

# ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



## 3.

MÉXICO 2026  
Estructura del Sector Turístico



TABLA DE CONTENIDO

|                             |
|-----------------------------|
| Datos clave                 |
| Sector de la producción     |
| Sector de la distribución   |
| Comercialización on line    |
| Asociacionismo en el sector |

### DATOS CLAVE

En 2026, México mantiene su posición como uno de los principales destinos turísticos a nivel mundial, consolidando un modelo en el que el turismo sigue siendo un motor clave de la economía nacional. La evolución reciente del sector se apoya en el crecimiento sostenido de los flujos internacionales, la recuperación plena tras los años de ajuste global y una mayor diversificación de los mercados emisores. En los últimos datos disponibles publicados por la Secretaría de Turismo, correspondientes al último ejercicio completo, el país recibió 47,78 millones de turistas internacionales, con ingresos superiores a los 30.000 millones de dólares, cifras que continúan situando al turismo como una de las principales fuentes de divisas del país y que sirven como base para la tendencia positiva observada en 2026.

4 La estructura del mercado turístico mexicano está fuertemente condicionada por su composición socioeconómica, lo que determina tanto el acceso al consumo turístico como los patrones de gasto. Según la clasificación de la AMAI, la población se distribuye en distintos niveles que explican la segmentación de la demanda. Los grupos A/B, que representan a los estratos de mayor poder adquisitivo, concentran el consumo de turismo internacional y de alto valor añadido, con una elevada frecuencia de viajes y preferencia por productos premium. El segmento C+ mantiene un perfil de clase media-alta con predominio del turismo nacional y viajes ocasionales al extranjero. La clase media (C) se orienta principalmente al turismo interno con viajes periódicos limitados, mientras que los segmentos C- y D+ concentran desplazamientos de carácter más funcional o familiar, con menor capacidad de gasto turístico. En los niveles inferiores (D y E), el acceso al turismo organizado es reducido, lo que refleja una estructura claramente desigual en la participación turística, donde el crecimiento del sector depende en gran medida de los estratos medios y altos.

En paralelo, la digitalización se ha consolidado como uno de los factores más transformadores del sector turístico en México. De acuerdo con los últimos datos del INEGI, en el periodo reciente más del 40% de los viajeros ha utilizado canales digitales para la reserva de servicios turísticos, y alrededor de un tercio ha incorporado herramientas de inteligencia artificial en la planificación de sus viajes. Esta tendencia ha redefinido los procesos de decisión del consumidor, favoreciendo modelos más autónomos, personalizados y basados en plataformas digitales. Aun así, las agencias de viajes tradicionales mantienen relevancia en determinados segmentos, especialmente en productos complejos o en usuarios con menor digitalización. En este contexto, la Secretaría de Turismo ha continuado impulsando estrategias de modernización y digitalización del sector con el objetivo de reforzar la competitividad internacional del destino México.

Desde el punto de vista macroeconómico, el sector turístico opera en un entorno de crecimiento moderado, condicionado por factores externos como la evolución del comercio internacional y la relación con Estados Unidos, principal socio económico del país. En los últimos ejercicios, el crecimiento del PIB se ha situado en niveles cercanos al 1,5%–2%, y las previsiones más recientes apuntan a una continuidad de este ritmo moderado, en un contexto de incertidumbre global.

El tipo de cambio ha mostrado episodios de volatilidad, con periodos de apreciación del peso mexicano frente al dólar seguidos de ajustes derivados de tensiones comerciales y riesgos de desaceleración internacional. A pesar de ello, la economía mexicana mantiene un papel relevante en las cadenas de suministro globales, impulsada por el fenómeno del nearshoring, que ha reforzado la atracción de inversión extranjera gracias a su proximidad con Estados Unidos y su posición estratégica como plataforma industrial y logística.

5

En el plano político e institucional, México inicia este periodo bajo el liderazgo de Claudia Sheinbaum, quien asumió la presidencia en 2024 como la primera mujer en ocupar el cargo. Su administración ha mantenido el foco en reformas estructurales, especialmente en el ámbito judicial, lo que ha generado debate en distintos sectores sociales y económicos. En materia turística, la estructura institucional se mantiene centralizada en la Secretaría de Turismo (SECTUR) como principal organismo público responsable de la planificación y coordinación del sector a nivel federal. Desde la desaparición del Consejo de Promoción Turística de México en 2019, la promoción internacional del destino se ha articulado principalmente a través de las embajadas y consulados.

En conjunto, el sector turístico mexicano se caracteriza por una base sólida de crecimiento, una alta dependencia del turismo internacional, una estructura interna marcada por desigualdades socioeconómicas y una acelerada transformación digital. A ello se suma un entorno macroeconómico y político complejo, pero con oportunidades relevantes derivadas de la reconfiguración de las cadenas globales de valor, lo que sitúa a México en una posición estratégica para seguir reforzando su competitividad turística en los próximos años.

## SECTOR DE LA PRODUCCIÓN

En México existen varios mayoristas turísticos relevantes que operan con distintos enfoques y mercados.

Entre los principales actores destaca **Euromundo**, una de las compañías más consolidadas del sector. Está especializada en viajes a Europa, con fuerte presencia en España, además de ofrecer programas hacia Oriente Medio, Sudamérica, Canadá y Estados Unidos. Cuenta con más de tres décadas de trayectoria y es de capital español.

Otro mayorista importante es **Mega Travel**, que actualmente comercializa productos turísticos en más de 60 destinos internacionales. Se caracteriza por su estrategia de precios competitivos y paquetes muy ajustados. Fue pionero en la introducción de vuelos chárter hacia Europa (como Bulgaria) y tiene a España como uno de sus mercados clave, habiendo movilizó a decenas de miles de viajeros en los últimos años.

6

**PE-TRA Operadora Mayorista** se posiciona como uno de los operadores más relevantes de América Latina. Su catálogo incluye destinos en Europa, Medio Oriente, África, Lejano Oriente, así como América y México. Destaca por sus circuitos terrestres en Europa, que suelen iniciar en Madrid y continuar por rutas como San Sebastián y Barcelona, con expansión operativa hacia Valencia.

Por su parte, **Punta del Este Operadora** trabaja con salidas desde México hacia destinos en Latinoamérica y Europa, con una fuerte especialización en viajes a Sudáfrica.

**Juliá Tours** es una filial vinculada a una empresa española y está enfocada principalmente en excursiones y circuitos internacionales.

En el caso de **Viajes El Cortes Inglés**, se trata de una empresa de origen español con una fuerte presencia en México, donde funciona como su principal base operativa fuera de España, gestionando gran parte de su actividad para América. Dispone de numerosas oficinas en el país y distribuye su oferta también a través de grandes almacenes.

Otro actor relevante es **Operadora Sierra Madre**, especializada en viajes grupales y en la provisión de paquetes para agencias tanto en México como en el extranjero.

**Viajes Legrand** tiene una larga experiencia en la comercialización de servicios turísticos hacia Europa y forma parte de la red Virtuoso, orientada a viajes de alto nivel.

Desde Guadalajara opera **Garin mayorista**, una empresa que desde 2011 ofrece servicios a agencias de viajes con especial enfoque en Europa, Oriente Medio y Sudamérica.

También destaca **Viajes Panorama**, fundada en 1958 y reconocida por su atención a clientes VIP, así como por su oferta en lunas de miel, cruceros y viajes de esquí.

Como tendencia general en el sector, se observa un crecimiento de los paquetes personalizados, donde el viajero puede ajustar el itinerario según sus preferencias y optimizar costes. También están ganando terreno los paquetes que incluyen seguro de viaje integrado como valor añadido.

Entre los consolidadores destaca **Consolid México**, cuyo objetivo es impulsar productos turísticos en la región. Actualmente opera en alrededor de 13 países y cuenta con cientos de oficinas distribuidas internacionalmente.

## SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN

7

El sector minorista sigue siendo fundamental en el turismo en México, ya que concentra una parte importante de las ventas del sector.

Antes de la pandemia, existían alrededor de 6.500 agencias de viajes tradicionales, pero con la crisis sanitaria cerró aproximadamente un 15% (unas mil agencias) debido a la caída de la demanda y al cambio en los hábitos de consumo.

A pesar de ello, la digitalización y la adaptación a servicios más personalizados han permitido la recuperación del sector.

Entre las agencias minoristas más relevantes se encuentran **Viajes Intermex**, con amplia experiencia en el segmento corporativo; **Viajes Palacio**, presente en tiendas departamentales de todo el país; y **Carlson Wagonlit Travel México**, enfocada en el sector corporativo.

También destacan **BCD Travel**, **Opesa** y **Travel Shop**.

En el segmento juvenil sobresale **Mundo Joven**, mientras que **Viajes Sevilla Sol** está orientada tanto a turismo de placer como de negocios.

En cuanto a los sistemas de distribución global (GDS), el dominante en México es **Sabre**, seguido por **Amadeus** y **Travelport**.

## PLATAFORMA DE RESERVAS Y CONTRATACIÓN ON LINE

En México, la transformación digital ha cambiado de forma importante la manera en que se buscan, reservan y contratan servicios turísticos, impulsando el crecimiento de las plataformas online y del comercio electrónico en el sector.

La principal fuente de información sobre el uso de internet en el país es la ENDUTIH (Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares), un estudio elaborado por el INEGI en colaboración con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y el Instituto Federal de Telecomunicaciones. Esta encuesta analiza el acceso y uso de las tecnologías digitales en los hogares mexicanos, especialmente el uso de internet, teléfonos móviles y otros dispositivos. Según el último estudio disponible, una gran mayoría de la población ya utiliza internet, aunque todavía existen diferencias entre zonas urbanas y rurales, así como entre regiones del norte y del sur del país, donde la conectividad es menor.

8

Este aumento en la conectividad ha impulsado de forma directa el turismo digital. Cada vez más usuarios buscan y reservan viajes desde dispositivos móviles, lo que ha favorecido el crecimiento de plataformas como **Expedia**, **Despegar** y **Kayak**. Estas herramientas han cambiado los hábitos del consumidor, que ahora prioriza la rapidez, la comparación de precios y la facilidad de gestión online. Esto ha obligado a las agencias tradicionales a adaptarse, combinando la atención presencial con servicios digitales y estrategias en redes sociales.

Aunque muchos viajeros aún valoran el asesoramiento de una agencia física, el crecimiento más fuerte se ha dado en las agencias online, especialmente en la venta de vuelos y hoteles, mientras que los paquetes turísticos completos siguen siendo más habituales en viajes internacionales o de mayor complejidad.

En el sector hotelero, los principales canales de reserva en México incluyen **Booking.com**, **Expedia** y las reservas directas a través de las páginas web de los hoteles. También destacan plataformas como **Hotelbeds**, **Despegar** y **Airbnb**, junto con otras agencias digitales que han ganado relevancia en los últimos años.

En conjunto, el sector turístico en México avanza hacia un modelo híbrido, donde conviven las agencias tradicionales con un ecosistema digital cada vez más dominante en la búsqueda, reserva y contratación de servicios turísticos.



## ASOCIACIONISMO EN EL SECTOR

En México, el sector turístico cuenta con un amplio sistema de asociaciones y organismos que representan a agencias de viajes, hoteles, aerolíneas y empresas vinculadas a la actividad turística, con el objetivo de coordinar intereses, fortalecer la competitividad del sector y dar voz al empresariado turístico.

Entre las más relevantes se encuentra la **Asociación Metropolitana de Agencias de Viajes (METRO)**, que agrupa a más de un centenar de agencias de viajes del área metropolitana y otras regiones del país, representando a empresas de alta productividad dentro del sector. De forma similar, la **Asociación Mexicana de Agencias de Viajes (AMAV)** tiene como objetivo unir y representar a las agencias de viajes en todas sus modalidades, así como a otras empresas turísticas relacionadas, siendo una de las organizaciones más influyentes a nivel nacional. A su vez, la **Asociación Nacional de Agencias de Viajes (ANAV)**, con fuerte presencia en Monterrey, representa a profesionales del turismo desde los años noventa e integra tanto agencias como operadores turísticos, consolidadores y aseguradoras de viaje.

9

También destaca el **Grupo Mexicano de Asociaciones de Agencias de Viaje y Empresas Turísticas (GMA)**, que agrupa a múltiples asociaciones nacionales y más de mil empresas del sector, incluyendo agencias mayoristas, minoristas, tour operadores y empresas de transporte turístico, lo que le otorga una amplia representatividad dentro del mercado. En el ámbito de la representación femenina dentro del turismo, la **Asociación Femenil de Ejecutivas de Empresas Turísticas (AFEET)** juega un papel clave al reunir a directivas de agencias de viajes, aerolíneas, hoteles y otras empresas del sector, fomentando la participación de la mujer en la industria turística.

En el sector hotelero, la **Asociación de Hoteles de Riviera Maya (AHRM)** agrupa a los principales establecimientos de esta zona de Quintana Roo, con una fuerte presencia de cadenas internacionales, mientras que la **Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles (AMHM)** actúa como el principal organismo de representación del sector hotelero a nivel nacional, integrando a numerosas asociaciones estatales y regionales.

Dentro de la organización del sector mayorista, **Expo Mayoristas** reúne a las principales agencias mayoristas de la Ciudad de México y organiza ferias itinerantes en distintas ciudades del país para promocionar productos turísticos y generar redes comerciales entre empresas.

En el ámbito del transporte aéreo, la **Cámara Nacional de Aerotransportes (CANAERO)** integra a aerolíneas, empresas de carga aérea, taxis aéreos y prestadores de servicios relacionados con la aviación, funcionando como un organismo clave para la industria aeronáutica en México.

Finalmente, el **Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET)** actúa como el principal órgano de representación del sector privado turístico, agrupando cámaras y asociaciones empresariales con el objetivo de defender los intereses del turismo y promover su desarrollo a nivel nacional.

85%

56%

69%



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE INDUSTRIA  
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO

TURESPAÑA

