

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



3.

INDIA 2026

Estructura del Sector Turístico

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)
Texto: Consejería de Turismo de España en Mumbai
NIPO: 219-26-001-4.
Junio 2026



TABLA DE CONTENIDO

Datos clave

Sector de la producción

Sector de la distribución

Comercialización on line

Asociacionismo en el sector

DATOS CLAVE

El mercado turístico indio tiene un marcado carácter doméstico. El elevado coste de los vuelos internacionales para gran parte de la población, junto con la agresiva política gubernamental de promoción del turismo interno (intensificada este año por el conflicto de Oriente Medio), hace que los viajes domésticos continúen dominando el sector turístico indio. Además, las ciudades de segunda y tercera categoría cobran cada vez más importancia, tanto como emisoras como receptoras de viajeros, a medida que mejoran las infraestructuras y aumenta el poder adquisitivo de las clases medias.

En todo caso, en condiciones normales, el turismo emisor indio está adquiriendo una importancia creciente debido al desarrollo económico del país durante las últimas décadas, con tasas de crecimiento del PIB superiores al 6%. El aumento de la renta disponible, la consolidación de una amplia clase media urbana, el crecimiento del empleo en sectores de servicios y tecnología y la mayor conectividad aérea internacional han incrementado de forma notable la movilidad internacional de la población india. Según datos publicados por el Ministerio de Turismo de India para 2025, alrededor de 32,7 millones de ciudadanos indios viajaron al extranjero, consolidando la recuperación posterior a la pandemia y manteniendo una tendencia ascendente respecto a años anteriores. Otras fuentes como Oxford Economics, ofrecen una cifra sensiblemente menor de unos 20 millones en 2025.

Los indios que viajan al extranjero, especialmente a destinos lejanos, pertenecen principalmente a las clases alta y media-alta y, aunque representan una proporción reducida de la población en términos relativos, su volumen es muy significativo en números absolutos. Según datos de Oxford Economics, se estima que un 2,2% de los hogares indios (equivalente a unos 30 millones de personas) cuenta con ingresos superiores a 35.000 dólares anuales, nivel de renta a partir del cual se puede definir la clase media-alta del país. Ello, sumado al fuerte crecimiento económico que está experimentando, hace que la India sea uno de los mercados emisores con mayor potencial de crecimiento a nivel mundial.

Según los últimos datos disponibles, la venta de paquetes vacacionales cerrados (static packages) supone la mayor parte de la facturación de los intermediarios con un 75%, seguidos por las reservas de vuelos, con un 11,50% (Global Data, 2024). No obstante los viajeros independientes ya representan la mayoría del mercado emisor indio (52,6%), según el informe *India Outbound Tourism Market* de Future Market Insights.

Con respecto a los canales de venta, se da un reparto de casi 50%-50% entre los canales online y offline. En todo caso, los viajeros indios continúan apreciando la orientación, los consejos y la seguridad que ofrecen las agencias de viaje tradicionales.

Aunque existen diferencias entre las distintas regiones y estados de la India en cuanto al peso y relevancia de determinados turoperadores y agencias, en términos generales puede decirse que el sector turístico indio está dominado por los siguientes turoperadores y agencias de viajes, todas ellas integradas verticalmente:

- MakeMyTrip
- Indian Railways Catering and Tourism Corporation (IRCTC)
- EbixCash
- Thomas Cook India Ltd.¹
- Yatra
- Cleatrip
- Ibibo Group
- Balmer Lawrie & Co. Ltd.
- FCM Travel Solutions
- SOTC Travel

5

De acuerdo con los últimos datos disponibles del Ministerio de Turismo (*India Tourism Statistics 2023*), India cuenta con 1.300 proveedores de servicios de turoperación reconocidos por el Ministerio. A continuación, se expone su categorización y número correspondiente:

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
MICE (con experiencia)	6
MICE (<i>startups</i>)	1
Turoperadores – turismo de aventura (con experiencia)	54
Turoperadores – turismo de aventura (<i>startups</i>)	8
Total	1.300

¹ Como se viene recordando en los sucesivos informes, la empresa india Thomas Cook India no forma parte del quebrado grupo británico Thomas Cook UK, y sigue funcionando en India con normalidad

En cuanto a su distribución por estados, la región de Delhi cuenta con el mayor número de proveedores reconocidos (529), seguida por Maharashtra (128) y Uttar Pradesh (99). Se debe tener en cuenta que aunque el ministerio anima a solicitar dicho reconocimiento, se trata de un programa voluntario.

Distinguir a los turoperadores y agentes de viajes como empresas de producción o de distribución no resulta del todo adecuado para analizar la estructura del sector turístico indio. Ello se debe a que las empresas suelen llevar a cabo actividades de todo tipo en proporciones y combinaciones diversas.

No obstante, puede entenderse por empresas de producción los turoperadores grandes que realizan compras al por mayor y venden a empresas grandes, medianas y pequeñas, o bien a otros intermediarios (aunque 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 (aunque también pueden ser turoperadores que realizan, además de ventas al por menor, operaciones mayoristas o de consolidación). Así, compañías como Thomas Cook, FCM Travel Solutions o SOTC, pueden aparecer en ambos sectores.

SECTOR DE LA PRODUCCIÓN

Como se acaba de indicar, en India no existen empresas que sean exclusivamente de producción. Se califican como consolidadoras aquellas empresas que disponen de una amplia oferta de productos y realizan diversas operaciones de compra y venta al por mayor, principalmente de billetes aéreos. Las más conocidas en este sector son las siguientes:

Akbar Travels

www.akbartravels.com

Lleva operando desde 1978 y actualmente es una de las empresas más grandes en la India por número de sedes, servicios ofrecidos, número de trabajadores e ingresos. Tiene una fuerte implantación en la región del Golfo y su principal fuente de ingresos son la venta de billetes y viajes a esta región. Se estima que factura en India unos 15-20 millones de euros anualmente.

7

Atlas Tours & Travels Pvt. Ltd.

www.atlastravels.com

Empezó a operar en 1988, últimamente se ha especializado en viajes hacia Oriente Medio (EAU) y en particular en viajes religiosos como las peregrinaciones a Hajj, Umrah y Zayat. Su facturación ronda los 2 millones de euros anuales.

Thomas Cook

www.thomascook.in

Es uno de los turoperadores más destacados del sector turístico indio, con una facturación de más de 200 millones de euros. 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 (incluyendo la UE) a través de diversas marcas B2C y B2B como SOTC Travel, TCI (Travel Corporation India) y SITA, especializadas en viajes personalizados, lujo y MICE. La compañía mantiene una fuerte presencia nacional y continúa creciendo.

FCM Travel Solutions India

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

FCM Travel Solutions India es la división del grupo internacional Flight Centre Travel Group (FCTG). Tiene su sede en Mumbai con oficinas en otras ciudades relevantes como Nueva Delhi, Calcuta, Bangalore y Chennai, y se estima que factura unos 20-30 millones de euros. Está especializada en el segmento corporativo y MICE, ofreciendo

servicios como viajes de negocios, organización de eventos, viajes VIP, tramitación de visados y gestión de viajes para pymes a través de su marca Corporate Traveller. También opera en el segmento vacacional premium mediante la marca Travel Tours.

Riya Travels

JTB India

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

JTB India forma parte del grupo japonés JTB Corporation, uno de los mayores operadores turísticos del mundo. Establecida en Gurugram en 2011, cuenta con oficinas en Mumbai, Bangalore, Chennai y Calcuta. En la actualidad, que la filial en India factura unos 10-15 millones de euros anuales. Su actividad se centra en el segmento MICE y viajes corporativos, tanto nacionales como internacionales.

Club 7

<https://www.club7holidays.com/>

8

Establecida en 1988 en Mumbai, hoy cuenta con más de 20 filiales a nivel nacional. Está centrada en paquetes personalizados exclusivos, viajes a lugares exóticos, viajes en grupos pequeños, viajes familiares y viajes corporativos/MICE. Su facturación supera los 5 millones de euros anuales.

Además de lo anterior, destacan en la creación de paquetes turísticos las siguientes empresas: Krisia Holidays, Amigo Travels, Ottila International, Travel Optionz y Blue Star Air Travel Services.; y empresas como Kesari, Vacation Exotica, Flamingo Travels, Trail Blazer Tours India, Ascon Travel y Veena World tienen una importancia relativamente menor a nivel nacional, si bien poseen una buena especialización.

En India no se publican datos oficiales de la cuota de mercado ni del número de clientes, ni tampoco de volúmenes de facturación de los principales turoperadores.

SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN

El liderazgo del sector de distribución turística en India está claramente dominado por las OTA (Online Travel Agencies) y en particular por MakeMyTrip, que actúa como principal intermediario del mercado.

Así, en los últimos años se ha constatado una tendencia al alza en el valor de las ventas de los intermediarios, especialmente vía canales online, impulsada por el uso creciente de internet y teléfonos móviles. Según diversas fuentes, más de la mitad de las ventas totales ya se realizan online. De las OTA se hablará en el siguiente epígrafe.

En todo caso, el sistema de distribución aún sigue siendo híbrido, ya que las plataformas digitales conviven con los turoperadores tradicionales y las agencias físicas, y las ventas offline a través de agentes de viaje siguen siendo muy relevantes en el mercado indio, principalmente por la confianza que ofrecen a sus clientes por su experiencia profesional.

9

Esto es especialmente notorio en las zonas rurales y ciudades de tercera categoría (*tier 3 cities*) donde la digitalización todavía no ha alcanzado los niveles de las zonas metropolitanas. Además, para los viajeros que prefieren pagos en efectivo, las agencias de viaje ofrecen la posibilidad de realizar las reservas a través de medios de pago tradicionales.

Los intermediarios tradicionales se caracterizan por utilizar un canal físico o híbrido (físico+ online), ofrecer paquetes completos y cerrados (con flexibilidad media o baja) y precios estables y estar orientados a familias, grupos o empresas y a segmentos específicos (viajes en grupo, peregrinaciones o turismo de larga distancia)

Los turoperadores más relevantes en el canal de distribución tradicional son Thomas Cook, FCM Travel Solutions, SOTC, Kesari and Veena World. Todos ellos cuentan con una amplia red de oficinas de distribución, tanto propias como franquiciadas. Se detallan a continuación los turoperadores no incluidos en el epígrafe sobre el sector de la producción:

Kesari

www.kesari.in

Se trata de una empresa familiar que empezó en 1984 en Mumbai, siendo muy popular para viajes en familia, especialmente en el estado de Maharashtra. En los últimos años se ha diversificado hacia segmentos como MICE, turismo espiritual y productos especializados.



Veena World

www.veenaworld.com

Fue establecida por la exdirectora de Kesari que dejó la empresa para crear su propia compañía. Desde su fundación en 2013, Veena World ha experimentado una rápida expansión, ampliando progresivamente su red mediante la apertura de oficinas propias y acuerdos con socios comerciales. Su sede principal se encuentra en Mumbai y cuenta con más de 30 oficinas en India, especialmente en Maharashtra, además de una extensa red de agentes y socios preferentes de ventas, incluidos algunos internacionales. Como Kesari, es bastante popular especialmente en Maharashtra para viajes en familia.

Junto a los grandes turoperadores, existen otros de menor importancia, bien de ámbito general o bien de ámbito geográfico más reducido (ciudad o región). En muchos casos los turoperadores regionales disponen de una cartera de clientes tan grande como para marcar las tendencias en su mercado. Entre estos turoperadores situados en un segundo nivel de importancia destacan los siguientes:

10

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 tecnológicas *back-end*, en industrias como soluciones de pagos, viajes, seguros y tecnología financiera. Una parte significativa de sus negocios corresponde a soluciones para el sector de viajes (cambio de divisas, pagos digitales, soluciones de logística, entre otros). La compañía cuenta con una presencia destacada en el segmento de viajes MICE y B2B, aunque también opera en el ámbito B2C. Mientras que la división de viajes Ebix Travels ha reportado ganancias récord en 2024, la empresa matriz Ebix Inc., enfrentó desafíos financieros, incluyendo una declaración de bancarrota en diciembre de 2023 y fue adquirida por el Grupo Vikas en 2024.

Dewan Travels Pvt. Ltd.

www.dewanholidays.com

Desde sus comienzos en 1989, Dewan Travels ha ganado presencia 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 los viajes en grupo (especialmente a Europa) y viajes para grupos de tercera edad.

N. Chirag

www.nchirag.com

Establecida en 1990, es una de las agencias de viajes más reconocidas en Delhi. La compañía está especializada en el segmento premium y lujo, incluyendo lunas de miel, viajes familiares, grupos MICE y viajes corporativos.

Vacations Exotica

www.vacationsexotica.com

Vacations Exotica comenzó sus operaciones en 2007 y en 2014 fue adquirida por la empresa pública Balmer & Lawrie & Co. Ltd. Además de su oficina central en Mumbai, 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 sus circuitos en grupo hacia destinos internacionales como Europa, Estados Unidos y el Sudeste Asiático.

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). Destaca especialmente en el segmento de viajes internacionales en grupo y paquetes vacacionales, particularmente desde Gujarat

Pathfinders Holidays

www.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 viajes personalizados. Ofrece diversos paquetes vacacionales domésticos e internacionales, tanto a grupos familiares como a clientes corporativos.

Otros turoperadores regionales destacados son.

- Delhi: D. Pauls, Trail Blazer Tours India.
- Calcuta: Gainwell Travels.
- Mumbai: Faraway Places.
- Pune: Far Away Holidays.
- Estado de Gujarat: Flamingo.

- Estado de Karnataka: Skyway International Travels.
- Estado de Tamil Nadu: Baywatch.

Finalmente, debe señalarse que la empresa gubernamental Indian Railways Catering & Tourism Corp. Ltd. (IRCTC) lidera el sector de la distribución principalmente gracias a la venta de billetes de tren. El ferrocarril indio es percibido como el modo de transporte más económico y seguro para desplazarse internamente, permitiendo realizar trayectos de larga distancia a un coste asequible. También vende billetes de otros medios de transporte y paquetes turísticos aunque centrados principalmente en el mercado doméstico. El portal de IRCTC es el que registra mayor número de visitas (más de 83 millones en abril de 2026) al ser el tren el modo de viaje más usado y con gran conectividad en la India.

PLATAFORMA DE RESERVAS Y CONTRATACIÓN ON LINE

12

India ha experimentado un notable crecimiento en la penetración de internet durante la última década. Según las últimas estimaciones de Statista, en el año 2025 un 55,3% de la población india tenía acceso a internet. Aunque estas cifras parecen relativamente bajas, en términos absolutos corresponden a más de 800 millones de usuarios activos en 2025. Esto convierte a India en el segundo país a nivel mundial con más usuarios activos de Internet. La mayoría de ellos acceden a la red través de teléfonos móviles.

La creciente digitalización ha impulsado el uso de plataformas y agencias online (OTAs) para reservar los diversos componentes de los viajes. Así, las OTA solo utilizan el canal digital (web/app), ofrecen servicios sueltos (billetes de tren, avión o autobús, alojamiento excursiones), alta flexibilidad y precios competitivos y su cliente principal es individual, joven y urbano. Además, las OTA invierten cada vez más en tecnología (especialmente la inteligencia artificial) para mejorar la experiencia de compra del cliente y optimizar sus procesos de venta y atención al cliente.

La digitalización ha propiciado, a su vez, el aumento del número de agencias, turoperadores y canales de comercialización online que atienden a los diversos segmentos del mercado.

A continuación se muestran algunas de las plataformas digitales más importantes, incluyendo OTAs, metabuscadores y plataformas B2B y páginas especializadas.

(Nota: Los datos de visitas web que se mencionan más adelante se han obtenido de www.similarweb.com. Además, las agencias no están enumeradas de acuerdo con el número de visitas, ya que, para evaluar su posición en el mercado existen más factores, como su popularidad o reconocimiento en el mercado, posición en su categoría, tasa de rebote (*bounce rate*), duración media de cada visita, entre otros.)

MakeMyTrip.com: Es la principal OTA en India (cerca de 43 millones de visitas en abril de 2026) con más del 50% de este mercado según diversas fuentes. Ofrece reservas de hoteles, billetes aéreos, de autobús y tren, alquiler de coches, reserva de taxis, seguros y paquetes de viajes. Además, la empresa tiene una colaboración con Amazon para ofrecer reservas a través de su web y app. En 2017 se fusionó con la empresa Goibibo, en la que ha sido la operación más importante dentro del segmento de viajes online. No obstante, las dos empresas mantienen sus marcas individuales y diferentes estrategias de negocio. Tras esta fusión, también ha pasado a formar parte del grupo la principal plataforma de venta de billetes de autobús en la India: Redbus. En el año fiscal 2026, MakeMyTrip volvió a reportar cifras récord: un aumento del 10% de las reservas, más de 1.000 millones de dólares de facturación, creciendo en todas sus líneas de negocio (vuelos, hoteles, paquetes y autobuses).

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 millones de visitas en abril de 2026). Es una plataforma abierta y ofrece productos de distintos proveedores de la industria B2B y B2C.

Booking.com: Cuenta con una oficina en Mumbai dedicada principalmente a funciones de soporte y marketing, aunque su estrategia promocional en India es menos agresiva que la de otras plataformas del sector. Según estimaciones de Semrush, la plataforma registró aproximadamente 11,3 millones de visitas desde India en abril de 2026. Además de alojamiento, Booking.com también ofrece reservas de vuelos, alquiler de coches, actividades turísticas y otros servicios relacionados con los viajes.

Skyscanner: Este metabuscador internacional ha ganado gran relevancia en el mercado indio como herramienta de comparación de vuelos. En abril de 2026, registró cerca de 18 millones de visitas desde India, consolidándose como una de las principales plataformas de búsqueda de opciones aéreas en el país. Aunque Skyscanner no opera como agencia de viajes directa ni tiene infraestructura local, su capacidad de comparar tarifas de múltiples proveedores atraen especialmente a usuarios jóvenes.

Agoda: Parte del grupo Booking Holdings, Agoda ha ido reforzando progresivamente su presencia en la India, especialmente en el segmento de reservas de alojamiento online. En abril de 2026 tuvo más de 12 millones de visitas procedentes de la India, lo

que la posiciona junto a Booking.com como la página web más visitada del sector del alojamiento en el país. La empresa ha invertido en infraestructura local, como la apertura de un centro de ingeniería en Gurugram y la creación de un grupo específico de experiencia del cliente para la India. Actualmente, alrededor del 22% de su personal de ingeniería y el 10% del total de empleados de Agoda son indios, lo que subraya la importancia estratégica del país para la compañía

Cleartrip.com: Se dedica a las reservas de hoteles, billetes de avión y paquetes vacacionales, con más de 5 millones de visitas en abril de 2026. La compañía pertenece a Flipkart – un importante competidor 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 5,5 millones de visitas en abril de 2026.

Yatra.com: Aunque no cuenta con una cuota de mercado tan destacable como otras OTAs mencionadas anteriormente, es sin duda uno de los portales más importantes de India (con más de 2 millones de visitas en abril de 2026). Comenzó sus operaciones en el año 2006. Los segmentos más destacados son reservas de billetes aéreos y hoteles. La reciente adquisición de Globe Travels ha ampliado notablemente la base de clientes corporativos reforzando su posición en el mercado MICE.

Expedia.co.in: Entró en el mercado indio en 2008, y ha conseguido tener una presencia relevante desde entonces (con más de 1,2 millones de visitas en abril de 2026). 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.

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 10,7 millones de visitas en abril de 2026.

Kayak.co.in: Propiedad de Booking Holdings, Kayak.co.in sigue siendo un meta buscador relevante, con más de 1 millón de visitas en abril de 2026.

RezLive.com: Lanzada en 2007 en la India, actualmente tiene presencia en, al menos, 27 países a nivel mundial. Ofrece reservas B2B online de alojamientos (hoteles y

apartamentos), cruceros, paquetes vacacionales, servicios de transfer, entre otros. Tuvo más de 600.000 visitas en abril de 2026 (casi el doble que el año anterior).

Pickyourtrail.com: Es un operador relativamente nuevo en el mercado indio, que inició su actividad en 2014. Tiene su oficina principal en Chennai (estado de 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 casi 500.000 visitas en abril de 2026.

Trip.com: Esta plataforma de origen chino ha ido ganando visibilidad en el mercado indio, especialmente para viajes a destinos asiáticos. Aunque no cuenta con infraestructura en el país, en abril de 2026, la web registró aproximadamente 2,7 millones de visitas desde India.

Thrillophilia: Es una plataforma digital especializada en la reserva de experiencias de viaje, actividades, tours y paquetes personalizados en India y en el extranjero. Fundada en 2011 y con sede en Jaipur, se ha posicionado como uno de los principales actores del segmento de viaje de experiencias especialmente entre viajeros jóvenes y urbanos. En abril de 2026 registró casi 2 millones de visitas.

Las aerolíneas y los hoteles también tratan de aumentar las reservas directas online a través de sus propias plataformas para reducir las comisiones que otorgan a las OTA por estos servicios. Los medios que emplean con esa finalidad son similares a los empleados por los intermediarios (programas de fidelización y descuentos, entre otros). Al igual que ocurre con las plataformas y agencias online, los proveedores directos también ofrecen tarjetas de fidelidad y ofertas especiales dirigidas a viajeros frecuentes y la mayoría tienen ahora sus propias páginas web o aplicaciones móviles para eliminar los costes de los intermediarios.

Aunque dichos avances representan una clara competencia para los intermediarios, estos potencian su capacidad de ofrecer al consumidor la posibilidad de comparar productos más fácilmente, precios y valoraciones de distintos proveedores y unos precios competitivos, además de la confianza en su experiencia y en la personalización del viaje.

ASOCIACIONISMO EN EL SECTOR

En la India, las agencias de viajes no suelen integrarse en centrales de compras, consorcios de marketing u otras estructuras similares, predominando un mercado relativamente fragmentado y con un marcado carácter individualista. No obstante, las asociaciones sectoriales desempeñan un papel relevante en la industria, apoyando al sector mediante la organización de eventos y presentaciones, así como actuando como interlocutores ante el gobierno indio para impulsar medidas de apoyo, soluciones regulatorias y ayudas económicas. Asimismo, continúan desarrollando su actividad tanto en el ámbito del turismo doméstico y receptor como en el turismo emisor.

A continuación, se indican algunas asociaciones importantes del sector:

TAAI (*Travel Agents Association of India*): Se formó en 1951 por un pequeño grupo de agentes de viaje. Se dedica a impulsar la regulación del sector, fomentar su crecimiento y desarrollo, y proteger los intereses de todos los actores involucrados (incluyendo a los viajeros). Trabaja principalmente con las agencias acreditadas por IATA. Aparte de sus oficinas principales en Mumbai y Nueva Delhi, tiene otros 20 centros regionales y cuenta con más de 2.500 miembros activos. (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 Mumbai, 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: www.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. Está especialmente orientada a los turoperadores y agencias de viajes especializados en turismo emisor. Promueve colaboraciones 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 más antiguos de la red. Tiene su oficina principal en Nueva Delhi. Formado en 1974, cuenta con 245 miembros que incluyen al Ministerio de Turismo (Gobierno de la India), departamentos 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 del sector en la región Asia-Pacífico. (email: ed@pataindia.org; web: www.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, es la mayor asociación de agentes de viaje no registrados con IATA de la India. Tiene su sede en Mumbai 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: info@thenima.net; web: www.thenima.in)

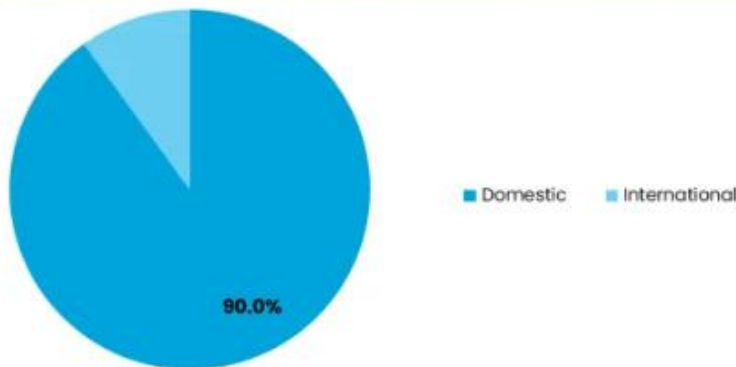
IAAI (*IATA Agents Association of India*): Esta asociación fue creada en el año 2001 a fin de salvaguardar los intereses de pequeñas y medianas agencias y mejorar el sector de viajes en la India. Considerando la dinámica del sector turístico, la IAAI también admite agentes de viajes y turoperadores no registrados con IATA, 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 un miembro de FICCI (*Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry*) e ICA (*Indian Council of Arbitration*). (email: hdq@iaai.in; web: www.iaai.in)

ANEXO:

GRAFICOS, TABLAS Y MAPAS

Gráfico 1:

India Outbound Tourism Market Global Analysis by Tourist Type



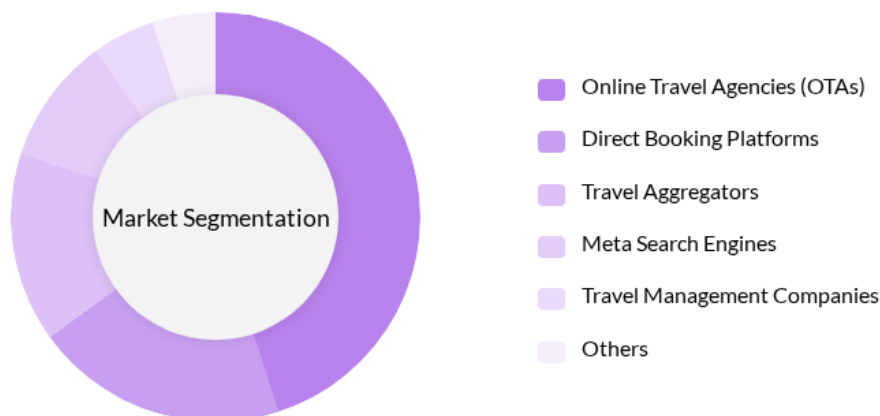
Source: FMI's proprietary forecasting model and primary research



Gráfico 2:

India Online Travel and OTA Platforms Market Segmentation By Type (in value %)

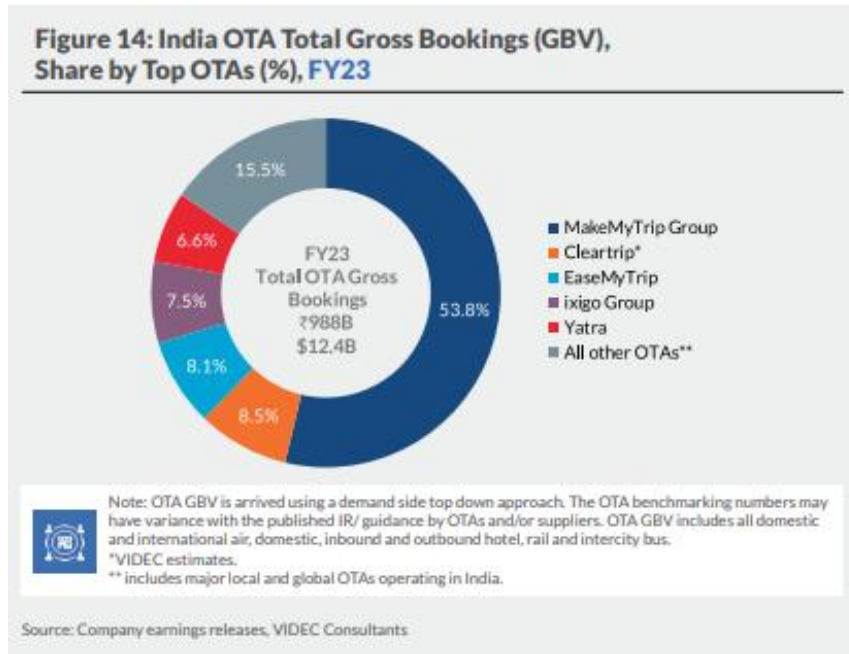
India Online Travel and OTA Platforms Market
India Online Travel and OTA Platforms Market Segmentation By Type



Source: Ken Research Analysis

KEN RESEARCH

Gráfico 3:



85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA

