

ESTUDIOS DE MERCADOS **TURÍSTICOS EMISORES**

85%

56%

69%























3. **INDIA 2023** Estructura del Sector Turístico

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña) Texto: Consejería de Turismo de España en Nueva Delhi

NIPO: 115-23-008-X

Junio 2023



TABLA DE CONTENIDO Datos clave Sector de la producción Sector de la distribución Comercialización on line Asociacionismo en el sector





DATOS CLAVE

India es predominantemente un mercado turístico centrado en viajes domésticos y se estima que siga siéndolo en el futuro cercano. De hecho, según la DGCA (*Directorate General of Civil Aviation*), el volumen de tráfico aéreo domestico experimentó un fuerte crecimiento durante los últimos meses. De hecho, los datos registrados en abril de 2023 han superado los niveles pre-pandemia del mismo mes de 2019. La aerolínea que cuenta con la mayor cuota de mercado actualmente es Indigo. El enfoque en los viajes domésticos tuvo una especial importancia durante las fases de la pandemia dado que la mayoría de los viajes al exterior, especialmente por turismo, estuvieron restringidos o sujetos a normas muy estrictas. Además, el gobierno indio y las oficinas de turismo estatales también promovieron de manera agresiva diversos destinos locales durante dicho periodo. Estas tendencias, junto con los elevados precios de los vuelos internacionales en los últimos tiempos, ponen de manifiesto que los viajes domésticos formarán una parte muy importante del sector turístico.

En cuanto a la situación general del mercado turístico indio, según Euromonitor, se registraron 2,47 millones de llegadas internacionales en 2022 en comparación con 10,93 millones en 2019 (nivel pre-pandemia). A su vez, los viajes al exterior en 2022 fueron 15,25 millones en comparación con los 22,26 millones en 2019. Aunque los viajes al exterior siguen siendo considerablemente inferiores a los niveles pre-pandemia, destaca una mejora drástica en comparación con 2021. Se estima que las cifras de ambos indicadores alcancen o superen a los niveles pre-pandemia en 2024.

Con respecto a los gastos efectuados, según Euromonitor, los gastos registrados por el turismo receptor fueron aproximadamente 10,52 mil millones de euros en 2022, en comparación con aproximadamente 25,17 mil millones de euros en 2019. Se estima que dicha cifra supere su nivel pre-pandemia en 2023. Asimismo, según la misma fuente, los gastos por el turismo emisor ya han superado los niveles de pre-pandemia, siendo aproximadamente 36,70 mil millones de euros en 2022 en comparación con 27,80 mil millones en 2019.

Cabe señalar que los viajes por turismo al extranjero tienden a limitarse a la clase económica media-alta de la sociedad india. Aunque dicha clase forma una parte relativamente menor de la economía, la cantidad absoluta de este segmento convierte a India en un mercado emisor muy importante, incluyendo los destinos de lejanía. Además, la reanudación de los vuelos internacionales comerciales a partir de finales de marzo de 2022, tras una suspensión de dos años, ha facilitado un impulso muy necesario al respecto. Efectivamente, la demanda de viajes internacionales sigue siendo





muy fuerte. De hecho, según los recientes datos publicados por el Banco Central de la India, los gastos efectuados por los indios durante las vacaciones internacionales (casi 10 mil millones de dólares USA) en los primeros nueve meses del ejercicio indio (abrildiciembre de 2022) ya son superiores a los gastos correspondientes de cualquier otro ejercicio de la era pre-Covid.

ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO

Según los últimos datos disponibles de Statista, el sector turístico contribuyó aproximadamente entre el 12-13% al empleo total del país durante los años 2015-2019. (Pero hay que tener en cuenta que la proporción del empleo indirecto en este sector sigue superando a la del empleo directo.) Según la misma fuente, en cuanto a la contribución al PIB, el sector contribuyó el 7% en 2019. Aunque dicha contribución cayó al 4,3% en 2020 por la pandemia, la tasa aumentó otra vez al 5,8% en 2021 y sigue con buenas perspectivas de cara al futuro. Entre otros aspectos, cabe señalar que India ocupó el décimo lugar entre los 46 principales países en el *Medical Tourism Index FY21*, según *Economic Survey* 2022-23 publicado por el gobierno indio.

Asimismo, hay que considerar algunas normas financieras que entrarán en vigor durante los próximos meses que pueden tener un impacto en el sector turístico indio. Según las ultimas noticias del Ministerio de Finanzas, se aplicará un impuesto adicional del 20% (en lugar de la tasa anterior del 5%) llamado TCS (*Tax Collected at Source*) para los viajes al exterior a partir de julio de 2023. Esto supone que las ofertas de turismo emisor de los agentes indios serán más caras y menos competitivas en comparación con los productos ofrecidos por las agencias en el exterior. Aunque, en principio, al final del ejercicio los viajeros pueden pedir devoluciones del impuesto cobrado por los turoperadores, el coste inicial del paquete puede ser un factor muy relevante, ya que el mercado indio es muy sensible a los precios. Por tanto, muchas agencias y asociaciones indias prevén ciertos efectos negativos por dicho impuesto en el sector turístico y piden cambios en las reglas para suavizar su impacto.

En términos generales, la economía india - incluyendo su mercado turístico emergente - se caracteriza por su relativa juventud. No obstante, sigue estando poco estructurado geográficamente y existen grandes diferencias culturales en las distintas regiones del país. El sector turístico está dominado por los siguientes turoperadores y empresas públicas, todas ellas integradas verticalmente:

- Indian Railways Catering and Tourism Corporation (IRCTC)
- EbixCash
- Thomas Cook India Ltd.
- MakemyTrip
- Yatra



- Cleatrip
- Expedia
- International Travel House
- Ibibo Group
- Balmer Lawrie & Co. Ltd

Además, las empresas como FCM Travel Solutions, SOTC Travel y TUI también tienen una presencia relevante en el mercado indio. Entre otros, es relevante señalar que la empresa india Thomas Cook India no forma parte de la empresa inglesa Thomas Cook UK (que sufrió un colapso financiero en el pasado reciente) y sigue funcionando en India con total normalidad en el sector del turismo.

Según los últimos datos disponibles de Statista, India en el año 2020 tenía aproximadamente 750 agencias de viajes de tamaño grande, 60.000 de tamaño mediano y 250.000 de tamaño pequeño. Por otro lado, de acuerdo con los últimos datos disponibles del Ministerio de Turismo (junio de 2022), India cuenta con 211 proveedores de servicios de turoperación reconocidos por el Ministerio, categorizado en: *startups* (50), turoperadores (105), agentes de viaje (40) y operadores de transporte turístico (16). La región de Delhi cuenta con el mayor número de proveedores reconocidos (74) de esta lista, seguida por la región de Maharashtra (30). El ministerio anima a solicitar dicho reconocimiento (es un programa voluntario) – con un proceso de solicitud completamente online – para asegurar la calidad de servicios de turismo en el país.

Hay que tener en cuenta que las agencias que realizan operaciones de mayorista y turoperación son de difícil encuadre, dado que muchas empresas suelen llevar a cabo actividades de todo tipo en proporciones y combinaciones diversas. Por lo tanto, distinguir a los turoperadores y agentes como empresas de producción o de distribución no es factible para analizar la estructura del sector turístico indio.

No obstante, las empresas de producción podrían clasificarse como turoperadores grandes que realizan compras al por mayor y venden o bien a empresas grandes, medianas y pequeñas o bien a otros intermediarios. También suelen vender directamente a los consumidores. Por su parte, las empresas de distribución serían las empresas que se dedican principalmente a vender a los consumidores directamente, pero también pueden ser turoperadores que realizan ventas al por menor con operaciones mayoristas y de consolidación, como son Thomas Cook, FCM Travel Solutions, SOTC y TUI, entre otras.





De cara a la nueva normalidad establecida en el pasado reciente por el impacto de la pandemia, hay que señalar algunos cambios experimentados en el sector. Algunos turoperadores han alcanzado acuerdos con hospitales y empresas de seguros para enfatizar la seguridad sanitaria. Ofrecen paquetes turísticos a los viajeros con flexibilidad de reprogramación o cancelación de los viajes. Tras considerar los efectos de la inflación, también ofrecen paquetes con términos de pago más asequibles a consumidores de diversos segmentos de la sociedad. Varias empresas han reestructurado sus operaciones comerciales mediante la introducción de distintas soluciones digitales.

Hay que señalar que el sector ya está mostrando señales de recuperación, especialmente por la demanda acumulada durante los últimos años. Se están observando tendencias positivas con respecto a las reservas de viajes (tanto lujo como negocios). El segmento FIT ya mostraba buenas señales de recuperación, pero ahora incluso los viajes en grupo muestran tendencias claramente positivas. Según un estudio reciente de YouGov, aproximadamente un 37 % de los viajeros indios del segmento de alto poder adquisitivo (los *HNIs*) han viajado en grupo durante los últimos 12 meses y una proporción similar también planea hacer lo mismo en los próximos 12 meses. Las señales relativas a los viajes de negocios también son muy positivas. Según una encuesta reciente realizada por American Express, aproximadamente el 77% de las empresas indias esperan un aumento en su presupuesto de viajes de negocios en 2023. Cabe señalar que en la situación actual las agencias de viaje están cobrando importancia, dado que los viajeros aprecian la orientación, los consejos y la seguridad que ofrecen los expertos.

SECTOR DE LA PRODUCCIÓN

Como se ha mencionado en el apartado anterior, en la India no existen empresas que sean exclusivamente de producción. Estas empresas se clasifican como consolidadoras, dado que disponen de un inventario amplio y realizan diversas operaciones de compra y venta al mayor, principalmente de billetes aéreos. Las más conocidas en este sector son: Akbar Travels, Atlas Tours & Travels, Thomas Cook, FCM Travel Solutions, Riya Travels, JTB Tours y Club 7.

En la creación de paquetes destacan las siguientes empresas: Krisia Holidays, Amigo Travels, Ottila International, Travel Optionz y Blue Star Air Travel Services (ésta es también una importante consolidadora de billetes aéreos).



Las siguientes empresas tienen una importancia relativamente menor a nivel nacional, pero siguen con una buena especialización: Kesari, Vacation Exotica, Flamingo Travels, Trail Blazer Tours India, Ascon Travel y Veena World.

Dado que la estructura del sector está poco organizada, no existen datos oficiales de la cuota de mercado ni del número de clientes, así como tampoco sobre volúmenes de facturación relativos a los principales turoperadores de producción.

AKBAR TRAVELS

<u>www.akbartravels.com</u>

Es una de las empresas más grandes en la India por número de sedes, plantilla laboral e ingresos. Está bien reconocida por su éxito en la región del Golfo y en viajes a los Emiratos Árabes Unidos (EAU).

ATLAS TOURS & TRAVELS PVT LTD

www.atlastravels.com

Esta empresa está reconocida por sus paquetes turísticos hacia el territorio de los EAU y concretamente se especializa en grupos de viajes religiosos como los recorridos de peregrinos a Hajj, Umrah y Zayat.

Thomas Cook

www.thomascook.in

Es uno de los turoperadores más destacados del sector turístico indio. Su primera oficina fue establecida en la India en el año 1881. Actualmente el grupo de empresas The Thomas Cook India Group tiene presencia en 28 países a nivel mundial a través de varias marcas. El grupo sigue creciendo en India. Aparte de la marca Thomas Cook, opera a través de varias otras marcas B2C y B2B como SOTC, TCI, SITA, entre otras.

FCM TRAVEL SOLUTIONS INDIA

https://www.fcmtravel.com/en-in

FCM Travel Solutions India es la división del grupo mundial Flight Centre Travel Group (FCTG) Limited. Tiene su sede en Bombay con oficinas en otras ciudades principales como Nueva Delhi, Calcuta, Bangalore y Chennai. Las marcas relacionadas de FCM en India incluyen Corporate Traveler, que atiende al segmento de pymes, y Travel Tours, el segmento de vacaciones de lujo. Ofrece servicios como servicios de asesoramiento para





viajes, organización de reuniones y eventos, viajes corporativos del tipo *VIP* y otros servicios relacionados como gestiones de visados, entre otros. El segmento corporativo tiene relativamente un mayor peso en su oferta de servicios.

RIYA TRAVELS

www.riya.travel

Establecida en 1980, Riya Travels y sus empresas asociadas tienen presencia en más de 60 ubicaciones a nivel mundial, incluyendo los países EE.UU., Canadá y EAU, aparte de varias oficinas en la India a nivel nacional. Ofrecen una gama de productos y servicios con un enfoque orientado hacia el mercado estadounidense con una experiencia de más de 40 años.

JTB TOURS

https://www.itb-india.com/en/company/index.html

Establecida en Gurugram (estado de Haryana, junto a Nueva Delhi) en 2011, cuenta con oficinas en las principales ciudades de la India como Bombay, Bangalore, Chennai y Calcuta. Ofrece servicios a grupos personalizados, vacaciones domésticas/internacionales y segmento MICE.

CLUB 7

https://www.club7holidays.com/

Establecida en 1988, cuenta con más de tres décadas de experiencia en el sector turístico. Aparte de su sede en Bombay, tiene más de 25 filiales a nivel nacional.

Especializa en servicios como paquetes personalizados exclusivos, viajes a lugares exóticos, viajes en grupos pequeños, viajes familiares y viajes corporativos/MICE, entre otros.

SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN

En cuanto al sector de distribución, se ha destacado recientemente una tendencia alcista en el valor de ventas de los intermediarios - especialmente vía canales online impulsada por el uso creciente de internet y teléfonos móviles. Se prevé que las reservas a través de intermediarios online experimenten un fuerte crecimiento, impulsado por



INDIA 2023

descuentos, opciones de reservas flexibles y posibilidades de reembolsos más fáciles para los consumidores. Dichas promociones se realizan para aprovechar la creciente demanda tras la pandemia y crear confianza entre los viajeros indios.

Por otro lado, las ventas vía los intermediarios offline también están recuperándose continuadamente en la etapa post-pandemia, principalmente por la confianza, la conveniencia y el toque personal que ofrecen estas empresas a los consumidores en cuanto a las reservas de hoteles, paquetes vacacionales o recomendaciones de viajes. A pesar de un mayor crecimiento de las soluciones online, no se prevé que este mercado vaya a estar completamente dominado por las agencias online. Los intermediarios offline tradicionales en el país han fomentado una fuerte confianza a lo largo de los años, especialmente en las zonas rurales y ciudades de tercera categoría (tier 3 cities) donde el conocimiento de soluciones digitales y la infraestructura necesaria para un acceso adecuado a internet son todavía limitados. Además, para los consumidores que todavía no están acostumbrados a pagos digitales, dichas agencias ofrecen la posibilidad de realizar las reservas vía pagos en efectivo.

Sin embargo, cabe señalar que los pagos digitales sí están experimentando un rápido crecimiento en la India durante los últimos años. Según Euromonitor, los pagos digitales en el país se multiplicaron por cinco entre los años 2017-2021.

Las aerolíneas y los hoteles también intentarán aumentar las reservas directas online vía sus propias plataformas para reducir las comisiones pagadas a las OTA. Las acciones al respecto son similares a las empleadas por los intermediarios como programas de fidelidad y descuentos, entre otros incentivos. Los proveedores directos también ofrecen otras promociones como tarjetas de fidelidad y ofertas especiales al usar una determinada tarjeta de crédito u otros beneficios dirigidos a segmentos específicos como viajeros frecuentes, entre otras. La mayoría de los operadores ahora tienen sus propios sitios web y/o aplicaciones móviles para eliminar los costes de los intermediarios. Aunque dichas tendencias representan una competición para los intermediarios, los intermediarios también siguen con la ventaja competitiva clave de la capacidad de ofrecer una oferta amplia, conveniente e integrada que cubre una amplia gama de necesidades de los viajeros.

Los grandes turoperadores distribuyen sus productos a través de puntos de venta propios, de establecimientos franquiciados y de minoristas independientes (a veces llamados sub-agentes) en las ciudades de menor volumen de población. Dedican grandes esfuerzos a la formación de todos ellos para impulsar sus ventas.

IU



INDIA 2023

Históricamente los turoperadores más importantes del sector de la distribución para las reservas de viajes a España son Thomas Cook, FCM Travel Solutions, SOTC y Kesari. Todos ellos tienen una sede central y una extensa red de oficinas de distribución - tanto propias como franquiciadas.

La empresa gubernamental Indian Railways Catering & Tourism Corp. Ltd. (IRCTC) sigue liderando el sector de la distribución. Hay que destacar que el ferrocarril indio es percibido como el modo de transporte más económico y seguro para desplazarse internamente. Dada la posibilidad de viajar varios tramos de viaje de grandes distancias con un coste relativamente menor, es el modo de transporte preferido por la mayoría de los indios. Por ello, los viajes en tren superan a cualquier otro tipo de modo de viaje en el mercado doméstico. Las otras empresas de distribución destacables en mercado son: MakeMyTrip, Yatra, Cleartrip, Expedia, Thomas Cook y International Travel House Ltd.

En un segundo nivel de importancia, pero operando de manera similar cabe citar a empresas como Dewan Travels, Veena World, EbixCash, N. Chirag, TUI, Vacations Exotica, Via.com, Bonton Holidays y JTB Tours, entre otras. En cada región o ciudad hay algunos operadores que son líderes de ese mercado concreto. Disponen de una buena cartera de clientes y en muchos casos marcan las tendencias en ese mercado regional. Estos turoperadores también confeccionan sus propios catálogos con itinerarios cerrados o con sugerencias a partir de demandas individuales.

Como ejemplo de ellos reseñamos:

- Delhi: N. Chirag, D. Pauls, Dewan Travels, Trail Blazer Tours India, FCM Travel Solutions
- Calcuta: Gainwell Travels
- Bombay: Thomas Cook, FCM Travel Solutions, SOTC, Faraway Places
- Pune: Kesari, JTB Tours, Far Away Holidays
- Estado de Gujarat: Flamingo, Pathfinders, JTB Tours
- Estado de Karnataka: Vacations Exotica
- Estado de Tamil Nadu: Ascon Travels, Baywatch

El número de las agencias de distribución importantes en el total de las seis grandes ciudades (Delhi, Bombay, Chennai, Bangalore, Ahmedabad y Calcuta) no excede de 150. Como se puede observar, el sector sigue concentrado en grandes grupos que dominan el mercado. Además, existen muchos pequeños agentes no acreditados por IATA que también tienen volúmenes apreciables de negocio, incluyendo MICE. Considerando las tendencias hacia la digitalización, en el pasado reciente ha habido



un número creciente de agencias online que normalmente también llevaban a cabo operaciones offline.

La siguiente tabla muestra la evolución de algunas de las principales empresas de distribución con sus respectivas cuotas de acciones con valor de venta de 2020 a 2022:

| Cuotas de acciones con valor de venta en porcentaje | | | |
|---|-------|-------|-------|
| Empresa | 2020 | 2021 | 2022 |
| Indian Railway Catering & Tourism Corp Ltd (IRCTC) | 22,6 | 21,6 | 20,5 |
| MakeMyTrip India Pvt Ltd | 12,2 | 13,6 | 13,8 |
| Yatra Online Pvt Ltd | 4,0 | 4,3 | 4,2 |
| Cleartrip Travel Services Pte Ltd | 2,6 | 2,8 | 2,8 |
| Otras | 58,6 | 57,7 | 58,7 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Booking in India, Euromonitor International, octubre de 2022.

En 2022, IRCTC siguió en el primer puesto en la lista, aunque ha registrado una ligera disminución en la cuota durante los últimos dos años. MakeMyTrip ocupa el segundo lugar con un ligero aumento en su cuota de mercado durante el mismo periodo. Considerando las diferencias en cuotas entre estas dos empresas y el resto del mercado, destaca claramente el dominio de IRCTC y MakeMyTrip en el mercado.

Según los datos de Euromonitor para 2022, cabe señalar que las ventas realizadas por los intermediarios son más del doble en comparación con las ventas de los proveedores directos. Y se estima que dicha brecha siga creciendo poco a poco a lo largo de los próximos años.

A continuación, se detallan algunos turoperadores importantes del sector de distribución:

Thomas Cook

www.thomascook.in

Es uno de los turoperadores más destacados del sector turístico indio. Su primera oficina fue establecida en la India en el año 1881. Actualmente el grupo de empresas The Thomas Cook India Group tiene presencia en 28 países a nivel mundial a través de varias marcas. El grupo sigue creciendo en India. Aparte de la marca Thomas Cook, opera a través de varias otras marcas B2C y B2B como SOTC, TCI, SITA, entre otras.

JTB TOURS

https://www.jtb-india.com/en/company/index.html



INDIA 2023

Establecida en Gurugram (estado de Haryana) en 2011, cuenta con oficinas en las principales ciudades de la India como Bombay, Bangalore, Chennai y Calcuta. Ofrece servicios a grupos personalizados, vacaciones domésticas/internacionales y segmento MICE.

Dewan Travels Pvt. Ltd.

www.dewanholidays.com

Desde su comienzo en 1989, Dewan Travels ha ganado preeminencia en el norte de la India con dos oficinas principales en Delhi. También fue una de las primeras empresas que desarrolló paquetes vacacionales para viajar por Europa. Algunos servicios especializados ofrecidos son: Viajes en grupo (especialmente a Europa), viajes para grupos de edad avanzada, bodas en el exterior, entre otros.

KESARI

www.kesari.in

13

Una empresa familiar que se inauguró en 1984 en Bombay, es muy popular para los viajes en familia, especialmente en el estado de Maharashtra, y también para los viajes de negocios e incentivos. Tiene su oficina principal en Bombay, y sucursales, oficinas franquiciadas y socios preferentes de ventas en diversas ciudades del país.

VEENA WORLD

www.veenaworld.com

Establecida por la exdirectora de Kesari que dejó la empresa para crear su propia empresa. Desde su inauguración en el 2013, han expandido sus operaciones abriendo oficinas y/o colaborando con socios comerciales. Su oficina principal está en Bombay. Además, cuenta con 20 oficinas y 141 socios preferentes de ventas en la India, incluyendo las ciudades clave en Maharashtra – Bombay, Thane y Pune. Como Kesari, es bastante popular especialmente en Maharashtra para los viajes en familia.

EbixCash

www.ebixcash.com

Establecida en 2006, es una empresa que ofrece diversos servicios relacionados con transacciones/soluciones financieras. Combina canales de distribución *front-end* con funciones de tecnología *back-end*, en industrias como soluciones de pagos, viajes, seguros y tecnología financiera. Una mayor parte de sus negocios corresponde a



INDIA 2023

soluciones para el sector de viajes (cambio de divisas, pagos digitales, soluciones de logística, entre otros). Es una de las empresas importantes en el segmento MICE y viajes B2B.

N. CHIRAG

www.nchirag.com

Establecida en 1990, es una de las agencias de viajes más reconocidas en Delhi. Ofrece múltiples servicios como paquetes especializados, viajes de luna de miel, MICE y viajes en grupo, entre otros.

TUI India

TUI India (una parte del grupo TUI con destacada presencia a nivel mundial) empezó sus operaciones en la India en 2005. Durante los primeros siete años tuvo una presencia muy fuerte en el norte de India. Desde entonces ha crecido a nivel nacional, abriendo nuevas oficinas en Bombay, en el sur de la India y, además, implantándose en las ciudades de segunda y tercera categoría desde el 2015.

14

VACATIONS EXOTICA

www.vacationsexotica.com

Vacations Exotica comenzó sus operaciones en 2007 y luego dicha marca fue adquirida por Balmer & Lawrie & Co. Ltd. en 2014. Además de su oficina central en Bombay, tiene una buena red por varias regiones de la India a través de sus propias oficinas y oficinas franquiciadas en las ciudades clave como Calcuta, Chennai, Hyderabad y Delhi. Es conocida por los viajes programados en grupo.

BONTON HOLIDAYS PVT. LTD.

www.bontonholidays.com

Establecida en 2009, la empresa pertenece a Bonton Group of Companies y comenzó sus operaciones desde Ahmedabad (estado de Gujarat). Desde su inicio, se ha expandido a 19 oficinas en 11 ciudades de la India. Especializa en servicios como paquetes vacacionales (domésticos e internacionales), reservas de alojamiento en hoteles, reservas de vuelos, servicios de cambio de divisas, entre otros.

FCM TRAVEL SOLUTIONS INDIA

https://www.fcmtravel.com/en-in

FCM Travel Solutions India es la división del grupo mundial Flight Centre Travel Group (FCTG) Limited. Tiene su sede en Bombay con oficinas en otras ciudades principales



como Nueva Delhi, Calcuta, Bangalore y Chennai. Las marcas relacionadas de FCM en India incluyen Corporate Traveler, que atiende al segmento de pymes, y Travel Tours, el segmento de vacaciones de lujo. Ofrece servicios como servicios de asesoramiento para viajes, organización de reuniones y eventos, viajes corporativos del tipo *VIP* y otros servicios relacionados como gestiones de visados, entre otros. El segmento corporativo tiene relativamente un mayor peso en su oferta de servicios.

PLATAFORMA DE RESERVAS Y CONTRATACIÓN ON LINE

Durante la última década, ha destacado la tendencia creciente del uso de plataformas y agencias online para reservar los diferentes elementos de los viajes como billetes de tren, avión, autobús y alojamiento, actividades de turismo (como visitas guiadas a museos, monumentos, etc.), excursiones alrededor de su destino principal, entre otros. Dicho auge impulsó el crecimiento de agencias y canales de comercialización online que seguían atendiendo a varios segmentos del mercado turístico como viajes domésticos e internacionales, entre otros, y seguían ofreciendo precios atractivos para conseguir una mejor cuota de mercado. Destacó dicha tendencia especialmente en el segmento viajero joven del país que ha formado una parte muy relevante durante los últimos años, principalmente por su adaptación a las tecnologías más modernas. Tras una caída temporal en las reservas por la pandemia durante los últimos 2-3 años, la recuperación lenta pero continuada del turismo - tanto doméstico como emisor - ha impulsado otra vez la popularidad y utilización de las plataformas online entre los viajeros. De hecho, según Euromonitor, aunque las reservas offline superan ligeramente a las online en 2022, se estima que las reservas online superen a las offline en 2023 y que dicha brecha siga creciendo poco a poco a lo largo de los próximos años.

Muchas agencias de viaje y turoperadores tienen una presencia online. El crecimiento previsto de las ventas online se debe principalmente a la amplia distribución de internet de alta velocidad, alcance extensivo entre los *millenials* y la población urbana, uso creciente de móviles inteligentes incluso en las clases de menores ingresos (se destaca especialmente la disponibilidad de móviles inteligentes y datos móviles baratos en la India) y mucho más conocimiento de canales y soluciones digitales (incluyendo pagos digitales), entre otros. También son claves otras ventajas ofrecidas por las OTA como precios competitivos, conveniencia de las reservas (incluso las compras más personalizadas sin contacto físico alguno), posibilidades de cancelaciones con mínimos costes y valoraciones directas. Además, se observa un





INDIA 2023

enfoque por parte de las OTA hacia los paquetes vacacionales y reservas de hoteles por el mayor margen de beneficios, en comparación con las reservas de vuelos.

Sin embargo, las aerolíneas y los hoteles también promueven cada vez más las reservas online directas vía sus propias plataformas para reducir las comisiones pagadas a los intermediarios. Casi todas las empresas tienen sus propios sitios web y/o aplicaciones móviles. Seguirán ofreciendo distintas promociones como programas de fidelización, descuentos, mejores precios en colaboración con tarjetas de crédito y otros incentivos. Dicha expansión puede convertirles en un competidor relevante de las plataformas online durante los próximos años. Sin embargo, como se ha mencionado anteriormente, la posibilidad de ofrecer una amplia variedad de servicios de forma integrada sigue siendo una ventaja clave para las plataformas online de los intermediarios.

Las OTA invierten cada vez más en tecnología para captar una mayor cuota de los turistas que prefieren realizar sus reservas a través de dispositivos móviles. Junto con IRCTC - empresa gubernamental del Ministerio de Ferrocarriles - las más importantes agencias de viaje online son las siguientes:

(Nota: Los datos de visitas a varios sitios web mencionados más abajo según www.similarweb.com están actualizados en mayo de 2023. Además, las agencias no están mencionadas en orden de los numero de visitas, ya que para evaluar su posición en el mercado, se consideran varios factores como su popularidad/reconocimiento en el mercado, su respectiva posición en la categoría relevante, tasa de rebote (bounce rate), duración media de cada visita, entre otros.)

IRCTC (Indian Railway Catering & Tourism Corp. Ltd.): Es el portal de Indian Railways y es el que registra el mayor número de visitas (más de 42 millones en abril de 2023) al ser el tren el modo de viaje más usado y de gran conectividad en la india. Recientemente ha diversificado sus servicios ofrecidos, por ejemplo, con la introducción del sistema de reservas de vuelos en 2016. También ofrece otros servicios como reservas de alojamiento, paquetes vacacionales (domésticos e internacionales), viajes de tren de lujo y otros viajes turísticos.

MakeMyTrip.com: Es uno de los portales principales de viajes según varios expertos (más de 45 millones de visitas en abril de 2023). Ofrece reservas de billetes aéreos, hoteles, alquiler de coches y paquetes de viajes. Recientemente también ha incorporado ventas de billetes de tren y de autobús, por lo que entra a competir con IRCTC. Tras su fusión con la empresa Goibibo en el año 2017 - una de las fusiones más



INDIA 2023

significativas del segmento de viajes online - se estima que las dos empresas tienen conjuntamente una considerable cuota de mercado. Fue una de las transacciones más grandes del pasado reciente y muestra la intensificación de la competencia en el sector turístico indio. No obstante, las dos empresas mantienen sus marcas individuales. Además, cabe señalar que la empresa también tiene una colaboración con Amazon para ofrecer varias reservas a precios aún más competitivos.

Goibibo.com: Es un portal que se dedica a la reserva de hoteles, billetes aéreos, paquetes vacacionales, billetes de autobús, entre otros (con más de 17 millones de visitas en abril de 2023). Es una plataforma abierta y ofrece productos de distintos proveedores de la industria B2B y B2C. Goibibo adquirió RedBus en 2013 – una agencia importante de autobuses en la India – para conseguir los clientes de ese segmento. Aunque Goibibo se ha consolidado con MakeMyTrip, las dos empresas cuentan con sus propias estrategias diferenciadas: MakeMyTrip se enfoca en los clientes premium, mientras Goibibo se dedica a los clientes que buscan una buena relación calidad-precio.

17

Yatra.com: Aunque no cuenta con una cuota de mercado tan destacable como MakeMyTrip, es sin duda uno de los portales clave de India (con más de 7 millones de visitas en abril de 2023). Comenzó sus operaciones en el año 2006. Aunque la mayoría de sus ingresos proceden de las reservas de billetes aéreos, también está considerada una de las empresas clave que facilitaron un cambio radical en el segmento de las reservas de alojamiento. (La empresa está considerada como uno de los principales proveedores para reservas de hoteles en el mercado doméstico.)

Cleartrip.com: Se dedica a las reservas de hoteles y billetes de avión y es el otro agente clave en este mercado (con más de 9 millones de visitas en abril de 2023). La compañía fue recientemente adquirida por Flipkart – un competidor importante de la empresa Amazon en el mercado indio de comercio online que actualmente sigue diversificándose en el segmento de viajes como Amazon. Pese a dicha compra por Flipkart, Cleartrip mantiene su marca individual.

Expedia.co.in: Entró en el mercado indio en 2008, y ha conseguido tener una fuerte presencia desde entonces (con más de 1 millón visitas en abril de 2023). Aparte de su negocio de reservas de hoteles, billetes aéreos, paquetes vacacionales y alquiler de coches, también ha introducido el programa TAAP (*Travel Agents Affiliate Programme*) asociándose con numerosas agencias de viaje para penetrar en las ciudades de categoría 2 y 3.



Via.com: Establecida en Bangalore en 2007, la empresa ha ganado prominencia en los últimos años (con casi 750.000 visitas en abril de 2023). La empresa fue adquirida en 2017 por el grupo EbixCash y recientemente ha observado un notable crecimiento en servicios con la expansión de sus operaciones en Filipinas, Indonesia, Singapur y EAU.

EaseMyTrip: La empresa empezó sus operaciones en 2008. Tras su enfoque inicial en las operaciones B2B, la empresa luego también empezó las operaciones B2C. Aparte de su sede en Nueva Delhi y otras oficinas en la India, también tiene oficinas en otros países como Singapur, EAU y USA y Reino Unido, entre otros. Ofrece servicios como reserva de vuelos, alojamiento, paquetes vacacionales y otros servicios de valor agregado. Cuenta con casi 9 millón visitas en abril de 2023.

Ixigo.com: Creado en 2007, es un meta buscador que compara precios de vuelos, trenes, autobuses, taxis, hoteles, entre otros. Tiene su oficina en Gurugram (en el norte de la India). Cuenta con casi 11 millones de visitas en abril de 2023.

Pathfindersholidays.com: Establecido en 1999 (anteriormente conocido como Pathfinders), tiene su oficina en Ahmedabad (el estado de Gujarat). Es una empresa mediana que se dedica especialmente a los segmentos de nicho y ofrece viajes personalizados. Ofrece varios paquetes vacacionales domésticos e internacionales - tanto a los grupos familiares como a los clientes corporativos.

Travelguru.com: Establecido en 2005 y con sede en Bombay, se especializa en las reservas de hoteles y alojamientos domésticos con considerable variedad del tipo de alojamiento en más de 200 ciudades de la India. Su modelo de negocio es B2B y B2C. Cabe señalar que es una filial de la empresa Yatra.com. Cuenta con más de 75.000 visitas en abril de 2023.

Musafir.com: Es un relativamente nuevo entrante en el mercado OTA indio. Empezó sus operaciones en la India en el año 2010. Tiene varias oficinas en EAU y su oficina de India está en Bombay. Ofrece reservas de vuelos, hoteles y vacaciones a destinos domésticos e internacionales, con muchas de sus ofertas centrándose en países con proximidad geográfica a la India: EAU, Tailandia, Singapur, entre otros. Cuenta con más de 233.000 visitas en abril de 2023.

Kayak.co.in: En el mercado indio desde 2004, Kayak ofrece reservas de vuelos, hoteles, alquiler de coches, paquetes vacacionales, etc., a destinos domésticos e internacionales a través de su sitio web. Cabe notar que la empresa fue adquirida por Booking Holdings



en 2013 (booking.com siendo una de sus marcas más conocidas). Cuenta con más de 1 millón de visitas en abril de 2023.

RezLive.com: Lanzada en 2007 en la India, actualmente tiene presencia con 32 oficinas en 18 países a nivel mundial. Ofrece reservas online de alojamientos (hoteles y apartamentos), paquetes vacacionales, servicios de transfer, entre otros. Cuenta con más de 290.000 visitas en abril de 2023.

Pickyourtrail.com: Otro nuevo entrante en el mercado indio, empezó sus operaciones en 2014. Tiene su oficina principal en Chennai (en el estado Tamil Nadu), otras cinco oficinas en otras partes de la India y una más en Dubái. Se especializa en ofrecer itinerarios personalizados (*DIY holiday booking*) a través de su plataforma online. Cuenta con casi 550.000 visitas en abril de 2023.

ASOCIACIONISMO EN EL SECTOR

En la India las agencias de viaje no se agrupan en centrales de compra, consorcios y marketing o similares. Se observa cierto individualismo en el mercado. Sin embargo, durante la situación difícil enfrentada por el sector turístico en los periodos de la pandemia de Covid-19, muchas asociaciones efectivamente asumieron un papel importante. Apoyaron al sector a través de varias reuniones y negociaciones con el gobierno indio para facilitar soluciones y ayuda económica para el sector, entre otros. Siguen trabajando en ello durante la fase actual de recuperación para fomentar tanto el turismo doméstico y receptor como el turismo emisor.

A continuación, se indican algunas asociaciones importantes del sector:

TAAI (*Travel Agents Association of India*): Se formó en 1951 por un grupo de 12 agentes de viaje y se dedica a impulsar la regulación del sector, a fomentar el crecimiento y desarrollo del sector, y a proteger los intereses de todos los interesados (incluyendo los viajeros) relacionados con el sector turístico. Aparte de sus oficinas principales en Bombay y Nueva Delhi, tiene otros 20 centros regionales y cuenta con más de 2.500 miembros activos. Sólo admite agencias IATA. (email: taai@taai.in; web: www.travelagentsofindia.com)

TAFI (*Travel Agents Federation of India*): Fue creada en 1986 por un grupo de ocho agentes de viaje con el objetivo de impulsar regulaciones y normas que aseguren la fiabilidad y la ética del negocio de los viajes. Aparte de su oficina principal en Bombay,





tiene 12 oficinas (*chapters*) en el país. Actualmente cuenta con aproximadamente 1.400 miembros. Admite también agencias no IATA. (email: <u>info@tafi.org.in</u>; web: http://tafionline.com/)

OTOAI (The Outbound Tour Operators Association of India): Formada en el año 2011, tiene su oficina principal en Nueva Delhi. Esta organización se dedica a desarrollar y promover normas éticas y profesionales en el sector de turoperadores y agencias de viaje (especialmente en el sector emisor) y a mejorar la eficacia de las operaciones del mercado. (email: info@otoai.org; web: www.otoai.org)

PATA (*Pacific-Asia Travel Association*): El capítulo de la India de PATA es uno de los capítulos más antiguos en la red internacional de PATA. Tiene su oficina principal en Nueva Delhi. Formado en 1974, actualmente cuenta con 245 miembros que incluyen al Ministerio de Turismo (Gobierno de la India), Ministerios de Turismo estatales, compañías aéreas, hoteles, agentes de viajes, turoperadores y otros proveedores de servicios relacionados con el sector de viajes. Actúa como un catalizador para el desarrollo responsable de la región Asia-Pacífico. (email: ed@pataindia.org/)

ETAA (Enterprising Travel Agent's Association of India): Es una asociación profesional que representa a las agencias de viaje minoristas de la India. Concebida en 1996 y registrada en 1998, es la mayor asociación de agentes de viaje no registrados con IATA de la India. Tiene su sede en Bombay y otros 4 capítulos en las 4 zonas del país. Como objetivo, pretende crear una sinergia en el sector minorista y defender sus derechos. (web: www.etaaindia.com)

NIMA (*Network of Indian MICE Agents*): Establecida en 2014, tiene su oficina principal en Nueva Delhi. Es una asociación de turoperadores que se especializan en el segmento de MICE tanto para el mercado emisor como para el mercado receptor. Cuenta con más de 150 miembros, más del 30% de los cuales pertenecen a las ciudades de categoría 2 y 3 de la India. NIMA trabaja en estrecha colaboración con todos los organizadores principales de eventos del sector turístico en el país y representa al segmento MICE durante dichos eventos. También ha facilitado la realización de varias sesiones y talleres de formación para mejorar el segmento MICE. (email: mail@thenima.in; web: http://www.thenima.in/)

IAAI (IATA Agents Association of India): Esta asociación fue creada en el año 2001 bajo circunstancias difíciles. Cuando la IATA decidió exigir una garantía bancaria mínima de 20 lacs de rupias indias (aproximadamente 22.000 euros) de agentes de viajes, la existencia de agentes más pequeños en la India acreditados por la IATA se encontró



amenazada. Por tanto, se unieron 35 agentes del país para formar esta asociación a fin de salvaguardar los intereses de los agentes más pequeños y mejorar el sector de los viajes. La asociación sigue trabajando para la mejora de las pequeñas y medianas agencias de viaje en la India. Considerando la coyuntura dinámica actual del sector turístico, la IAAI también admite agentes de viajes no registrados con IATA, turoperadores, Ministerios de Turismo estatales de la India, Oficinas Nacionales de Turismo de varios países, hoteles y otras entidades del sector de viajes y turismo. IAAI también es miembro de FICCI (Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry) e ICA (Indian Council of Arbitration). (email: hdq@iaai.in; web: https://www.iaai.in/.





85%

56%

69%





MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO

TURESPAÑA