

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



3.

MÉXICO 2025

Estructura del Sector Turístico

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

www.tourspain.es

TABLA DE CONTENIDO

Datos clave

Sector de la producción

Sector de la distribución

Comercialización on line

Asociacionismo en el sector

DATOS CLAVE

En el año 2024 México consolidó su posición como uno de los principales destinos turísticos globales. Según la Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión (AMAI), la población mexicana está segmentada en diversos grupos socioeconómicos, desde la clase alta hasta la baja, lo que influye directamente en sus patrones de viaje y gasto turístico.

- A/B (Clase alta): 6,8% de la población. Más de la mitad ha viajado en avión en los últimos 6 meses, visitando lugares de lujo, con al menos un destino internacional al año.
- C+ (Clase media-alta): 10,8%. Generalmente vacacionan en el país y, a lo sumo, viajan al extranjero una vez al año.
- C (Clase media): 14%. Viajan dentro del país una vez al año.
- C- (Clase media emergente): 15,4%. Realizan una excursión al año a su lugar de origen o al de sus familiares.
- D+ (Clase media-baja): 15,2%.
- D (Clase baja): 27,8%.
- E (Pobreza extrema): 10%.

Según datos de la Secretaría de Turismo de México, el país recibió 45,04 millones de turistas internacionales, lo que representa un aumento del 7,4% respecto al año anterior, 2023. El gasto de estos turistas ascendió a 30.246,2 millones de dólares, marcando un incremento del 5,9% en comparación con 2023

La digitalización está transformando industria turística mexicana. Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en 2024, el 45% de los mexicanos realizaron reservas de viajes en línea, y el 32% utilizó herramientas de inteligencia artificial para planificar sus viajes, lo que refleja el creciente protagonismo de la tecnología en la toma de decisiones turísticas. Sin embargo, las agencias de viajes tradicionales siguen manteniendo una presencia significativa en el mercado.

En respuesta a esta transformación, la Secretaría de Turismo ha implementado diversas estrategias de digitalización para fortalecer la competitividad del sector.

En cuanto a las previsiones para este año 2025 y teniendo en cuenta el modesto crecimiento del 1,3 del Producto Interno Bruto (PIB) el pasado año, la Secretaría de Hacienda ha ajustado su previsión de crecimiento para 2025 a un rango de 1.5% a 2.3%, debido a la incertidumbre por los aranceles impuestos por Estados Unidos.

En marzo de 2025, el peso mexicano alcanzó su mejor nivel desde noviembre de 2024, cotizando por debajo de las 20 unidades por dólar, impulsado por una depreciación global del dólar estadounidense y una percepción positiva de los inversionistas sobre la economía mexicana. Sin embargo, en abril el peso se depreció hasta 20.55 pesos por dólar debido a temores de recesión global y tensiones comerciales con Estados Unidos.

En general, la economía mexicana tiene un gran potencial para seguir creciendo y desarrollándose. El sector empresarial es potente, muy dependiente de las exportaciones a Estados Unidos. Los recelos actuales hacia China y el denominado “nearshoring” favorecen a México, que puede rentabilizar su posición geográfica cercana al gigante norteamericano y que comparte una frontera terrestre de 3.152 kilómetros.

En el ámbito político, Claudia Sheinbaum asumió la presidencia en junio de 2024, convirtiéndose en la primera mujer en ocupar este cargo en la historia de México. Su administración se ha centrado en la implementación de una reforma judicial que permite la elección popular de jueces, generando controversia y protestas en diversos sectores.

En 2019 el Gobierno mexicano suprimió el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) a través de una iniciativa en el Parlamento del partido gubernamental MORENA. La Secretaría de Turismo de México (SECTUR) se queda como el único organismo público encargado de la Administración turística a nivel federal. La promoción en el exterior se hace ahora a través de las Embajadas. No obstante, Visit México (visitmexico.com) con una financiación privada parece asumir un papel importante en la promoción turística en México en el exterior.

SECTOR DE LA PRODUCCIÓN

Los principales mayoristas de México son los siguientes.

Euromundo: Operadora mayorista líder en viajes a Europa (especialmente a España) y Medio Oriente. También cuenta con viajes a Sudamérica, Canadá y



Estados Unidos y es de propiedad española. Lleva 30 años operando en el sector.

Mega Travel: Actualmente cubre en sus productos más de 60 países. Compite en precio con paquetes muy ajustados. Es el primer mayorista que ha puesto en el mercado un chárter a Europa, Bulgaria. España es su principal mercado. Desplazó a 60.000 personas a nuestro país en 2024.

PE-TRA Operadora Mayorista: En la actualidad es el grupo operador de viajes hispano mexicano más importante de América Latina. Este posicionamiento en el mercado le ha permitido ofrecer a los clientes mexicanos una gran gama de productos hacia Europa, Medio Oriente, África y el Lejano Oriente, así como a Centro y Sudamérica, Canadá, México y Estados Unidos. Vende circuitos por Europa en autocar, iniciando en Madrid y entrando en Francia por San Sebastián y Barcelona. Comienza a operar con Valencia.

Punta del Este Operadora: Es de propiedad uruguaya. Maneja viajes desde México a todo Latinoamérica y Europa. Además, es líder en los viajes a Sudáfrica.

6

Juliá Tours: Filial de la empresa española. Especializada en excursiones internacionales.

Viajes El Cortes Inglés: Es de propiedad española y es la principal oficina que tiene esta agencia fuera de España, desde esta oficina en México se dirige el conjunto de América. Su operación cuenta con más de 90 oficinas en México. Comercializa su producto a través de los grandes almacenes de Liverpool.

Operadora Sierra Madre: Su sede principal está en Monterrey (Nuevo León). Se especializan en la organización de viajes en grupo y paquetes para agencias de viajes en México y en el extranjero.

Viajes Legrand: Con sede en Monterrey (Nuevo León) esta agencia lleva muchos años en el mercado vendiendo todo tipo de servicios en Europa. Forma parte de Agencia de Viajes Virtuoso.

Garin mayorista: Operadora de Viajes en Guadalajara (Jalisco) que inició sus actividades en enero del 2011, sirviendo a agencias de viajes con amplio conocimiento en el turismo de Europa, Medio Oriente y América del Sur.

Viajes Panorama: Viajes Panorama se fundó en el año 1958 y es reconocida por su especialización en atender clientes VIP, por el manejo de Lunas de Miel, Cruceros y Ski. Su sede se encuentra en Guadalajara (Jalisco).

Como tendencia en el sector de la producción puede señalarse la importancia que están adquiriendo los paquetes personalizados, en los que



el turista puede ahorrar eligiendo la mejor opción en función de sus necesidades, así como los paquetes en los que el seguro de viaje está incluido.

Entre los consolidadores destacan.

Consolid México S.A de C.V: Su objetivo es posicionar los productos y servicios de la región. Actualmente, abarca 13 países con aproximadamente 385 oficinas en total.

SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN

El sector minorista continúa desempeñando un papel clave en la economía turística de México, al representar una parte significativa de las ventas relacionadas con el turismo.

7

Antes de la pandemia de COVID-19, México contaba con alrededor de 6,500 agencias de viajes tradicionales, muchas de ellas operando como franquicias o parte de grandes grupos nacionales. Sin embargo, la emergencia sanitaria provocó el cierre de aproximadamente el 15% de estas agencias, equivalente a unas mil unidades, debido a la caída de la demanda y los cambios en los hábitos de consumo.

A pesar de este impacto, las agencias que lograron adaptarse mediante la digitalización y la personalización de sus servicios han experimentado una notable recuperación. De hecho, el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) estimó que en 2024 el sector turístico aportaría más de 264 mil millones de dólares al PIB mexicano, superando en un 3% los niveles pre pandemia.

Este crecimiento ha revitalizado la demanda de servicios de intermediación turística, tanto en formato físico como digital. En este contexto, se espera que para 2025 las agencias de viajes sigan siendo actores relevantes dentro del ecosistema turístico, ofreciendo valor añadido a través del asesoramiento especializado, la curaduría de experiencias personalizadas y la gestión de servicios integrados para un viajero cada vez más exigente y conectado.

Algunas de las más importantes son:

Viajes Intermex: Agencia de viajes minorista, tiene más de 35 años de experiencia en el segmento medio alto con una fuerte clientela corporativa.



Viajes Palacio: Esta agencia de viajes minorista forma parte de Palacio de Hierro y se encuentra en todas las tiendas departamentales de Palacio de Hierro, Casa Palacio y de Boutique Palacio en varios estados de la República mexicana.

Carlson Wagonlit Travel México: Especializada únicamente en viajes de negocios.

BCD Travel S.A de C.V: Corporación global dedicada principalmente a la administración de viajes de negocios.

Opesa: Agencia experta en circuitos en español por Europa, Europa del Este y Escandinavia.

Operadora Travel shop: Especializada en viajes a Europa para diferentes sectores. Tiene sede tanto en Ciudad de México como en Guadalajara (Jalisco).

8

Mundo Joven: Nace con la idea de promover el turismo convencional y educativo para los jóvenes. El 85 % de su mercado principal es el internacional.

Viajes Sevilla Sol: Agencia de viajes en Guadalajara (Jalisco) especializada en viajes de placer o negocios.

En cuanto a los GDS en México, que permiten conectar a las agencias y a los viajeros con los proveedores del turismo, la posición dominante está ocupada por Sabre, el globalizador a través del cual se realizan el 77% de las compras de las agencias, mientras que los restantes 23 puntos porcentuales están divididos entre Amadeus y Travelport.

PLATAFORMA DE RESERVAS Y CONTRATACIÓN ON LINE

Penetración de Internet

El INEGI en colaboración con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) y el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), publica la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (EN DUTIH), fuente principal de estadísticas sobre disponibilidad de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en los hogares y de su uso, arrojando los siguientes resultados



Según los datos de la ENDUTIH 2023, en 2023, 97 millones de personas en México (81.2% de la población de 6 años o más) utilizaron internet, lo que representó un aumento significativo respecto a 2020. Además, se observó una disminución en la brecha de género, ya que el 81.4% de las mujeres utilizaban internet, frente al 81.0% de los hombres. Sin embargo, persisten disparidades en el acceso, especialmente en zonas rurales y en grupos de edad avanzados.

Es preciso mencionar que existe una clara brecha regional norte-sur en cuanto al uso de internet. Según el mencionado estudio, las entidades federativas con mayor porcentaje de población usuaria de internet en 2021 fueron: Ciudad de México (88.3%), Baja California (86.8%) y Sonora (85.8%). Los estados que registraron los menores porcentajes fueron: Chiapas (46.1 %), Oaxaca (56.9%) y Guerrero (61.4%).

Comercio electrónico y sector turístico

9

El comercio electrónico ha transformado el turismo en México. Las búsquedas de viajes desde dispositivos móviles crecieron un 50% anual, y plataformas como Despegar, Expedia y Kayak se consolidan como las más utilizadas. Esto ha obligado a las agencias tradicionales a digitalizarse para competir, integrando servicios en línea y presencia en redes sociales. Según Deloitte (2024), "el viajero mexicano prioriza la conveniencia digital, aunque aún valora contar con respaldo físico en su experiencia de compra". Los vuelos y hoteles son las compras online más comunes, mientras que los paquetes vacacionales se reservan principalmente para viajes internacionales.

Aunque un número elevado de turistas mexicanos prefiere las agencias de viajes tradicionales, las tasas de crecimiento más rápidas se han dado en las ventas de las agencias de viajes en línea. Estas se apoyan también en algunos puntos de venta físicos confirmando la importancia para el consumidor mexicano de contar con una referencia física de la empresa.

Agencias de viaje Online

Actualmente, según Cloudbeds (2024), los principales canales de reservas hoteleras en México son Booking.com, Expedia y las webs directas de los hoteles. Les siguen Hotelbeds, Despegar y Best Day (tras su fusión), PriceTravel y Airbnb. Esto confirma la consolidación de las agencias online como actores clave en la distribución turística digital.

ASOCIACIONISMO EN EL SECTOR

Estas son las principales asociaciones en cuanto al sector turístico se refiere:

ASOCIACIÓN METROPOLITANA DE AGENCIAS DE VIAJES A.C. (METRO)

www.metropolitana.mx

Esta asociación agrupa a las agencias de viajes más productivas del área metropolitana y parte de la República. La conforman 148 agencias asociadas. Actualmente, Alicia Mejía Hernández es la presidenta de la METRO.

ASOCIACIÓN MEXICANA DE AGENCIAS DE VIAJES (AMAV)

www.amavnacional.com.mx

10

Esta organización trabaja con el fin de unir y representar agencias de viajes en todas sus modalidades, así como a otras empresas relacionadas con la actividad turística del país. Su presidente es Raymundo Flores.

ASOCIACIÓN NACIONAL DE AGENCIAS DE VIAJES (ANAV)

www.anav.com.mx

Esta asociación es líder en la representatividad de sus asociados, profesionales del turismo mexicano desde 1993. Cuentan con socios proveedores tales como operadores de tours y excursiones, consolidadores o aseguradoras de viaje. Tiene una fuerte presencia en Nuevo León, Monterrey. Su actual presidente es Roberto Ayala.

GRUPO MEXICANO DE ASOCIACIONES DE AGENCIAS DE VIAJE Y EMPRESAS TURÍSTICAS (GMA)

<https://gma.org.mx/>

Representa a 14 Asociaciones nacionales, conformadas por más de 1065 empresas, entre agencias de viajes emisivas y receptoras, mayoristas y



minoristas, transportadoras turísticas y tour operadores. Presidida por Judith Guerra.

ASOCIACIÓN FEMENIL DE EJECUTIVAS DE EMPRESAS TURÍSTICAS A.C. (AFEET)

www.afeet.org

AFEET es la primera asociación de mujeres en el mundo del turismo en México.

Esta entidad tiene como objetivo vincular a las ejecutivas de diversas empresas turísticas (AA.VV, TT.OO, Líneas aéreas, líneas marítimas, hoteles, compañías de alquiler de coches, restaurantes, empresas de catering, organismos gubernamentales relacionados con turismo, etc.) y cuyo fin esté relacionado con el turismo en general.

Según datos de la propia asociación, actualmente la integran 120 socias en la Ciudad de México, de las cuales 29 pertenecen al sector de agencias. La presidenta es Magdalena Saldivar.

11

ASOCIACIÓN DE HOTELES DE RIVIERA MAYA (AHRM)

www.rivieramaya.org.mx

Presidida por el español Toni Chaves, agrupa a los hoteles de esa zona del estado de Quintana Roo y con una participación mayoritaria de hoteles de propiedad española.

EXPO MAYORISTAS

www.expomayoristas.com.mx

Agrupa a las principales agencias mayoristas de la Ciudad de México. En la actualidad cuenta con 30 socios.

Anualmente celebra una feria caravana donde sus miembros ofertan sus productos en las ciudades más importantes de la República. Guadalajara, Monterrey, León, Puebla y Mérida. Su presidente es Antonio Taverna.



ASOCIACIÓN MEXICANA DE HOTELES Y MOTELES (AMHM)

www.amhm.org

www.hotelesmexicanos.org

Es la organización representante de la hotelería organizada de México, ofrece servicios y beneficios a los prestadores de servicios turísticos de hospedaje. Cuenta con más de 100 asociaciones filiales de todo el país.

CÁMARA NACIONAL DE AEROTRANSPORTES (CANAERO)

www.canaero.org.mx

La Cámara Nacional de Aerotransportes es una institución autónoma de interés público integrada por más de 60 miembros, agrupando aerolíneas nacionales e internacionales, empresas cargueras, taxis aéreos y prestadores de servicios en México.

12

CONSEJO NACIONAL EMPRESARIAL TURÍSTICO (CNET)

www.cnet.orp.mx

Conformado por 13 cámaras y constituido como el órgano de representación del sector privado empresarial dedicado a la actividad turística en México.

85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 