionales que operan vuelos de pasajeros y carga desde y hacia los Países Bajos, representando aproximadamente el 80% del tráfico aéreo del país. Sus miembros incluyen principalmente compañías aéreas internacionales de todos los continentes.

La asociación actúa como órgano de representación del sector aéreo ante instituciones nacionales y europeas, coordinando la posición común de las aerolíneas en cuestiones regulatorias, operativas y estratégicas.

Su estructura organizativa se compone de una Junta Directiva y una Junta Ejecutiva, formada por representantes de las aerolíneas miembros y responsables de la toma de decisiones operativas. Entre sus cargos principales se encuentran el presidente de la Junta Ejecutiva, Marnix H. Fruitema, y el secretario general, Joost Hasperhoven, junto con representantes de compañías como KLM, American Airlines, Transavia, Etihad Airways y Singapore Airlines.

24

En 2026, BARIN ha reforzado su papel como interlocutor clave en la gestión de crisis del sector aéreo europeo. En su comunicación interna y sectorial, la asociación ha abordado recientemente el impacto de tensiones geopolíticas sobre el suministro energético, la estabilidad de los costes operativos y la capacidad aérea, señalando que las cancelaciones representan alrededor del 2% de la capacidad total, sin constituir un impacto sistémico⁵.

Asimismo, ha liderado iniciativas coordinadas a nivel europeo para solicitar flexibilidad temporal en la normativa de uso de slots aeroportuarios (regla 80/20), con el objetivo de evitar ineficiencias operativas en contextos de presión de capacidad. Estas acciones se han dirigido a la Comisión Europea en el marco de la regulación del transporte aéreo.

En paralelo, BARIN participa en debates estratégicos sobre el futuro del sector, destacando la importancia del desarrollo de combustibles sostenibles de aviación (SAF) y la electrificación progresiva del transporte aéreo como elementos clave no solo para la transición climática, sino también para la seguridad energética y la resiliencia industrial del sector.

La asociación también sigue de cerca cuestiones operativas relacionadas con la gestión aeroportuaria en Países Bajos, como las mejoras en la coordinación en aeropuertos

⁴ Home - BARIN (<https://www.barin.nl>).

⁵ BARIN – Board of Airline Representatives in the Netherlands, “News & Press”, disponible en: <https://www.barin.nl/news-press/> (consultado en 2026)

como Schiphol, la experiencia del pasajero en situaciones extremas y la planificación de infraestructuras aeroportuarias en el contexto de la reconfiguración del espacio aéreo neerlandés.

DMC (Destination Management Company) Alliantie Nederland⁶

La DMC Alliantie Nederland es una asociación comercial que agrupa a empresas especializadas en turismo receptivo y turismo de negocios (MICE) en los Países Bajos. Sus miembros están centrados en la gestión de destinos, la organización de eventos y la coordinación de servicios turísticos para clientes internacionales y corporativos.

En la actualidad, la asociación cuenta con 34 empresas miembro activas en el destino Países Bajos, que trabajan de forma conjunta para fortalecer la posición del país como destino turístico competitivo. Estas empresas generan una facturación conjunta media anual de aproximadamente 92 millones de euros y gestionan alrededor de 3.500 proyectos turísticos al año, lo que refleja la importancia del segmento MICE y del turismo de experiencias en el mercado neerlandés.

25

La DMC Alliantie Nederland reúne empresas con diferentes especializaciones, desde la gestión de mercados emisores concretos hasta la organización de congresos, incentivos y eventos de gran escala. Su actividad se centra en el fortalecimiento del turismo receptivo en Países Bajos y en la mejora de la competitividad del destino en el ámbito internacional.

Entre sus objetivos principales destaca la defensa de los intereses comunes de sus miembros y la cooperación con otros actores del sector turístico, tanto públicos como privados. En este sentido, la asociación mantiene una relación constante con ayuntamientos, hoteles, atracciones turísticas y comunidades locales, promoviendo la coordinación entre el desarrollo turístico y el entorno social.

ANWB⁷ (Koninklijke Nederlandse Toeristenbond)

La ANWB (Algemene Nederlandse Wielrijdersbond) es la mayor organización de movilidad, automovilistas y viajeros de los Países Bajos, con más de 5,2 millones de miembros. Representa los intereses de los ciudadanos en los ámbitos de movilidad, ocio y turismo, combinando funciones de club de usuarios, proveedor de servicios y actor institucional clave dentro del sistema de movilidad neerlandés. Según su trayectoria histórica, la ANWB evolucionó desde un club ciclista hasta convertirse en la principal asociación del país, desempeñando un papel fundamental en el desarrollo de infraestructuras como la señalización vial, los carriles bici, la asistencia en carretera y los

⁶ DMC Alliantie Nederland (<https://www.dmcalliantie.nl/en/>).

⁷ ANWB (<http://www.anwb.nl>).

servicios de emergencia, ampliando posteriormente su actividad hacia el turismo, la seguridad vial y el apoyo integral al viajero.

La organización ofrece asistencia en carretera, seguros de viaje y de automóvil, así como una amplia gama de productos vinculados a la movilidad y el turismo. Sus socios disponen de descuentos en viajes, productos y servicios tanto en sus 87 tiendas físicas como en su plataforma digital. ANWB también desarrolla una importante actividad editorial, siendo su revista *KampeerKampeer* la publicación con mayor tirada del país, con aproximadamente 3,54 millones de ejemplares distribuidos diez veces al año, junto con otras publicaciones como *KampeerKampeer*, *Reis mee*, *Kampeer Onderweg* y *Kampeer E-bike*. A nivel internacional, participa en organizaciones como la FIA (Fédération Internationale de l'Automobile), ARC Europe y la Global Mobility Alliance (GMA), lo que le permite influir en la regulación de la movilidad y el turismo a escala europea.

Su estructura de gobernanza se articula a través del Consejo Federal, órgano representativo de los miembros que se reúne dos veces al año y está compuesto por representantes de las 12 provincias neerlandesas. Este consejo se encarga de aprobar presupuestos, cuentas anuales, modificaciones estatutarias y cuotas de afiliación.

26

La ANWB tiene como objetivo principal facilitar la movilidad de las personas, eliminar obstáculos en los desplazamientos y ofrecer asistencia cuando sea necesario. Su misión es permitir que todos los usuarios puedan viajar de forma segura, sin preocupaciones y con disfrute dentro de una sociedad sostenible. La organización se basa en cuatro valores de marca —fiable, orientada a las personas, progresista y brillante— y dos valores de ambición —innovadora y contemporánea—. Dentro de su estrategia “Camino a 2030”, busca consolidar su papel como gran organización social en los ámbitos de movilidad, seguridad vial, ocio y viajes, mediante la asistencia a los miembros en situaciones de emergencia, la influencia en políticas públicas, la conexión entre actores del sector, la mediación de intereses, la innovación en productos y servicios, la eliminación de barreras a la movilidad y la difusión de información útil para los usuarios.

En el ámbito social, la ANWB desarrolla iniciativas como el Children's Bicycle Plan, que dona bicicletas a jóvenes, y ANWB AutoMaatje, un servicio de transporte para personas con movilidad reducida. También impulsa programas educativos como Streetwise, campañas de seguridad vial y acciones de concienciación sobre movilidad segura en bicicleta, además de contar con una Academia de Voluntarios y un fondo de apoyo a proyectos locales relacionados con movilidad, seguridad y sostenibilidad.

ANTOR Nederland⁸

ANTOR Nederland es la Asociación de Representantes de las Oficinas Nacionales de Turismo en los Países Bajos. La ANTOR Nederland, fundada en 1975, es una organización apolítica formada por oficinas de turismo nacionales y regionales extranjeras con representación en el país, cuyo objetivo principal es fomentar el turismo emisor desde los Países Bajos. Actualmente cuenta con 27 miembros y su consejo está integrado por representantes de destinos como Flandes, Valonia, Alemania, Irlanda, España y Turquía.

La asociación organiza al menos cuatro eventos al año con el objetivo de fomentar el networking entre profesionales del sector turístico, medios especializados, blogueros y periodistas, así como para analizar la evolución del comportamiento del consumidor neerlandés y compartir conocimiento sobre la industria. En estos encuentros se incluyen presentaciones de aeropuertos como Schiphol y Eindhoven, así como sesiones con actores del sector como KLM, Travel Counsellors, Vakantiebeurs, plataformas de marketing digital y medios especializados. También se abordan temas como la reputación online, el impacto de las reseñas en la elección de destinos —donde plataformas como Zoover han tenido una gran influencia en el mercado neerlandés— y la integración del marketing de destinos.

Su principal evento es el taller anual ANTOR NL Media, celebrado en Ámsterdam, donde los destinos miembros se reúnen con periodistas, blogueros y creadores de contenido para presentar novedades, tendencias y eventos turísticos del año siguiente. En la última edición participaron 29 destinos y medios de comunicación especializados en viajes y estilo de vida, y la próxima edición está prevista para el 19 de noviembre de 2026.

⁸ [ANTOR Nederland](http://www.antor.nl) (<http://www.antor.nl>)

85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA

