



ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



3.

INDIA 2024

Estructura del Sector Turístico

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Consejería de Turismo de España en Bombay

NIPO: 219-24-018-5

Junio 2024

TABLA DE CONTENIDO

Datos clave

Sector de la producción

Sector de la distribución

Comercialización online

Asociacionismo en el sector

DATOS CLAVE

India es un mercado turístico centrado esencialmente en viajes domésticos. Dada la fuerte promoción de los destinos locales por el gobierno indio, junto a los altos precios de los vuelos internacionales en los últimos meses, cabe esperar que los viajes domésticos sigan siendo una parte muy importante del sector turístico indio. Asimismo, hay que señalar que los viajes por turismo al extranjero tienden a limitarse a la clase media-alta de la sociedad india. Aunque dicha clase representa una parte relativamente pequeña de la economía, la cantidad absoluta de este segmento convierte a India en un mercado emisor muy importante, incluyendo a destinos lejanos como España. De hecho, según los últimos datos de Oxford Economics, se estima que las salidas internacionales alcanzaron casi 19 millones en 2023, y que superen en 2024 los niveles pre-pandemia, alrededor de 21,7 millones en 2019.

4

Dentro del sector turístico indio, según los últimos datos y proyecciones de Statista, los segmentos de reservas de hoteles y paquetes vacacionales supusieron la mayor parte de las ventas en el año 2023 con aproximadamente el 43% y el 42% de las cuotas, respectivamente. Según la misma fuente, se estima que para el año 2028, la cuota de los paquetes vacacionales (aproximadamente 41%) siga sin cambios importantes, pero que disminuya la cuota de reserva de hoteles (al 33%) y que aumente la cuota del segmento camping, que actualmente no supone una cifra relevante, hasta aproximadamente el 20%.

Respecto a los turoperadores y agencias, existen grandes diferencias culturales en las distintas regiones/estados del país, y cada región cuenta con algunos operadores importantes. Pero en términos generales, el sector turístico está dominado por los siguientes turoperadores y empresas públicas, todos ellos integrados 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.

ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO

INDIA 2024

- FCM Travel Solutions
- SOTC Travel

Entre otros aspectos, es relevante señalar que la empresa india Thomas Cook India no forma parte del quebrado grupo británico Thomas Cook UK, y sigue funcionando en India con total normalidad en el sector del turismo.

Según los últimos datos disponibles de Statista, en el año 2020, India contaba aproximadamente con 750 agencias de viajes de tamaño grande, 60.000 de tamaño mediano y 250.000 de tamaño pequeño.

Asimismo, y de acuerdo con los últimos datos disponibles del Ministerio de Turismo (febrero de 2024), India cuenta con 1.300 proveedores de servicios de turoperación reconocidos por el Ministerio. A continuación, se expone su categorización y número correspondiente:

5

Categoría	Nº
Turoperadores - turismo receptor (con experiencia)	531
Turoperadores - turismo receptor (<i>startups</i>)	74
Turoperadores domésticos (con experiencia)	199
Turoperadores domésticos (<i>startups</i>)	56
Agentes de viaje (con experiencia)	230
Agentes de viaje (<i>startups</i>)	34
Operadores de transporte turístico (con experiencia)	103
Operadores de transporte turístico (<i>startups</i>)	4
Segmento MICE (con experiencia)	6
Segmento MICE (<i>startups</i>)	1
Turoperadores - turismo de aventura (con experiencia)	54
Turoperadores - turismo de aventura (<i>startups</i>)	8
Total	1.300

En cuanto a su distribución en los distintos estados indios, la región de Delhi cuenta con el mayor número de proveedores reconocidos (512), seguida por el estado de Maharashtra (117) y el estado de Haryana (92). El ministerio anima a solicitar dicho reconocimiento, aunque es un programa voluntario, con un proceso de solicitud online, a fin de asegurar la calidad de los servicios del turismo en el país.

Hay que tener en cuenta que las agencias que realizan operaciones mayoristas 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, bien a empresas grandes, medianas y pequeñas, 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 y SOTC, entre otras.

En la fase post-pandemia el sector turístico también ha adoptado diversos procesos y/o prácticas nuevas para atender mejor a los clientes. Entre ellos, cabe señalar algunos cambios clave como acuerdos con hospitales y empresas de seguros para la seguridad sanitaria, flexibilidad de reprogramación o cancelación de viajes, términos de pago más asequibles, soluciones digitales para facilitar diferentes trámites, etc.

6

En la situación actual las agencias de viaje están cobrando más importancia, dado que los viajeros aprecian la orientación, los consejos y la seguridad que ofrecen los expertos. De hecho, según un reciente estudio de mercado realizado por la Consejería de Turismo en Bombay, una mayor proporción de los encuestados (más de 60%) consideran a las agencias de viaje como una de las fuentes clave en cuanto a búsqueda de información y reserva de sus viajes.

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, Otila International, Travel Optionz y Blue Star Air Travel Services.

Las siguientes empresas tienen una importancia relativamente menor a nivel nacional, si bien poseen 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, ni tampoco de volúmenes de facturación de los principales turoperadores de producción.

AKBAR TRAVELS

www.akbartravels.com

Tras haber empezado sus operaciones en 1978, actualmente es una de las empresas más grandes en la India por número de sedes, servicios ofrecidos, plantilla laboral e ingresos. Es bien conocida por su éxito en la región del Golfo y en viajes a los Emiratos Árabes Unidos (EAU).

7

ATLAS TOURS & TRAVELS PVT LTD

www.atlastravels.com

Tras haber empezado sus operaciones en 1988, últimamente esta empresa es reconocida por sus paquetes turísticos hacia Oriente Medio (EAU) y concretamente se especializa en grupos que realizan 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 y 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 relevantes como Nueva Delhi, Calcuta, Bangalore y Chennai. Las marcas relacionadas de FCM en India incluyen Corporate Traveller, que atiende al segmento de pymes, y Travel Tours, al segmento de vacaciones de lujo. Ofrece servicios como 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 65 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.jtb-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 20 filiales a nivel nacional.

Está especializada en 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 la distribución, se viene observando de forma reciente una tendencia alcista en el valor de las 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 descuentos, opciones de reservas flexibles y posibilidades de reembolso más fáciles para los consumidores. Dichas promociones se realizan para aprovechar la creciente demanda existente tras la pandemia y para crear confianza entre los viajeros indios. Según datos de Statista, el 51% de las reservas se realizaron vía canales online y se estima que dicha cifra aumente al 60% en el año 2028.

9 Sin embargo, las ventas a través de intermediarios offline también son muy relevantes en el mercado indio, 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 del crecimiento de las soluciones online, no se prevé que este mercado vaya a estar 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.

Las aerolíneas y los hoteles también tratan de aumentar las reservas directas online a través de 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 tienen ahora sus propios sitios web y/o aplicaciones móviles para eliminar los costes de los intermediarios. Aunque dichas tendencias representan una competencia clara para los intermediarios, éstos también tienen una ventaja competitiva clave en su capacidad de ofrecer una oferta amplia, conveniente e integrada que cubre la 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.

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 realizar varios tramos de viaje de grandes distancias con un coste relativamente menor, es el modo de transporte preferido por la mayoría de los indios. MakeMyTrip es otra empresa destacable en el sector con una cuota de mercado relevante. Las otras empresas de distribución importantes en el mercado son: Yatra, Cleartrip, Expedia, Thomas Cook y International Travel House Ltd.

10

En un segundo nivel de importancia, pero operando de manera similar cabe citar a empresas como Dewan Travels, Veena World, EbixCash, N. Chirag, 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

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.

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

Dewan Travels Pvt. Ltd.

www.dewanholidays.com

Desde sus comienzos 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 de los servicios especializados que ofrece son: Viajes en grupo (especialmente a Europa) y viajes para grupos de edad avanzada, entre otros.

KESARI

www.kesari.in

Se trata de una empresa familiar que empezó en 1984 en Bombay, siendo muy popular para viajes en familia, especialmente en el estado de Maharashtra. También ofrece viajes MICE, viajes personalizados y viajes para el segmento *budget*. 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

Fue establecida por la exdirectora de Kesari que dejó la empresa para crear su propia empresa. Desde su inauguración en el 2013, ha expandido sus operaciones abriendo oficinas y/o colaborando con socios comerciales. Su oficina principal está en Bombay. Además, cuenta con más de 20 oficinas (incluyendo en las ciudades clave en el estado de Maharashtra – Bombay, Thane y Pune) y varios socios preferentes de ventas, incluyendo algunos internacionales. Como Kesari, es bastante popular especialmente en Maharashtra para 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

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, si bien también ofrece servicios en el segmento B2C.

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.

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 en diversas regiones de la India a través de sus propias oficinas y oficinas franquiciadas en ciudades clave como Calcuta, Chennai, Hyderabad y Delhi. Es conocida por organizar 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 con 19 oficinas en 11 ciudades de la India. Está especializada en servicios como paquetes vacacionales (domésticos e internacionales), reservas de alojamiento en hoteles, reservas de vuelos, seguros de viaje, entre otros.

Además, también destacan los siguientes turoperadores en el sector de distribución que también están mencionados anteriormente en el sector de producción.

Thomas Cook

www.thomascook.in

JTB TOURS

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

FCM TRAVEL SOLUTIONS INDIA

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

PLATAFORMA DE RESERVAS Y CONTRATACIÓN ONLINE

India ha visto una penetración creciente de internet durante la última década. Según los últimos datos y estimaciones de Statista, en el año 2024 un 52,4% de la población india tendrá acceso a internet frente al 13,5% de 2014. Aunque estas cifras parecen relativamente bajas, en términos absolutos suponen más de 751 millones de usuarios activos en 2024. Esto sitúa al país en segundo lugar a nivel mundial en términos de usuarios activos de Internet.

13

Del total de usuarios de internet en India, la mayoría accede a internet a través de teléfonos móviles. La disponibilidad de datos móviles a precios bajos, una amplia red de internet de alta velocidad, así como una base creciente de usuarios de teléfonos inteligentes tanto en zonas urbanas como rurales, son algunos de los factores que han contribuido a una cifra tan elevada.

Todo ello, junto con un creciente conocimiento de soluciones digitales (incluyendo pagos digitales), ha impulsado un uso creciente de plataformas y agencias online para reservar los diversos elementos de los viajes como billetes de tren, avión, autobús y alojamiento, actividades de turismo y excursiones, entre otros. Este auge, en consecuencia, ha fomentado el aumento del número de agencias, turoperadores y canales de comercialización online que atienden a diversos segmentos del mercado turístico, incluyendo viajes internacionales, y que ofrecen precios atractivos para conseguir una mejor cuota de mercado. También son claves otras ventajas ofrecidas por las OTA como precios competitivos, conveniencia de las reservas (incluso compras más personalizadas sin contacto físico alguno), posibilidades de cancelaciones con mínimos costes y valoraciones directas.

Destaca dicha tendencia especialmente en el segmento viajero de jóvenes y *millennials* del país que forma una parte muy relevante en el momento actual. Según los últimos datos disponibles de Statista, se estima que el grupo que está liderando el uso de internet durante los años 2019-25 es mayor de 35 años. De hecho, según la misma fuente, las ventas vía canales online (51%) ya han superado las ventas a través de

canales offline (49%) en 2023 y se estima que en el año 2028 las ventas online alcancen el 60% de las ventas totales.

Como se ha indicado, las aerolíneas y los hoteles también promueven cada vez más las reservas online directas a través de sus propias plataformas para reducir las comisiones pagadas a los intermediarios. Casi todas las empresas tienen sus propios sitios web y/o aplicaciones móviles. Ofrecen distintas promociones como programas de fidelización, descuentos, mejores precios en colaboración con tarjetas de crédito y otros incentivos. Dicha expansión puede convertirlos en un competidor relevante de las plataformas online durante los próximos años. Sin embargo, 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, algunas agencias de viaje online importantes son las siguientes:

14

(Nota: Los datos de visitas a los diferentes sitios web que se mencionan más adelante según www.similarweb.com están actualizados a fecha de marzo de 2024. Además, las agencias no están enumeradas de acuerdo con el número de visitas, ya que, para evaluar su posición en el mercado, se consideran diferentes factores como su popularidad o 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 37 millones en marzo de 2024) al ser el tren el modo de viaje más usado y con gran conectividad en la India. Recientemente ha diversificado sus servicios, 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 (más de 40 millones de visitas en marzo de 2024) y cuenta con más del 50% del mercado según diferentes fuentes. Ofrece reservas de billetes aéreos, hoteles, alquiler de coches y paquetes de viajes. También ha incorporado ventas de billetes de tren y de autobús. Tras su fusión con la empresa Goibibo en el año 2017, una de las fusiones más 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 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 14,5 millones de visitas en marzo de 2024). Es una plataforma abierta y ofrece productos de distintos proveedores de la industria B2B y B2C. RedBus – una agencia importante de autobuses en la India – también pertenece a Goibibo. Aunque Goibibo se ha consolidado con MakeMyTrip, las dos empresas cuentan con sus propias estrategias diferenciadas: MakeMyTrip se enfoca en los clientes Premium con una amplia gama de ofertas, descuentos, etc., mientras Goibibo suele ofrecer descuentos y cashback para algunas rutas/hoteles específicos y suele atender a los clientes que buscan una buena relación calidad-precio.

15

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 7 millones de visitas en marzo de 2024). La compañía pertenece a Flipkart – un competidor importante de la empresa Amazon en el mercado indio de comercio online que actualmente sigue diversificándose en el segmento de viajes al igual que Amazon. Pese a dicha compra por Flipkart, Cleartrip mantiene su marca individual.

EaseMyTrip: La empresa empezó sus operaciones en 2008. Tras un enfoque inicial en las operaciones B2B, la empresa también empezó a desarrollar operaciones B2C. Ofrece servicios como reserva de vuelos, alojamiento, paquetes vacacionales y otros servicios de valor añadido. Tuvo aproximadamente 4,5 millones de visitas en marzo de 2024.

Yatra.com: Aunque no cuenta con una cuota de mercado tan destacable como otras empresas mencionadas anteriormente, es sin duda uno de los portales clave de India (con más de 5 millones de visitas en marzo de 2024). Comenzó sus operaciones en el año 2006. Los segmentos más destacados son reservas de billetes aéreos y hoteles.

Expedia.co.in: Entró en el mercado indio en 2008, y ha conseguido tener una presencia relevante desde entonces (con más de 1 millón de visitas en marzo de 2024). Aparte del 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 notoriedad en los últimos años (con casi 550.000 visitas en marzo de 2024). La empresa fue adquirida en 2017 por el grupo EbixCash y recientemente ha tenido un notable crecimiento con la expansión de sus operaciones en Filipinas, Indonesia, Singapur y EAU.

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). Tuvo más de 10,5 millones de visitas en marzo de 2024.

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 diversos paquetes vacacionales domésticos e internacionales, tanto a grupos familiares como a clientes corporativos.

Travelguru.com: Establecido en 2005 y con sede en Bombay, ofrece varios servicios de viaje como reserva de billetes aéreos y paquetes vacacionales. Se especializa en las reservas de hoteles y alojamientos domésticos con considerable variedad del tipo de alojamiento en más de 1.100 ciudades de la India. Su modelo de negocio es B2B y B2C. Cabe señalar que es una filial de la empresa Yatra.com mencionada anteriormente. Tuvo más de 68.500 visitas en marzo de 2024.

Musafir.com: Teniendo sus operaciones principales en EAU, empezó a trabajar en la India en el año 2010. Tiene varias oficinas en EAU y sus oficinas de India están en Bombay y Kochi. 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. Tuvo más de 178.000 visitas en marzo de 2024.

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. Hay que señalar que la empresa pertenece a Booking Holdings (siendo booking.com una de sus marcas más conocidas). Tuvo más de 940.000 visitas en marzo de 2024.

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 238.000 visitas en marzo de 2024.

Pickyourtrail.com: Un entrante relativamente nuevo en el mercado indio, empezó sus operaciones en 2014. Tiene su oficina principal en Chennai (en el estado Tamil Nadu), otras seis oficinas en la India y una más en Dubái. Se especializa en ofrecer itinerarios personalizados (*DIY holiday booking*) a través de su plataforma online. Tuvo más de 385.000 visitas en marzo de 2024.

ASOCIACIONISMO EN EL SECTOR

17

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, las asociaciones sí tienen un papel importante, especialmente durante las situaciones difíciles para el sector turístico, como la reciente crisis de Covid-19. Apoyan al sector a través de eventos/presentaciones y otras reuniones y negociaciones con el gobierno indio para facilitar soluciones y ayuda económica para el sector, entre otros. Siguen dedicándose tanto al turismo doméstico y receptor como al 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 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: info@tafi.org.in; 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 apoya a sus miembros a través de varias actividades e iniciativas para mejorar sus negocios y operaciones. Se dedica especialmente a los turoperadores y agencias de viaje del sector emisor indio. Intenta colaborar con las oficinas internacionales de turismo y empresas internacionales en el sector para fomentar colaboraciones entre varios actores del sector. (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 de la red internacional de PATA. Tiene su oficina principal en Nueva Delhi. Formado en 1974, 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; web: <https://pataindia.org/>)

18

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, 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. (email: etaacoordinator1@gmail.com; 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 22.250 euros) a los 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 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/>).

ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO

INDIA 2024

85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 