TURESPAÑA

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

2.

BÉLGICA 2025
Mercado Emisor

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

www.tourspain.es

2

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

TABLA DE CONTENIDO

Mercado emisor 4

Mercado emisor a España 14

Destinos competidores y posicionamiento 23

Perspectivas a medio plazo 27

MERCADO EMISOR

Datos Clave

En el año 2024 los belgas realizaron 17,8 millones de viajes al extranjero, un 2,3% más con respecto al año anterior. El gasto en viajes internacionales aumentó en mayor proporción que el número de viajes, alcanzando los 14.672 millones de euros.

La propia Bélgica es el principal destino turístico escogido por los belgas, y tras un aumento del turismo doméstico en los años 2020 y 2021, en 2022 se retoman los viajes al extranjero, circunstancia que se consolida en 2023 alcanzándose ya los niveles de 2019. Los viajes en Bélgica en 2024 disminuyen 2,2 puntos con respecto al año anterior.

Francia fue el destino internacional más visitado, acaparando el 31,6% de los viajes realizados al exterior, seguido de España(11,5%) y de Países Bajos (10,3%)

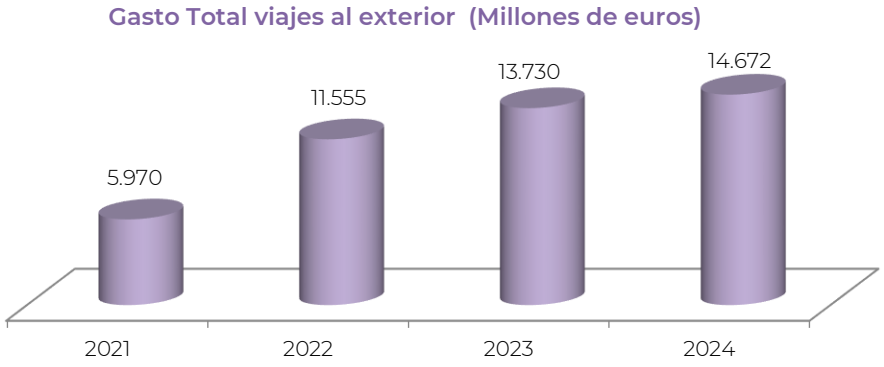
En el año 2024 visitaron España 3,06 millones de turistas belgas, un 3,3% del total de turistas recibidos en nuestro país, situándose Bélgica en el octavo puesto como mercado emisor a España. En lo que se refiere al gasto, Bélgica se sitúa en el octavo puesto, realizando un gasto de 4,1 miles de millones de euros. El gasto medio por persona y el gasto medio diario alcanzaron los 1.344 y 151 euros respectivamente.

España es un destino maduro para el mercado belga, siendo tradicionalmente el tercer país elegido para disfrutar las vacaciones y el destino favorito de sol y playa. Las Comunidades Autónomas más visitadas en 2024 fueron la Comunidad Valenciana (23%), Andalucía (19%) y Canarias (16%).

La motivación principal de los turistas belgas que visitaron España en 2024 fue el ocio (88%), y las actividades más realizadas fueron visitar una ciudad, una playa y disfrutar de la gastronomía.

Volumen del mercado por gasto

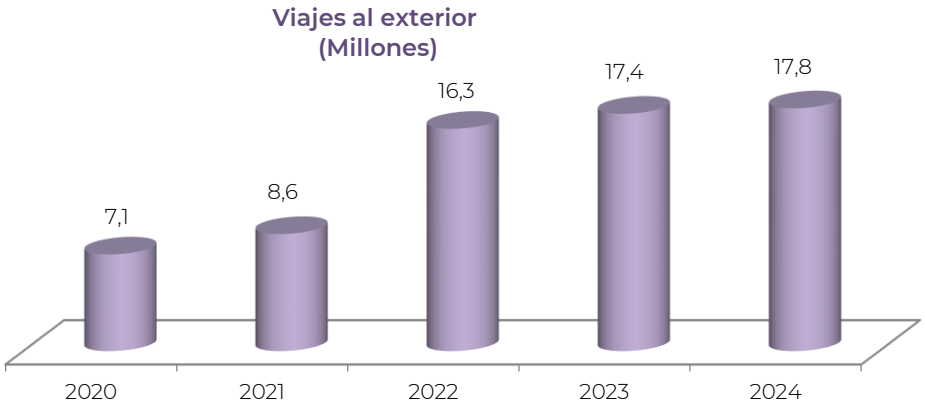
El volumen de gasto del mercado belga en viajes al exterior estuvo creciendo hasta 2020, año en el que cae drásticamente debido a la crisis del coronavirus. En 2022 casi se alcanzó el gasto total de 2019, y en 2023 este gasto se recuperó ya totalmente, manteniendo en 2024 una tendencia al alza.



Fuente: Datos estimados a partir de STABEL y ABTO

Volumen del mercado por número de viajes

La tendencia de los belgas de viajar al extranjero se vio frenada en 2020, cuando a causa de los efectos de la crisis del coronavirus la gran mayoría de los viajes se realizó dentro de la propia Bélgica. Este comportamiento se mantuvo en 2021 para finalmente revertir en 2022 y 2023, año en el que ya se alcanzan los niveles pre pandemia de 2019.



Fuente: Travel Survey (Quarter and month) – 2024, STATBEL.

En 2024 la población belga realizó 17,8 millones de viajes al exterior, un 2,3% más respecto del año anterior.

Se recupera de esta forma la tendencia que se había venido acentuando con el paso de los años, ya que en 2015 los belgas realizaron 12,5 millones de viajes al extranjero, cifra que fue aumentando progresivamente hasta alcanzar el pico de 17,3 millones en el año 2019.

Según datos de STATBEL, en 2024 el 75.8% de los viajes belgas se realizó al extranjero (2,6 puntos por encima de la tasa de 2023), y en el 80,9% del total de viajes al extranjero el destino fue de la Unión Europea.

La posición geográfica de Bélgica determina de forma importante su comportamiento turístico. Los países limítrofes (Francia, Alemania, Luxemburgo y Países Bajos) resultan ser el destino de la mayoría de los viajes realizados al extranjero. El comportamiento del turista belga en estos destinos es bastante similar al del mercado doméstico. No obstante, hay que distinguir el caso de Francia, destino que para distancias cortas se considera como país vecino y para las largas como destino similar al resto de países europeos.

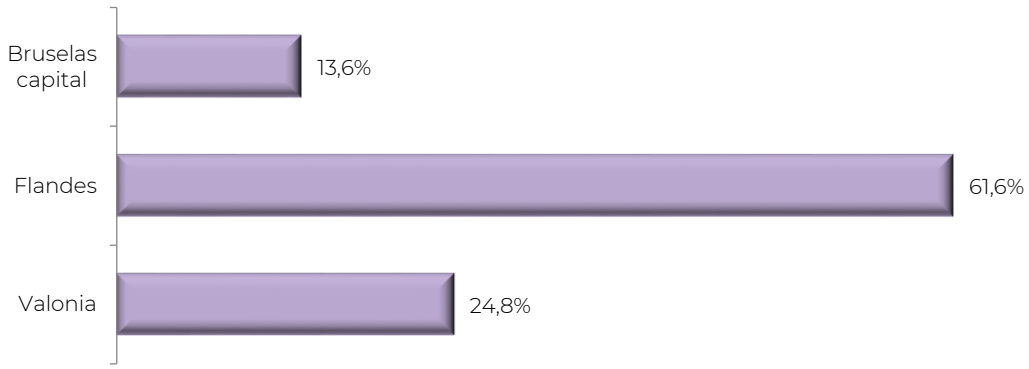
Dadas estas características, y de acuerdo con los datos de STATBEL, el 47,9% de los viajes al extranjero en 2024 se realizó a países limítrofes, aunque existen importantes diferencias si se considera la duración del viaje, ya que en el caso de vacaciones largas (4 noches o más) los viajes a países vecinos disminuyen considerablemente, exceptuando Francia.

En cuanto a los viajes realizados dentro de la propia Bélgica (24,2% del total, con una disminución de -1,3 puntos respecto de 2023), el 34,6% de los mismos tuvo como destino la costa del país, el 28,6% las Ardenas y el 12,9% las "Ciudades de arte"[1]

Principales áreas emisoras

Del total de viajes que realizaron los belgas en 2024, un 61,6% tuvo su origen en la región de Flandes, área emisora que más viajes registra.

Principales áreas emisoras Bélgica 2024 (% de viajes)



Fuente: Travel Survey (Quarter and month) – 2024, STATBEL

[1] Bruselas, Amberes, Gante, Brujas, Lovaina, Malinas, Lieja, Namur, Charleroi y Mons.

Por otra parte, y a gran distancia de Flandes, las regiones de Valonia y Bruselas-Capital registraron un 24,8% y 13,6% de los viajes como áreas emisoras. Cabe destacar la notable diferencia geográfica y poblacional entre Valonia y Bruselas-Capital, siendo esta última de menor territorio y número de habitantes, pero con un mayor volumen de mercado.

Las provincias emisoras más importantes son Amberes (15%), Bruselas (13%), Hainaut (13%), Flandes Oriental (12%), Flandes Occidental (12%).

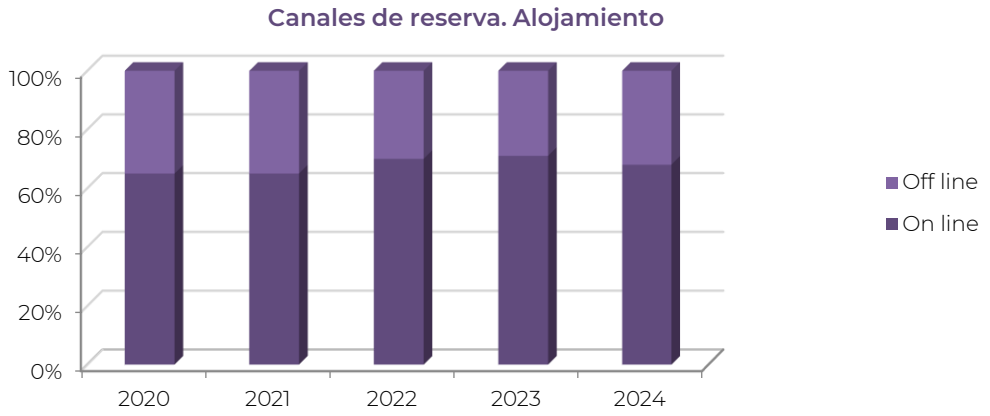
Organización del viaje y reservas

En lo referente a la etapa previa a la reserva, la mayoría de los belgas que realizaron viajes en el 2024 consultaron información del destino en internet. Según ABTO, la página web de los operadores constituye la tercera fuente de inspiración de ideas de viaje tras las recomendaciones de amigos y familiares y las propias experiencias anteriores, mientras que las redes sociales se presentan como otra de las fuentes de inspiración que adquiere cada vez más importancia.

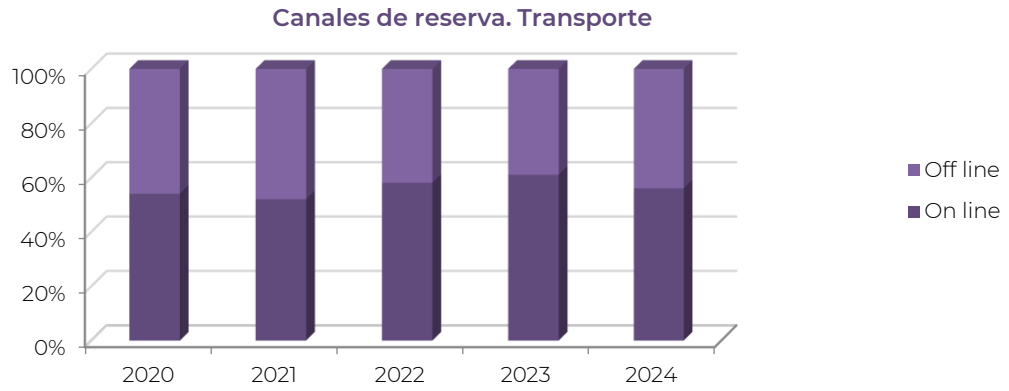
En cuanto a las reservas, según ABTO el 65% de los viajes que se realizaron en 2024 se organizó por cuenta propia de los viajeros, mientras que el 26% se organizó mediante los servicios de un profesional. Para el 9% restante se utilizaron ambos medios. En cuanto al tipo de reservas, el 51% se realizó conjuntamente para el transporte y el alojamiento, el 36% sólo para el alojamiento y el 13% para el transporte.

De los viajes que se organizaron a través de un profesional, un 54% se reservó online, un 36% offline y un 10% combinando ambos medios. En cuanto a las reservas directas de los servicios, el 68% de las reservas de alojamiento en 2024 se realizó online, mientras que para el transporte este porcentaje fue del 56%, con un descenso de 3 y 5 puntos respectivamente con relación a 2023.

La importancia de internet en el proceso de inspiración, recogida de información y reserva de los servicios es cada vez mayor, aunque su peso varía en función del país de destino, así como la reserva mediante agentes profesionales. Los viajes a países vecinos como Francia, Países Bajos, Alemania o Luxemburgo se organizaron de forma directa por el viajero y principalmente por internet. Por el contrario, los viajes a destinos más lejanos (como Egipto o países de América del Sur) se organizaron contratando al menos un intermediario en los servicios turísticos solicitados.



Fuente: Travel Trends Report 2024 – ABTO



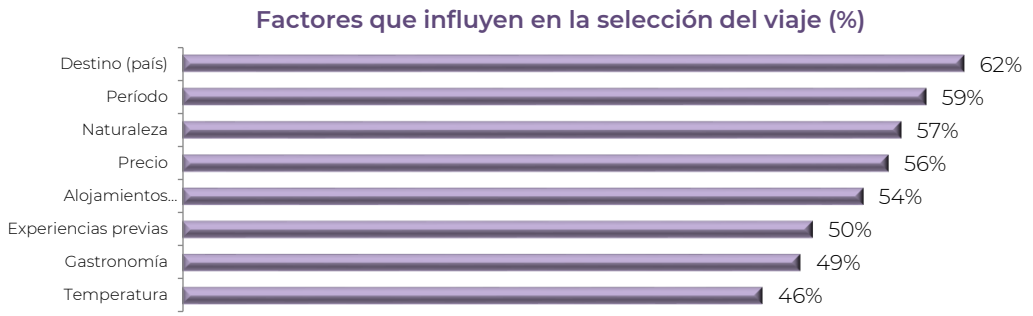
Fuente: Travel Trends Report 2024 – ABTO

Los canales de reserva varían en función del servicio contratado. En el caso del alojamiento, los canales online obtienen más importancia, siendo booking.com la plataforma más utilizada (29%), seguida de la propia web de los hoteles (20%) y Airbnb (10%). En el caso del transporte, las reservas se realizan mayoritariamente a través de las websites de las compañías proveedoras del servicio, como sucede en las reservas de los vuelos (23% Ryanair, 21% Brussels Airlines y 8% TUI Fly como las más importantes) y trenes (el principal proveedor es Eurostar, con un 36%)

El período de reserva de las vacaciones se concentra en los meses de septiembre a noviembre, y en enero y febrero.

Comportamiento viajero

El factor que más influencia tuvo en lo referente a la selección de las vacaciones de los belgas fue el destino, seguido del período, del precio del viaje y de la naturaleza.



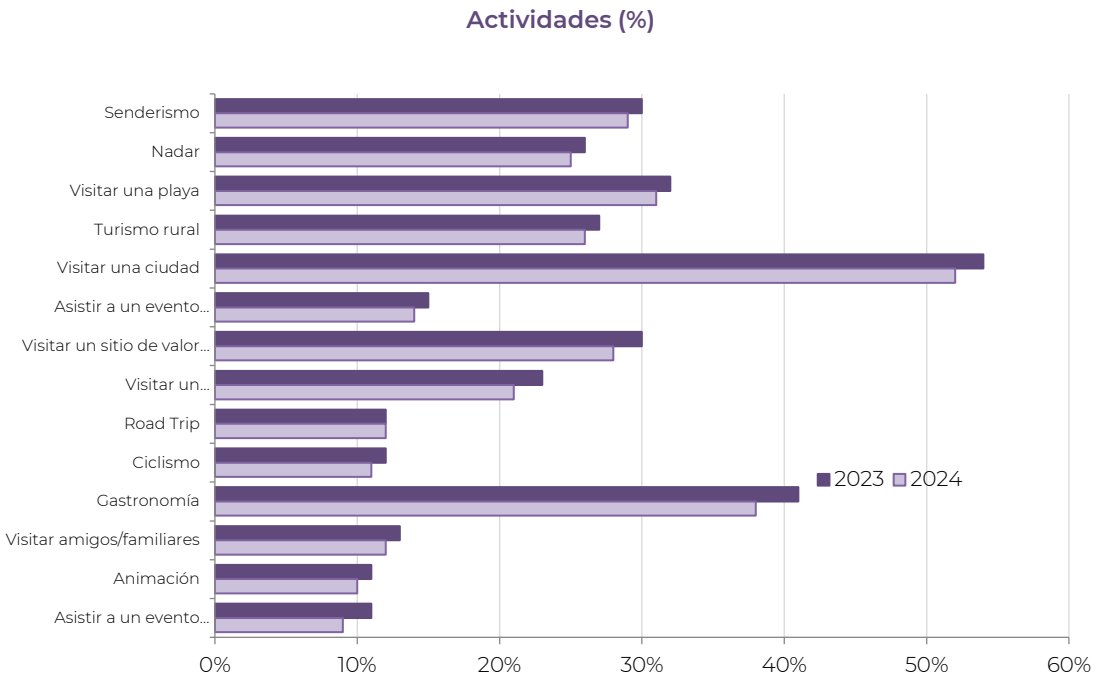
Fuente: : Travel Trends Report 2024 - ABTO

Los belgas otorgan especial relevancia al destino a la hora de realizar un viaje y se ven influidos por diferentes factores a la hora de seleccionar un país u otro para sus vacaciones. En el caso de España, influyen sobre todo la temperatura (81%), el precio (67%), el período (66%)y la gastronomía (58%), mientras que en el de Francia influyen la naturaleza (60%), el período (59%), el precio (55%), los productos y servicios disponibles (53%), y la gastronomía (47%), así como la distancia del país con Bélgica (43%). En la selección de Italia influyen la gastronomía (69%), la temperatura (64%), la cultura (59%) y el precio (59%), y en la de Grecia la temperatura (84%), la gastronomía y el precio (71% ambos), el precio (65%) y la naturaleza (63%).

Todos los países anteriormente mencionados son seleccionados para disfrutar las vacaciones también por las experiencias previas de los viajeros y por el hecho de tratarse de países ampliamente conocidos por la población. En este sentido, España es el país más seleccionado entre los anteriores en función de las experiencias previas (59%), y por su reputación como destino turístico (71%), sólo superado por Grecia (64% y 77% respectivamente)

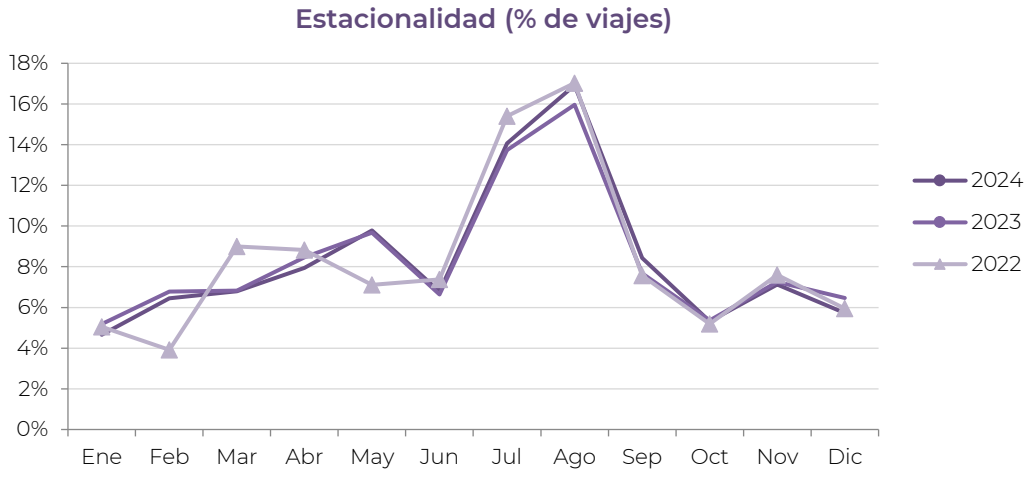
En cuanto a las experiencias, las actividades de ocio fueron las que más realizaron los belgas durante el disfrute de su viaje (73%), seguidas de las actividades culturales (70%) y de deportes/aventura (43%).

A continuación se muestran los tipos de actividades más realizadas durante las vacaciones de los belgas en los años 2023 y 2024:



Fuente: Travel Trends Report 2024 – ABTO

Los tipos que destacan son visitar una ciudad (52% en 2024), disfrutar de la gastronomía (38%), de la playa (31%) y realizar senderismo (29%).



Fuente: Travel Survey (Quarter and month) – 2024, STATBEL

Los viajes de los belgas se concentran mayoritariamente en el tercer trimestre del año, coincidiendo con las vacaciones de verano, y siendo el mes de julio el que más viajes registra (15%), sobre todo en las dos primeras semanas del mes. Las vacaciones escolares son un importante factor que influye sobre la selección del momento del viaje, y aunque hay diferencias entre los períodos de vacaciones escolares entre la parte flamenca y la francófona, éstas se concentran en los meses de abril/mayo y diciembre, vacaciones de Pascua y Navidad.

Cada vez son más los belgas que deciden disfrutar sus vacaciones fuera de temporada, más de casi un 55% en 2024, superando las cifras de 2023.

Segmentación de la demanda

La demanda turística belga se puede clasificar y analizar de la siguiente manera:

Turistas que viajan solos

Se trata de un perfil joven, con alto poder adquisitivo y que viaja de media dos veces al año. Realiza estancias de 4 a 6 noches en destinos urbanos, con una estacionalidad poco marcada y que se extiende durante todo el año. El tipo de viaje mayoritario son los citytrips, motivados por el ocio y la cultura, y la forma de alojamiento habitual es Bed & Breakfast o casas de familia o amigos. El transporte elegido es el avión.

Turistas que viajan en pareja

Con una media de edad entre 45 y 64 años, los turistas que viajan en pareja disponen de menor poder adquisitivo que aquellos que viajan solos, aunque también realizan dos viajes al año. No son nada estacionales, siendo el mes de septiembre el más escogido para el disfrute de sus vacaciones, y un 74% de ellos afirma tener preferencia por los viajes fuera de temporada. Sus motivaciones son el ocio y la cultura y realizan viajes de corta duración, principalmente citytrips y de turismo rural. Se desplazan en coche y en menor proporción en avión, y su tipo de alojamiento preferido es el hotel.

Familias con niños

Las familias realizan de media dos viajes al año y los adultos tienen una edad promedio de 35 a 44 años, pertenecen a una clase social media/baja y se rigen por las vacaciones escolares para elegir las fechas de sus viajes: un 72% de los mismos afirman escogerlas en función del calendario escolar. El producto más demandado es el de sol y playa, aunque también buscan destinos urbanos y rurales, motivados por el ocio y las actividades deportivas. Sus viajes son de corta duración, hospedándose en hoteles, apartamentos o chalets y desplazándose principalmente en coche.

Perfil del viajero

En cuanto a las características sociodemográficas de los viajeros en Bélgica, se pueden resaltar de forma general, y en base a los datos obtenidos en el año 2024 por ABTO, las que se indican a continuación.

La edad media del turista belga es de 49,8 años, vive en una zona urbana (52%), procede de la región de Flandes (56%) y pertenece a un grupo socioeconómico medio. Realiza una media de 2,2 viajes al año y lo hace principalmente en pareja (47%) o en familia (24%).

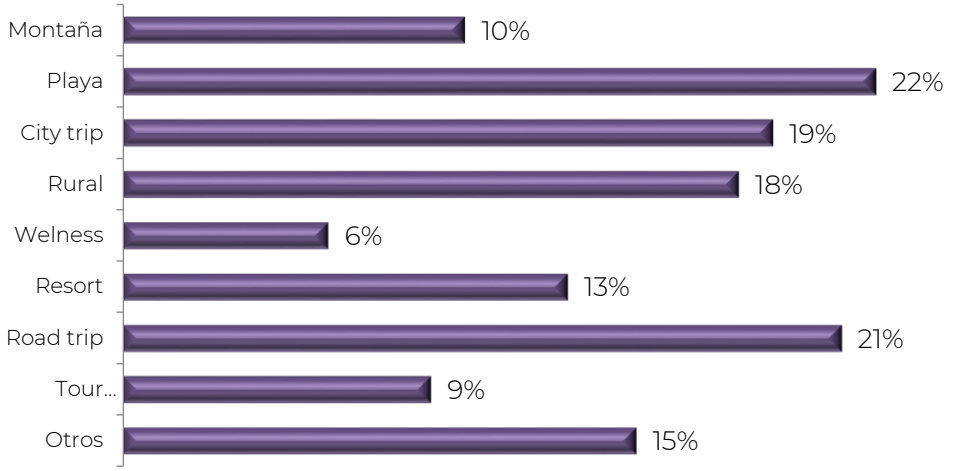
Los viajes que realiza tienen una duración media de 1 a 3 noches (25%)y tienen lugar mayoritariamente durante las vacaciones de verano, sobre todo en julio (15%), aunque con una tendencia creciente hacia viajes fuera de temporada. Son viajes organizados por el propio viajero (65%), que elige el destino en función del precio, su reputación como destino turístico y la presencia de paisajes naturales, motivado principalmente por razones de ocio y culturales.

El turista belga se hospeda mayoritariamente en hoteles de 4 estrellas (43%) y prioriza el desplazamiento en coche (44%), seguido del avión (37%).

Productos turísticos demandados

Los productos turísticos más demandados por el turista belga son el sol y playa (22%), los roadtrips (21%), los citytrips (19%) y el turismo rural (18%).

Productos turísticos más demandados(%)



Fuente: Travel Trends Report 2024 - ABTO

Conclusiones y tendencias

El mercado turístico belga en 2024 continúa aumentando tras recuperar en 2023 valores similares a los obtenidos en años previos a la crisis del coronavirus. En el caso de los viajes al extranjero, aumentan en 2024 un 2,3% con respecto al año anterior. Y en lo relativo al gasto, el incremento en 2024 respecto a 2023 es del 6,8%.

La propia Bélgica es el destino favorito de los belgas junto con Francia, sobre todo las zonas de costa y de las Ardenas, a las que realizan viajes de corta duración utilizando como medio de transporte el coche propio e impulsados por disfrutar principalmente de la naturaleza.

Este comportamiento se observa también en las escapadas a los países vecinos, en las que los turistas belgas actúan como en los viajes domésticos. Así, Francia, Alemania, Países Bajos y Luxemburgo son los destinos escogidos para viajes durante todo el año y de 1 a 3 noches de duración, representando la mayoría de viajes al extranjero, si bien los belgas prefieren realizar largas estancias en sus vacaciones, en las que optan por países más lejanos para los que utilizan el transporte aéreo.

Entre estos dos tipos de viajes que se pueden distinguir España se sitúa en el segundo grupo, siendo el segundo destino preferido por los belgas para sus vacaciones por detrás de Francia, que, pese a tratarse de un país vecino, recibe también viajes de larga duración, mayor gasto turístico y más estacionales.

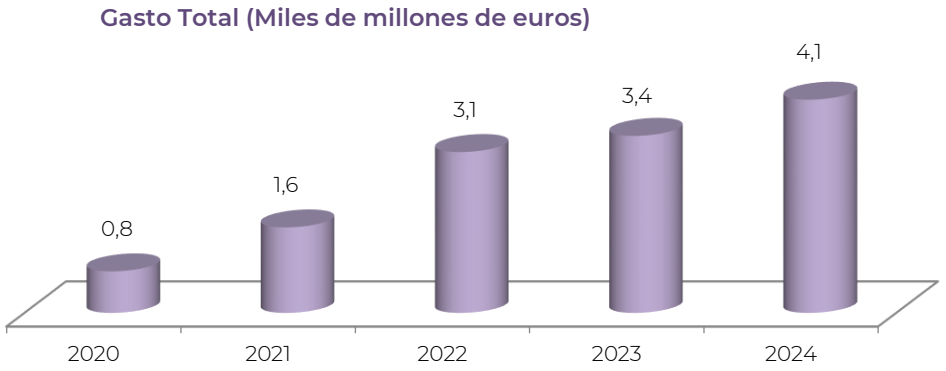
Las principales actividades que los turistas belgas buscan en sus vacaciones son visitar una ciudad, disfrutar de la gastronomía, de la playa y realizar senderismo, lo que se traduce en que los citytrips y el turismo de sol y playa y el rural sean los productos más demandados.

Otro aspecto a destacar es el aumento de las reservas online. La digitalización de las agencias de viaje y de los proveedores de servicios desde se traduce en un mayor uso de plataformas online y una mayor organización por cuenta propia de los viajes.

MERCADO EMISOR A ESPAÑA

Gasto total en España y principales elementos de gasto en España

Según EGATUR, el gasto en España de los turistas belgas en 2024 fue de 4.113,9 millones de euros, un +20,7% con respecto al año anterior.

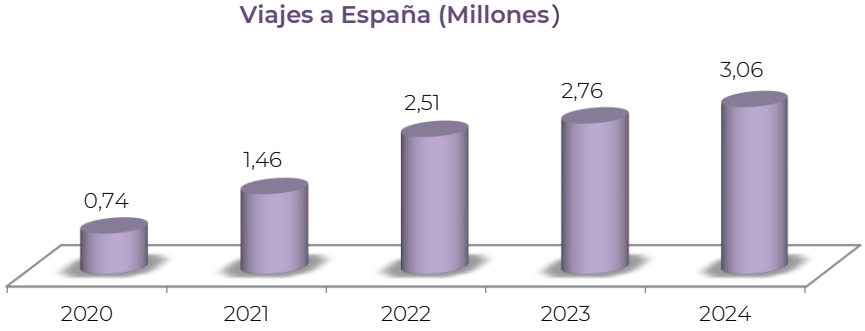


Fuente: EGATUR - INE

Bélgica fue el octavo mercado emisor con más gasto en España en 2024, con un gasto medio diario por turista de 151 euros y un gasto medio en el viaje de 1.344 euros, un 3,4% y 8,8% más respectivamente en relación al año pasado. Estos datos varían en función de la comunidad autónoma, siendo Madrid la Comunidad que obtiene un mayor gasto medio diario (280 euros) y Canarias un mayor gasto por persona (1.370 euros). La región que más ha crecido respecto de 2023 en gasto medio diario ha sido la Comunidad de Madrid (+22,1%), y en gasto medio por persona, las islas Canarias (+10,4%)

Número de viajes a España

Según datos de FRONTUR, durante el año 2024 visitaron España 3,06 millones de turistas procedentes de Bélgica, un +10,9% con respecto al año anterior.



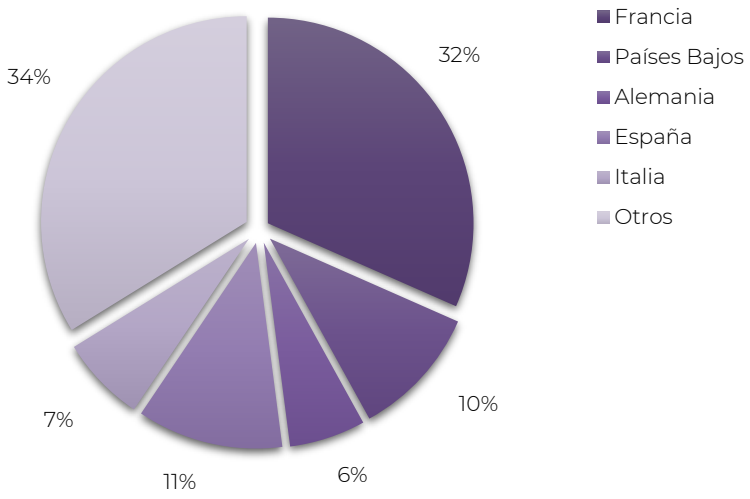
Fuente: FRONTUR – INE

Bélgica fue en 2024 el octavo mercado emisor de turistas hacia España, con una cuota de mercado del 3,3%.

Cuota de España en el mercado turístico emisor

España es el segundo destino turístico internacional para los belgas por detrás de Francia, con un 11% de cuota de mercado en 2024.

Principales destinos internacionales



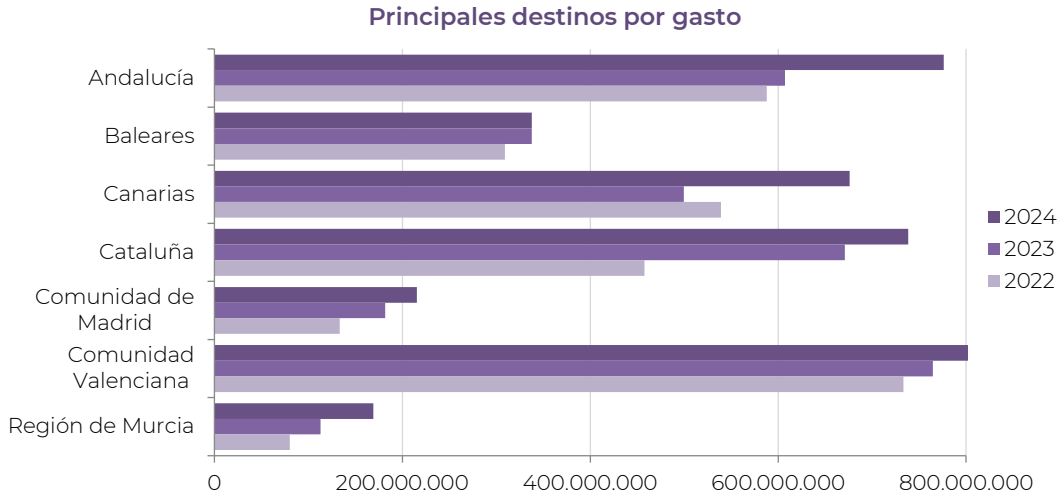
Fuente: Travel Survey (Quarter and month) – 2024, STATBEL

La propia Bélgica constituye el destino principal de las vacaciones para los belgas y su comportamiento con respecto a los viajes internacionales varía en función de la duración de los mismos. Para el caso de los viajes de 1 a 3 noches, los países vecinos son los principales destinos, y Países Bajos y Alemania se sitúan en este caso por delante de España. En cuanto a los viajes de más de 4 noches, España es el segundo destino turístico más escogido por los belgas. Solamente Francia se mantiene en la misma posición independientemente de la duración del viaje, si bien recibe un número de estancias largas mucho mayor que de corta duración, con una cuota de mercado del 25%.

España obtiene un 11% de la cuota de mercado de viajes internacionales realizados por los belgas, seguida por Italia (7%) y Alemania (6%).

Principales destinos en España

Las principales Comunidades Autónomas receptoras del gasto turístico belga en 2023 fueron Comunidad Valenciana (22,6%), Islas Canarias (19,0%) y Andalucía (18,5%).



Fuente: EGATUR - INE

Comunidad Valenciana, Andalucía, Cataluña y Canarias son los cuatro destinos con mayor gasto turístico por parte de los turistas belgas en los últimos años, si bien con algunas diferencias entre ellos a lo largo del tiempo.

En 2019 el destino que registró un mayor gasto fue Canarias, seguido de Andalucía y Comunidad Valenciana, tendencia que cambia en 2021, cuando Comunidad Valenciana pasa a ocupar el primer lugar, así como en 2022, en 2023 y en 2024.

Canarias y la Región de Murcia son las Comunidades Autónomas con un mayor gasto medio por persona en 2024, 1.370 euros; en tercer puesto se sitúa la Comunidad Valenciana (1.349 euros), y ocupan el cuarto y quinto puesto Baleares y Andalucía(1.337 euros), seguidas muy de cerca por Cataluña (1.335 euros) y la Comunidad de Madrid (1.321 euros)

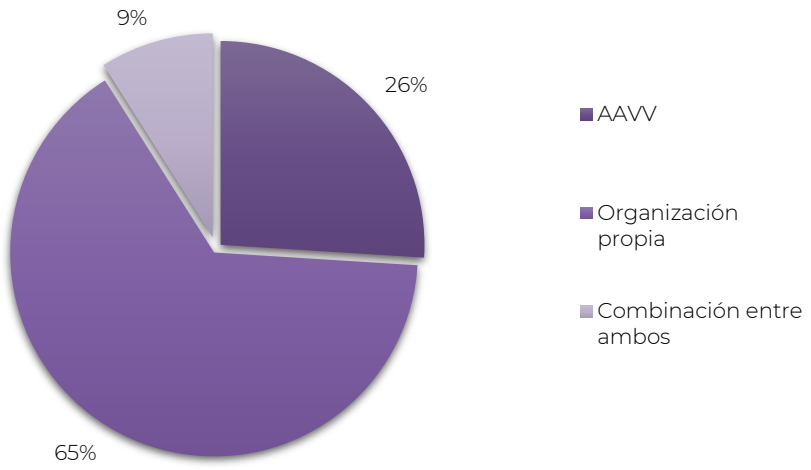
Por el contrario, en lo referente al gasto medio diario, es la Comunidad de Madrid la que obtiene el primer puesto, con un gasto de 281 euros, seguida por Baleares (223 euros) y Cataluña (212 euros). Andalucía registra un gasto medio diario de 146 euros, Canarias de 134 euros, la Comunidad Valenciana de 116 euros, y la Región de Murcia de 105 euros.

Organización del viaje y reserva

La forma de organización del viaje a España sigue los rasgos generales de reserva de los belgas, organizándose el viaje y contratándose los servicios mayoritariamente por cuenta del viajero y mediante plataformas online, aunque se registran algunas diferencias con respecto a la media.

Según datos de ABTO, el 65% de los viajeros a España organizó en 2024 el viaje por su cuenta, y cuando se hizo a través de un profesional se utilizaron los medios digitales para ello en más de la mitad de las ocasiones (54%), si bien cabe destacar que este porcentaje es menor al correspondiente al comportamiento general.

Canales de reserva



Fuente: Travel Trends Report 2024 – ABTO

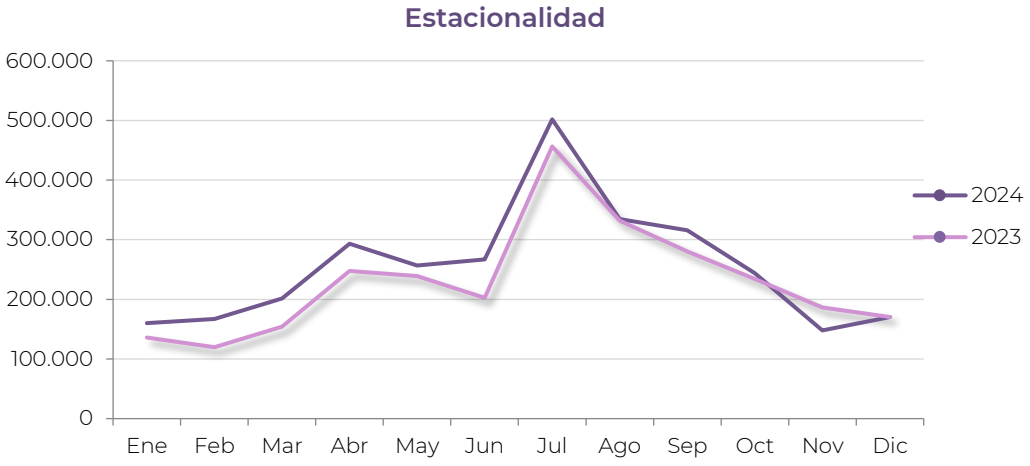
Aquellos que contrataron servicios turísticos con un profesional lo hicieron principalmente mediante paquete turístico (alojamiento y transporte), un comportamiento que destaca frente a otros mercados, ya que esta práctica es poco usual en los turistas belgas. Según datos del INE, el 19,0% de los belgas que viajaron a España lo hicieron mediante paquete turístico, frente al 81,0% que viajó sin este servicio.

Las reservas tanto de transporte como de alojamiento se realizan principalmente en los meses de enero y noviembre, con un bajo porcentaje de reservas de último momento (10% en 2024 según ABTO).

Comportamiento viajero

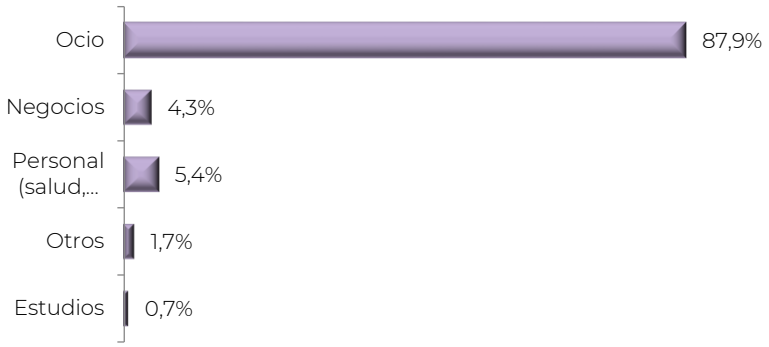
Los viajes de los belgas a España tienen una marcada estacionalidad en la temporada de verano. El 37,7% de los viajes en 2024 se realizó en los meses de julio, agosto y septiembre, con una clara preferencia por el mes de julio (16,4%).

La temporada de primavera también registra una mayor afluencia, al concentrar las vacaciones de Pascua en abril y varios festivos en Bélgica en el mes de mayo. Es durante las vacaciones de Pascua cuando los belgas realizan más viajes a España en primavera (para abril el 9,6%).



Fuente: FRONTUR – INE

Según datos de FRONTUR, las motivaciones de los turistas belgas recibidos en 2024 con destino España son principalmente de ocio, recreo y vacaciones (87,9%) y de forma residual, negocios (4,3%), motivos personales (5,4%) y estudios (0,7%).



Fuente: FRONTUR - INE

Las preferencias mostradas en relación a los viajes de ocio determinan la selección del período del viaje en los meses de verano o coincidiendo con fechas de vacaciones como en el caso de Pascua.

Segmentación de la demanda

La segmentación de la demanda turística puede realizarse desde diferentes aspectos. Anteriormente se ha analizado la demanda turística belga en función de la composición del grupo de viaje: turistas que viajan solos, turistas que viajan en pareja y familias con niños.

Tomando como referencia la anterior segmentación, los grupos que más viajan a España son los turistas en pareja seguidos de las familias con niños, representando en 2022 el 57% y 26% respectivamente de los turistas belgas con destino España.

Por otra parte, Turespaña clasifica la demanda en 7 segmentos:

- Vacacional: cultura litoral - “M&M” Más que Mar
- Vacacional: inmersión familiar completa - “FAM” Familia, Arena y Mar
- Vacacional: puro vacacional - “SUNNY” Sun, Umbrella & Yummy
- Urbano: Premium en ocio y compras - “SUMA” Shopping, Urbano, Moderno y Abierto
- Urbano: Puro cultural con gasto - “CULTO” Cultura Total
- Naturaleza: desconexión activa - “JOMO” Joy of Missing Out
- Interior: ciudades del interior - Roadies

En función de las actividades más demandadas en España por los turistas belgas, los segmentos con mayor peso en este mercado son “M&M” y “CULTO”, aunque dentro de la demanda de España como destino turístico los belgas obtienen un peso importante en los segmentos “Roadies” y “JOMO”.

El mercado belga representa un 6,4% de los turistas “roadies” que visitan España y un 4,7% de los turistas “JOMO”. Ambos segmentos son de especial interés para el destino turístico y poseen en el mercado belga una fuerte capacidad de crecimiento dadas sus principales motivaciones de viaje, entre las que se encuentran la naturaleza y las actividades al aire libre.

Perfil del viajero

Los turistas belgas que viajaron a España en el año 2024 tenían las características que se indican a continuación.

Según datos de ABTO, la edad media de los turistas belgas con destino España en 2024 fue de 54,3 años, resultando la franja de edad más viajera la de más de 65 años.

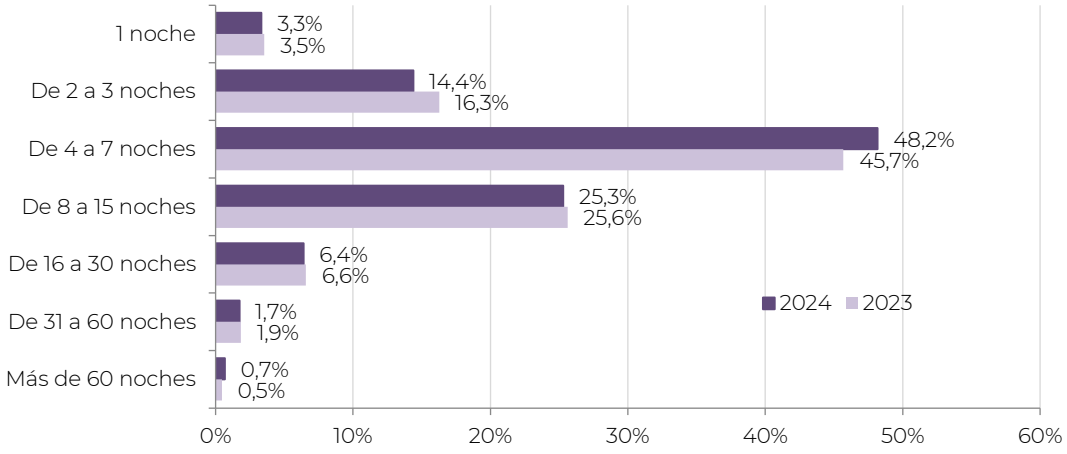
Pertenecían principalmente a los grupos socioeconómicos 3-4 y 5-6 (26% cada grupo) y al 1-2 (22%)[1], y procedían mayoritariamente de la región de Flandes (67%), siendo Amberes y Flandes Occidental las principales provincias emisoras. El 52% procedía de zonas urbanas.

Viajaron en grupos de dos personas (58%), siendo el nexo entre éstas mayoritariamente familiar o conyugal (79%) o de amistad (12%).

Según datos de FRONTUR, el 56,1% de los turistas belgas en 2024 se alojó en establecimientos hoteleros o similares, el 14,4% en viviendas de familiares/amigos, el 12,3% en viviendas en propiedad y el 12,5% en alojamientos de alquiler. El 85,7% realizó el desplazamiento en avión y el 12,9% lo efectuó por carretera, y el 19,0% utilizó paquete turístico.

La estancia media superior fue de 4 a 7 noches, seguida de 8 a 15 noches, registrándose el mayor aumento respecto de 2023 en la estancia de 4 a 7 noches (+2,5 puntos)

Estancia media en España de turistas belgas



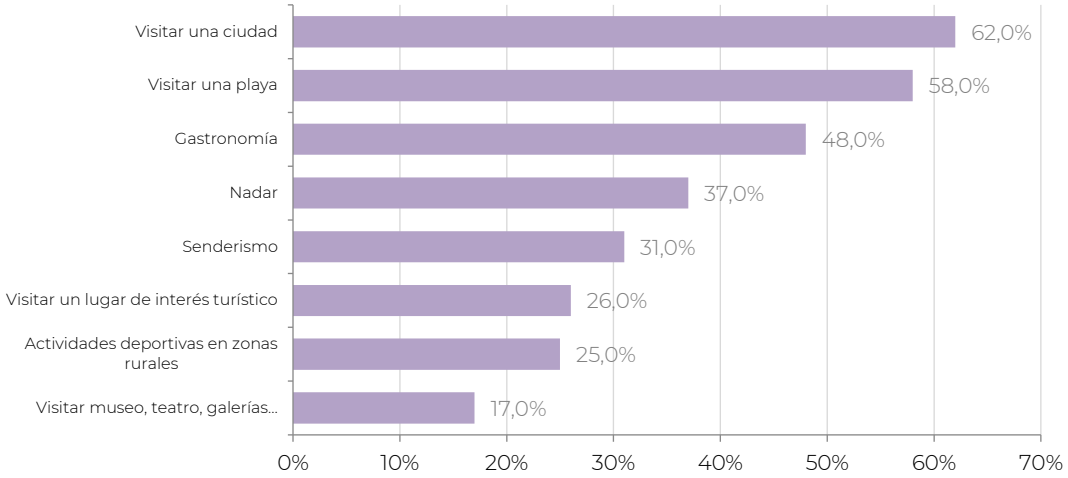
[1] Los grupos socioeconómicos que diferencia ABTO se obtienen a través de un ratio que se calcula en función de la renta y el nivel de educación. Se obtiene un rango de ocho grupos, de los que el 1-2 hace referencia a las rentas más altas y mayor nivel de educación y el 7-8 a las rentas más bajas y con menores niveles educativos.

Fuente: FRONTUR - INE

Productos turísticos demandados

Las actividades planeadas por los turistas belgas en España son principalmente de ocio, seguidas por las actividades culturales y deportivas.

Principales actividades realizadas en España por los turistas belgas en 2024



Fuente: Travel Trends Report 2024 - ABTO

Los productos turísticos más demandados son los citytrips y el producto de sol y playa, acompañados de la gastronomía. En comparación con el año 2023 los citytrips y las actividades de visitar una playa y nadar han disminuido, en tanto que han aumentado las actividades realizadas en zonas rurales como el senderismo y las actividades de montaña.

Conclusiones y tendencias

Nuestro país es un destino maduro para el turista belga, y se posiciona tradicionalmente en el tercer puesto como destino para las vacaciones, por detrás de Bélgica y Francia.

El mercado belga constituyó en 2024 el octavo país emisor a España, así como también el octavo en cuanto al gasto turístico, con 3,06 millones de turistas y 4,1 miles de millones de euros de gasto..

España obtuvo una cuota del 11,6% de los viajes internacionales del mercado belga y los destinos más visitados fueron Comunidad Valenciana, Andalucía y Canarias, aspecto

que varía en comparación con los años previos a la crisis del coronavirus, en los que Canarias era la Comunidad Autónoma más visitada.

Los turistas belgas reservan sus vacaciones a España principalmente en canales online y un 19% contrata paquete turístico, una cifra relativamente alta en el mercado belga, que suele contratar este producto en menor cantidad.

La principal motivación del viaje es el ocio (88%) y los productos más demandados son los de sol y playa y citytrips. Las actividades relacionadas con estos productos son las más solicitadas junto con la gastronomía. Las actividades de senderismo, running y las que se desarrollan en un entorno natural, ligadas a los segmentos “roadies” y “JOMO”, se incrementan ligeramente.

La tendencia de crecimiento de la visita de ciudades de interior y la realización de actividades en la naturaleza tiene un amplio potencial de crecimiento en el mercado belga y resulta beneficioso para el sector turístico español, redirigiendo los flujos turísticos hacia zonas de interior y diversificando de esta forma sus productos, así como mitigando la marcada estacionalidad en el tercer trimestre del año, estrechamente ligada con el turismo de sol y playa.

DESTINOS COMPETIDORES Y POSICIONAMIENTO

Análisis de la competencia

Los principales destinos competidores de España son la propia Bélgica y Francia. El turismo internacional representa el 75,8% del turismo total en 2024, mientras que el turismo interno representa el 24,2%. La propia Bélgica fue el país más visitado por los belgas en el 2024, sobre todo la zona de la costa, seguida de las Ardenas.

La posición geográfica del país determina su comportamiento turístico. Los países limítrofes Francia, Alemania, Luxemburgo y Países Bajos resultan ser el destino de la mayoría de los viajes realizados al extranjero y el comportamiento del turista belga en estos destinos es muy similar al de los viajes domésticos. Se trata de viajes de corta duración, de 1 a 3 noches, en los que el transporte principal es el vehículo propio y la organización se realiza por cuenta del turista y sin intermediarios. La cuota de mercado de los países vecinos disminuye drásticamente cuando se analizan los viajes de larga duración.

Francia se incluye como país vecino, y actúa de esta forma, pero también recibe viajes de mayor duración, de más de 4 noches, y recibe turistas belgas que se desplazan en avión. Es el primer destino internacional elegido por los turistas belgas, con una cuota del 31,6%, seguido de lejos por España (11,5%), Países Bajos (10,3%)e Italia (6,8%).

En cuanto al producto de sol y playa, el más demandado por los turistas belgas en España junto con los Citytrips, los países mediterráneos son los competidores directos, aunque el único destino con una cuota de mercado cercana a la española es Italia.

Italia comparte ciertas características con España en el comportamiento de la demanda turística belga, pero se diferencia en un mayor peso de la cultura y menor de la temperatura y el sol y playa en las motivaciones del viaje, aspecto que se ve reflejado en un mayor número de citytrips y una menor estacionalidad de la demanda. Representa un 6,8% de la cuota de mercado de viajes internacionales belgas, frente a un 11,5% que obtiene España.

En cuanto al resto de destinos mediterráneos, aquellos más frecuentados por los belgas son Portugal, Grecia y Turquía, en este mismo orden de importancia respecto a la cuota de mercado. Las motivaciones que impulsan al turista belga a visitar Grecia son la naturaleza, la gastronomía y la temperatura, y el período de viaje se concentra en los meses de agosto y septiembre, a diferencia de España, en la que destaca el mes de julio. Grecia es con diferencia el destino mediterráneo en el que los belgas realizan un mayor gasto, ascendiendo a 1.094 euros por persona según datos de ABTO.

El producto turístico solicitado por los belgas en Turquía es el de sol y playa, como consecuencia de los precios y de la temperatura del destino, coincidiendo con España en el mes de julio como principal período de viaje. Por otra parte, Portugal obtiene una demanda con menos estacionalidad, siendo los meses de enero y abril los más importantes, determinados por un turismo ligado a los citytrips y motivado por la naturaleza, gastronomía y temperatura, con un gasto por turista similar al realizado en España.

Las cuotas de Grecia, Turquía y Portugal crecen en 2024 con respecto al año anterior (0,7, 0,2 y 0,8 puntos porcentuales respectivamente).

Posicionamiento e imagen de España

España es un destino turístico maduro en el mercado belga. Es tradicionalmente el tercer país escogido para sus vacaciones por los belgas tras Bélgica y Francia, con cierta ventaja tras otros destinos importantes como Países Bajos, Italia y Alemania.

Se trata de un destino que los turistas belgas conocen muy bien, y que generalmente han visitado en más de una ocasión, ya que dos de las razones que motivan el viaje a nuestro país son la experiencia previa en el mismo y la información y conocimiento que disponen sobre España, según datos de ABTO.

España es el principal destino de sol y playa para los belgas. La imagen de España está muy ligada al clima mediterráneo, siendo el producto de sol y playa el más consumido junto con los citytrips. Las principales motivaciones de viaje están relacionadas con esta tipología, destacando la temperatura, y las actividades más demandadas contemplan visitar una playa y nadar. Asimismo, las Comunidades Autónomas más visitadas por los

belgas están situadas en zonas de la costa, como es el caso de la Comunidad Valenciana, destino más demandado junto con Andalucía y Canarias.

Otros aspectos que forman parte de la composición de la imagen de España como destino turístico para los belgas son la gastronomía y la cultura, esta última determinante en el producto de citytrip, en el que destacan Barcelona y Valencia, las dos ciudades españolas más visitadas por los belgas en 2024 según datos de ABTO.

De los competidores más directos, Francia obtiene una imagen más relacionada con la naturaleza, en la que también destacan los citytrips. Las zonas más visitadas son los Alpes, la Provence y Alsacia, relacionadas con un turismo de interior en el que las actividades más solicitadas son las que se desarrollan en la montaña. Francia actúa, como se ha señalado anteriormente, como país vecino, ya que la mayoría de los desplazamientos de los turistas belgas hacia el país se realizan utilizando el vehículo propio y el comportamiento de la demanda es similar al del turismo doméstico, si bien también se realiza viajes a Francia de mayor duración y gasto, y con desplazamiento en avión.

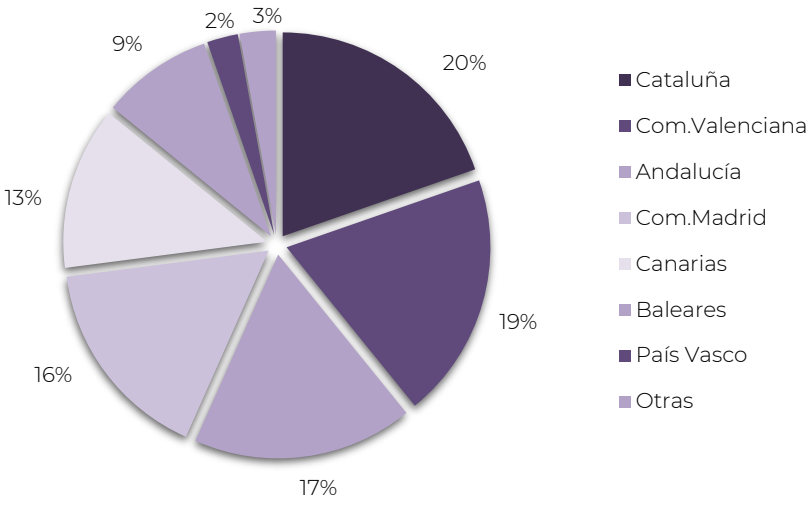
Italia, el otro competidor directo de España como destino mediterráneo, está menos posicionado en el producto de sol y playa, ya que la mayoría de los viajes que registra por parte del mercado belga es citytrip, con un mayor peso de la cultura como motivación para el viaje, y un importante peso también de la naturaleza. El tipo de viaje más demandado es el tour entre diferentes ciudades italianas, así como la visita de ellas por separado, seguido de los citytrips a Roma. Se realizan más actividades relacionadas con la visita de lugares de interés y museos que visitas a playas y actividades en la montaña.

Conectividad aérea con España

Bélgica tiene muy buena conectividad con el resto de Europa debido a su posición geográfica y a las conexiones derivadas de las necesidades de las instituciones europeas. El aeropuerto de Bruselas tiene conexión directa con 76 países y 182 destinos, y en él operan 75 compañías aéreas.

Según datos de FRONTUR, el 85,7% de los turistas belgas llegaron a España en avión en 2023. La conectividad aérea entre los dos países es excelente, con un total de 2,2 millones de asientos en 2024, lo que representa el 31,6% de la cuota total de asientos en Bélgica, seguida de Italia (18,4%) y Francia (9,8%).

Las comunidades autónomas con mayor número de asientos en 2024 fueron Cataluña, Comunidad Valenciana, Andalucía, Comunidad de Madrid, Canarias y Baleares.



Fuente: OAG

Nuestro país tiene conexiones desde los 5 aeropuertos belgas:

Aeropuerto de Lieja: Santa Cruz de Tenerife, Alicante, Málaga, las Palmas de Gran Canaria, Palma de Mallorca. Sólo opera TUI Fly Belgium.

Aeropuerto de Bruselas Zaventem: Alicante, Almería, Barcelona, Bilbao, Fuerteventura, Las Palmas de Gran Canaria, Ibiza, Lanzarote, Madrid, Málaga, Menorca, Palma de Mallorca, Reus, Sevilla, Tenerife, Valencia. Operan con vuelos a España las compañías Vueling, Ryanair, Brussels Airlines, Air Europa, Iberia y Transvia Airlines.

Aeropuerto de Ostende-Brujas: Alicante, Ibiza, Málaga, Murcia, Palma de Mallorca, Las Palmas de Gran Canaria, Tenerife. Sólo opera TUI Fly Belgium.

Aeropuerto de Bruselas Charleroi: Alicante, Almería, Asturias, Barcelona, Castellón, Fuerteventura, Gerona, Ibiza, Lanzarote, Las Palmas de Gran Canaria, Madrid, Málaga, Menorca, Palma de Mallorca, Reus, Santiago de Compostela, Santander, Valencia, Zaragoza. Operan con vuelos a España las compañías Ryanair y TUI Fly.

Aeropuerto de Amberes-Deurne: Tenerife, Las Palmas de Gran Canaria, Alicante, Ibiza, Málaga, Murcia, Palma de Mallorca. Sólo opera TUI Fly Belgium.

Tramitación de documentos de viaje

Tanto Bélgica como España forman parte del espacio Schengen, por lo que los viajeros entre ambos países no requieren aportar ningún tipo de documento o visado de viaje, únicamente su tarjeta de identidad oficial o pasaporte.

PERSPECTIVAS A MEDIO PLAZO

Características clave del mercado

Las características del mercado turístico belga siguen estables, si bien se empiezan a observar algunos cambios temporales a raíz sobre todo de la inflación.

Se espera que los viajes domésticos continúen disminuyendo, y que los viajes a países limítrofes se estabilicen o crezcan ligeramente.

La naturaleza como una de las motivaciones principales del viaje es una característica clásica del mercado turístico belga. Este aspecto se refleja en el mercado turístico belga que viaja a España en el aumento del peso de los segmentos “Roadies” y “JOMO”, que representan el 6,4% y 4,7% respectivamente del total de turistas de ambos segmentos, aún con mayor capacidad de crecimiento.

Según datos de la Belgian Travel Confederation, el porcentaje de viajes de última hora está disminuyendo y más de un tercio (35%) de los viajeros reservan entre uno y tres meses antes de la salida.

La digitalización de las agencias de viaje es un aspecto que ha avanzado en los últimos años. Así, en 2024, el 68% de las reservas de alojamiento y el 56% de transporte se realizó online. El papel de la tecnología y las redes sociales en el viaje está cada vez más presente, siendo claves en la inspiración del viaje, recopilación de información, reserva y posterior difusión. Se prevé que esta tendencia continúe al alza en todas las fases del viaje.

Después de haber recurrido en gran medida a sus ahorros en 2022 para compensar el aumento de los precios, los belgas volvieron a ahorrar en 2023, lo han seguido haciendo en 2024 y lo seguirán haciendo en 2025. La inflación parece controlada, y con la indexación de los salarios se está consiguiendo incremento del poder adquisitivo.

Según el informe Travel Intentions Summary 2024 de ABTO, el 41% de los turistas se encuentra muy inquieto (21%) o inquieto (41%) sobre la situación en general, aunque la intención de viaje para 2024 ha aumentado con respecto a 2023.

Si bien la inflación constituye una preocupación para los belgas, viajar continúa siendo una prioridad. Según el barómetro de las vacaciones de 2024 de Europ Assistance, los

belgas no han renunciado a sus vacaciones, pero la cuarta parte manifiesta que la inflación ha tenido gran impacto en su presupuesto vacacional. Un 57% ha elegido un alojamiento más económico, un 56% un destino más cercano con el fin de reducir el gasto del transporte, y un 52% reduce su gasto en restaurantes, visitas y excursiones.

El gasto turístico aumentó en 2024 superando ampliamente los valores de 2019, y se espera que siga creciendo.

Por lo que se refiere al cambio climático, parece tener más influencia en el turismo belga que la sostenibilidad o los conflictos, y según datos de la NBTC, el 30% de los belgas ya cambia de destino o de período de viaje debido al clima extremo.

Previsiones a medio plazo

La principal amenaza para el sector turístico en este momento es la inflación, sobre todo desde el punto de vista del gasto, que puede traducirse en una posible reducción de la frecuencia de los viajes vacacionales. Esta disminución en la frecuencia se verá compensada en todo caso por el incremento del número de personas que viajan.

Se prevé que los desplazamientos en tren continúen aumentando, siguiendo la tendencia creciente de los últimos años. La red de transporte ferroviario entre países del centro de Europa es excelente y sigue en crecimiento, por lo que en el medio plazo se espera una mayor preferencia por viajes a países vecinos en tren, como opción más económica y sostenible. Igualmente, y como se ha indicado, la selección del tipo de alojamiento se verá afectada, aumentando la preferencia por productos alternativos como el alquiler de alojamientos turísticos o de no mercado.

Esta variación en el comportamiento de la demanda turística belga afectará principalmente a los viajes que se realizan a los países vecinos, puesto que, como se ha visto anteriormente, la intención de viaje no se ve alterada por la situación económica, y, puesto que el concepto de vacaciones está muy relacionado con el sol y playa, se espera que los viajes a países de esta tipología se mantengan estables.

Factores y circunstancias que pueden incidir en el volumen de negocio hacia España

España es un destino maduro en el mercado turístico belga, tradicionalmente posicionado como tercer destino favorito para disfrutar las vacaciones, y así seguirá siendo en 2025, como apunta el informe de tendencias de ABTO.

Uno de los factores que podría influir en el volumen de negocio a España es el aumento de viajes a países que también ofrecen el producto de sol y playa en el Mediterráneo, como Turquía, Grecia, Italia y Portugal.

Según ABTO, la intención de viajar a España en 2024 se sitúa en un 10% (-2 puntos respecto a 2023), mientras que se mantiene para Francia y disminuye para Bélgica (-2 puntos de diminución). Mantienen su intención de viaje Países Bajos, Italia, Grecia, Alemania y Portugal. De materializarse los datos de ABTO en los viajes de 2025, se acentuaría la disminución del turismo doméstico y se mantendrían los viajes a los países vecinos, caracterizados por ser de menor duración y no tener una marcada estacionalidad, así como a los países del Mediterráneo particularmente económicos.

Pese a los aspectos anteriormente señalados para el corto plazo, España tiene un buen posicionamiento como destino turístico frente a sus competidores, con una cuota de mercado muy superior a otros destinos mediterráneos.

Los productos turísticos más demandados por los turistas belgas son los citytrips y el sol y playa, aunque el turismo rural registra valores cada vez más altos. Los productos relacionados con la naturaleza y la visita de ciudades de interior se adaptan a las motivaciones del turista belga, así como con el aumento de la concienciación por la sostenibilidad, y resultan ventajosos para el sector turístico español, al contribuir a la desestacionalización, a la dinamización de las zonas de interior y a la diversificación. Se espera que los segmentos catalogados en estos productos, “roadies” y “JOMO”, aumenten en el corto y medio plazo siguiendo la tendencia de crecimiento actual.

Se prevé que el volumen de negocio a España siga estable o ligeramente a la baja, afianzando los productos maduros de sol y playa y citytrips, y aumentando la demanda de aquellos con potencial de crecimiento, centrados en destinos de interior y relacionados con la naturaleza.

GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO

TURESPAÑA