

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



2. MÉXICO 2023 Mercado Emisor

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Consejería de Turismo de España en México

NIPO: **115-23-008-X**

Junio 2023



TABLA DE CONTENIDO

Mercado emisor

Mercado emisor a España

Destinos competidores y posicionamiento

Perspectivas a medio plazo

MERCADO EMISOR

Datos Clave

México representa un mercado de 126 millones de consumidores, con una demanda en constante aumento. La expansión del consumo que se ha vivido en los últimos años se ha concentrado en los segmentos de la población de mayores ingresos, tal y como se recoge en la "Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares" que elabora el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI). La última de estas encuestas vuelve a demostrar que las diferencias en los niveles de ingresos y gasto son muy notorias y que existe un porcentaje de la población con un nivel adquisitivo muy elevado que consume todo tipo de productos y servicios de gama alta.

El tamaño de la población viajera en México se estima en base a su nivel socio-económico. Se considera que cuentan la capacidad económica de realizar al menos un viaje internacional al año los segmentos más altos (A/B y C*) que suman el 21% de la población mexicana, unos 26,5 millones de habitantes.

4

El turista mexicano internacional no fronterizo con EE.UU. cuenta con una capacidad de gasto importante, reside en grandes ciudades y tiene preferencia por organizar su viaje individualmente, utilizando los servicios de una agencia de viajes, aunque realiza numerosas búsquedas previas para planificar el mismo en internet. Se trata, principalmente, de un viajero de mediana edad con estudios universitarios, que se desplaza por motivos de ocio principalmente en verano o navidad y que puede identificarse con un perfil descubridor y cosmopolita.

Durante los últimos años, ha habido un incremento paulatino en el número de turistas mexicanos que visitaron España, siendo en 2022 un total de 725.093 según los datos suministrados por FRONTUR, un 21.30% más que en el 2019. Si comparamos los datos de 2022 con los de 2021, la diferencia es destacable ya que la variación es de un 190.34% más de mexicanos visitando España. Respecto a 2023, los datos son, por el momento, muy esperanzadores ya que en el primer cuatrimestre del año ya son 226.861 turistas mexicanos a España, un 43.16% más que en mismo periodo del año anterior.

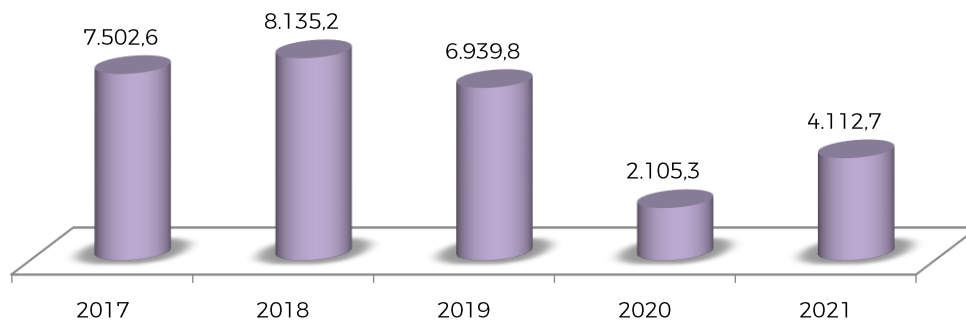
Volumen del mercado por gasto

Durante sus viajes, la mayor parte del gasto que realizan los mexicanos se concentra en el alojamiento (26.1%), en las comidas (22.8%) y en las compras (22.6%). También dedican parte de su presupuesto a viajar por el destino (18.9%) y a realizar actividades (9.3%).



Aunque la duración de la estadía varía según el destino, se estima que en los viajes nacionales consumen la mitad del tiempo que en los internacionales, en gran parte debido al tiempo invertido en el desplazamiento al destino. Comparado con otros países, México presenta una estancia media reducida debido a dos factores principalmente: los viajes fronterizos a Estados Unidos de corta duración y las escasas vacaciones retribuidas de las que disfrutaban los trabajadores asalariados.

Gasto total (millones de dólares)



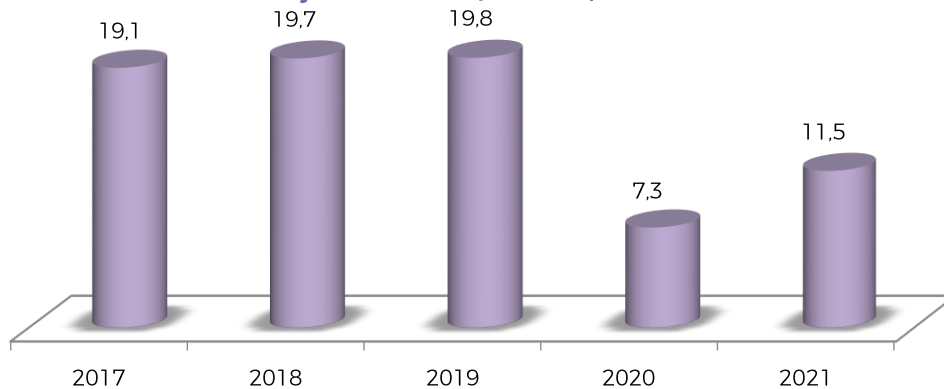
Fuente: Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET)

5

En el gráfico precedente se observa la evolución del gasto en millones de dólares de los turistas mexicanos en el exterior. Cabe destacar que, por el momento, no hay datos anuales del año 2022 del informe llevado a cabo por el Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET). Sin embargo, según esta misma fuente, desde enero hasta abril de 2022 los turistas mexicanos gastaron 1,391,5 millones de dólares (un 72.9% más que en 2019), con un gasto medio de 332,1 dólares.

Volumen del mercado por número de viajes

Viajes al exterior (millones)



Fuente: Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET)

Se observa en el gráfico anterior la evolución en el volumen de mercado de los viajes de los turistas mexicanos al exterior. Por el momento, los datos anuales de 2022 no han sido publicados por el CNET. A pesar de ello, se sabe que en el primer cuatrimestre de 2022, un total de 4.189,8 mexicanos salieron al exterior (un 56.1% más que en el mismo periodo de 2019). De estos, 1.511,1 lo hacían por vía aérea.

Principales áreas emisoras

Las principales zonas emisoras de turismo del país son aquellas que cuentan con un mayor número de habitantes y un nivel adquisitivo más elevado, siendo éstas CDMX, el Estado de México, Veracruz, Jalisco, Puebla, Guanajuato y Nuevo León. Se espera que en los próximos años haya un crecimiento de emisión desde los estados de Baja California del Sur, Quintana Roo y Querétaro debido a los más altos índices de crecimiento de gasto por hogar previstos, como resultado del dinamismo de sus economías.

En lo que a ciudades respecta, las más destacadas en este sentido son la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. No obstante, pueden considerarse también importantes polos emisores otras de menor tamaño como Cancún y Puebla. Mientras que los viajeros procedentes de Ciudad de México y Guadalajara son aquellos que demandan productos más novedosos, los procedentes de Monterrey se caracterizan por un mayor interés en los viajes a Estados Unidos.

Organización del viaje y reservas

5 de cada 10 mexicanos planean su viaje un mes antes de contratar, mientras que el 15 % lo hacen con 2 o 3 meses de antelación y sólo el 4% más de un año antes. Para decidir consultan un promedio de 3,4 fuentes, realizándose la mayoría de las búsquedas sobre turismo durante el primer bimestre del año (Google México).

El turista mexicano tiene mayor preferencia por realizar sus viajes de manera independiente en comparación con el mercado europeo o asiático. En general, prefiere organizar su propio viaje y, en el caso de contratar paquetes, éstos suelen ser de carácter flexible (avión + hotel).

El sector minorista tiene gran importancia a nivel económico dentro del sector turístico, ya que abarca la mayor parte de las ventas (aproximadamente un 70% del total), ya que se siguen requiriendo los servicios de las agencias de viajes incluso para contratar productos individuales (billetes de avión, hoteles, alquiler de coches, etc...).

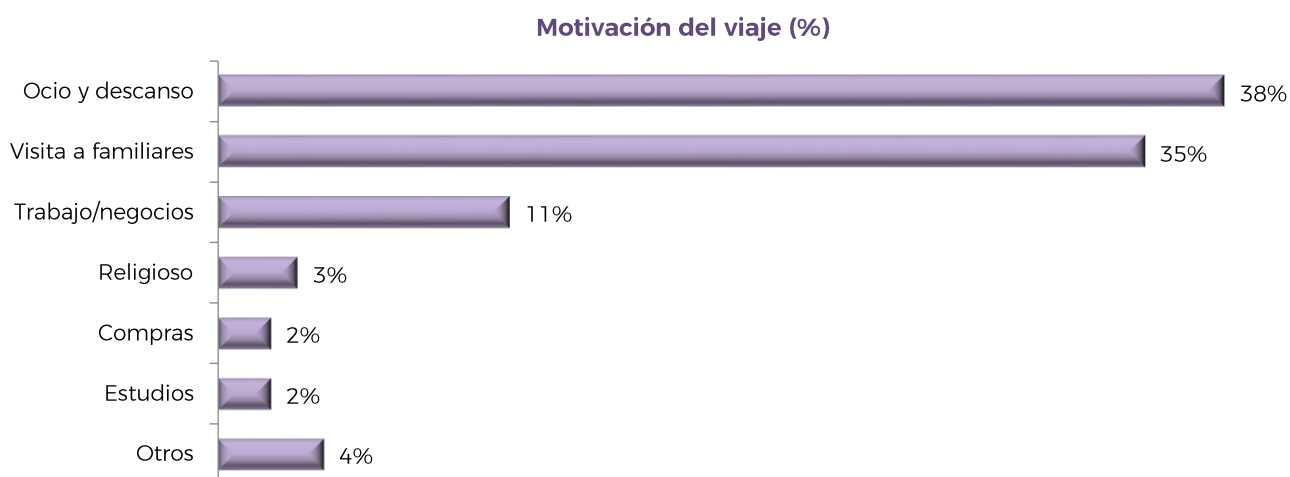
La presencia de agencias de viajes online ha desarrollado de manera intensa el canal online, obligando a las agencias tradicionales a añadir servicios en línea como una alternativa para retener y ganar a más clientes. Los billetes de avión, los paquetes

vacacionales y los alojamientos son las compras en línea más importantes de los viajeros mexicanos, aunque otras ventas como los tours o las entradas a parques de atracciones o el alquiler de coches también están ganando relevancia. Sin embargo, el viajero mexicano sigue requiriendo opciones de pago off line. Según la Comisión Nacional de Banca y Valoraciones, el 92% de la población adulta prefiere usar efectivo, motivo por el cual se ha innovado en métodos de pago, de modo que los usuarios puedan hacer abonos en tiendas de autoservicio, incluso con opción de pago diferido.

Las plataformas de publicidad también tienen un papel destacado entre los viajeros mexicanos, que usan herramientas on line para ver las recomendaciones y sugerencias y, de esta manera, validar sus opciones antes de efectuar la reserva y el pago; los más populares son TripAdvisor, Facebook y Google.

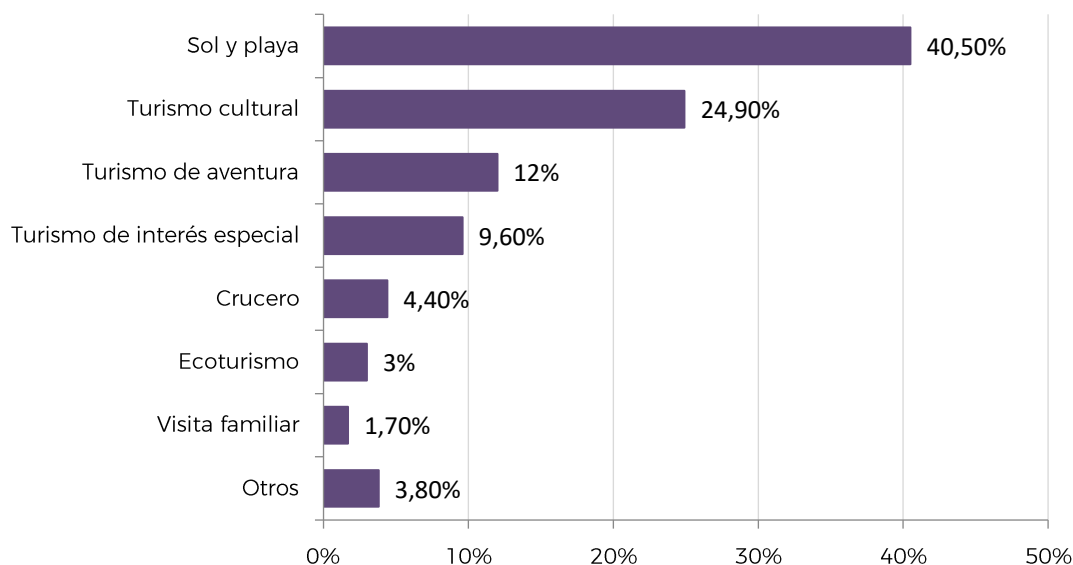
Entre las fuentes que consultan los mexicanos para seleccionar los destinos que desean visitar hay que destacar la importancia de los portales de internet, con un crecimiento anual del 50% de las búsquedas sobre viajes desde dispositivos móviles. El uso de dispositivos móviles reduce el tiempo que las personas pasan planeando un viaje y el período de tiempo entre la compra y la venta del viaje. Los consumidores más jóvenes, principalmente los millennials, son usuarios frecuentes de aplicaciones móviles ya que les permiten comparar y comprar en cualquier lugar y en cualquier momento. Por este motivo, las distribuidoras líderes on line tienen aplicaciones móviles con servicios de reserva. Sirva como ejemplo BestDay To Go o MéxicoDestinos.com que permite los viajeros utilizar mapas virtuales y GPS para planear su viaje y se actualiza constantemente con consejos de viaje y recomendaciones sobre el destino seleccionado.

Comportamiento viajero



Fuente: DATATUR (Secretaría de Turismo, SECTUR)

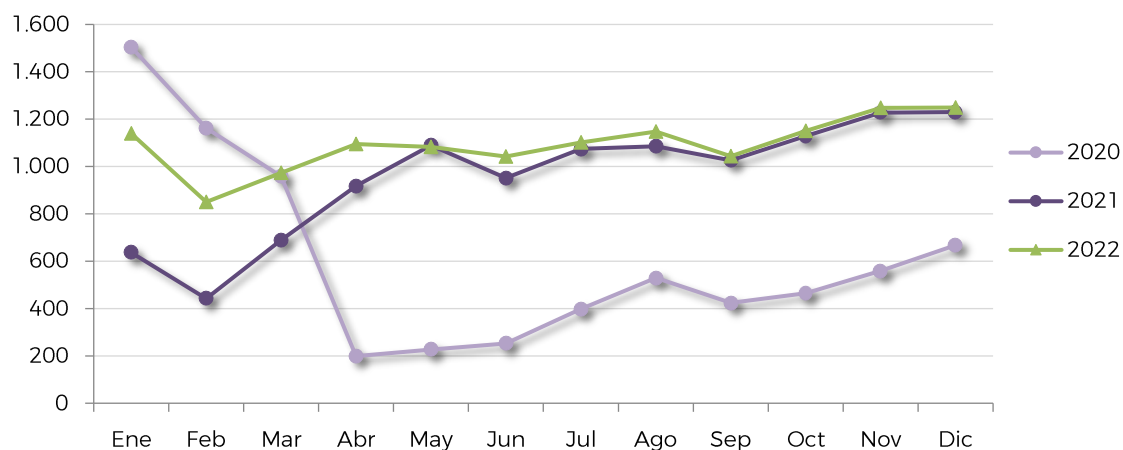
Tipo de vacaciones (%)



Fuente: DATATUR (Secretaría de Turismo, SECTUR)

8

Estacionalidad (miles de viajes)



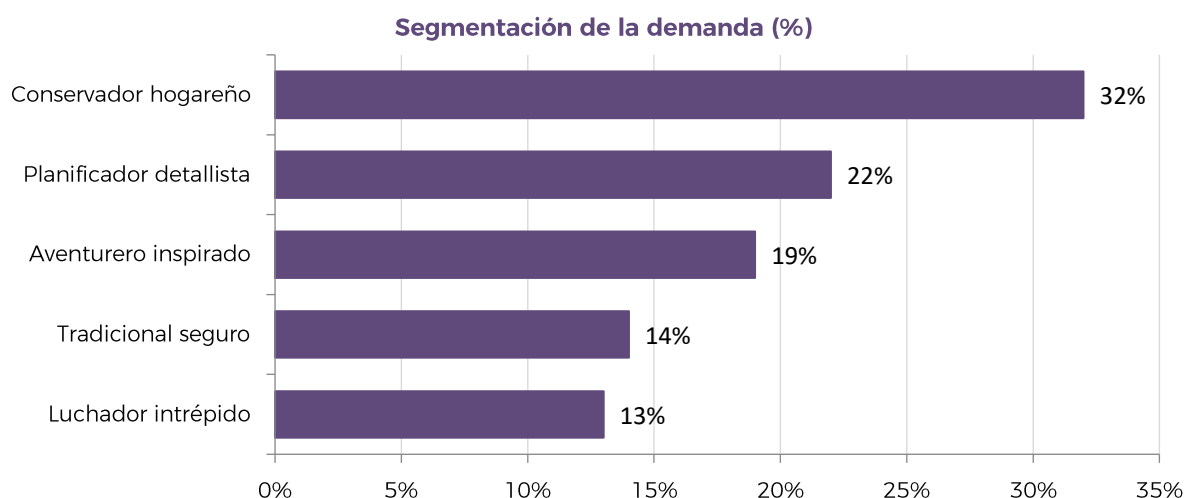
Fuente: DATATUR (Secretaría de Turismo SECTUR)

Segmentación de la demanda

De acuerdo con la clasificación realizada por Euromonitor Internacional, existen 5 tipos de consumidores en México:

- El hogareño conservador: es cuidadoso en el gasto del presupuesto y no es fanático de las compras. Busca servicios que le faciliten la experiencia de compra y ofertas y promociones.
- El planificador detallista: tiene claro qué destino quieren visitar y pone atención en el gasto, aunque pueden dejarse seducir por descuentos de especial valor.
- El aventurero inspirado: interesado en las compras que proporcionen experiencias únicas, valorando la calidad sobre el precio.
- El tradicional seguro: es adverso al disfrute de experiencias nuevas y menos influenciado por las tendencias. Las estrategias de marketing tradicionales son las que mejor funcionan sobre este tipo de consumidor.
- El luchador intrépido: se siente atraído por las compras, ejerciendo las redes sociales una fuerte influencia sobre sus preferencias. Su carácter impulsivo de compra se ve reforzado por las plataformas de compra on line.

9



Fuente: EUROMONITOR INTERNACIONAL

Perfil del viajero

El rango de edad de los turistas que más viajan se concentra entre los 18 y los 45 años. Principalmente comprende familias de 3 o 4 miembros (40%), parejas (20%) y solteros (12%) que viajan por motivos de ocio.



Productos turísticos demandados

Las actividades que se realizan en mayor medida en sus viajes al extranjero son:

- Visitar ciudades.
- Disfrutar de la gastronomía.
- Conocer el arte y la cultura.
- Ir de compras.

Conclusiones y tendencias

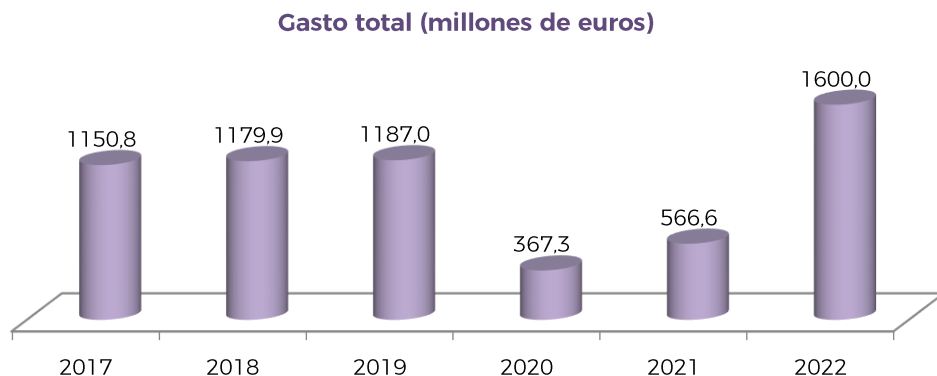
El mercado turístico emisor mexicano se caracteriza por su potencial de crecimiento así como por su gran capacidad de gasto, especialmente en viajes internacionales, así como por una baja estacionalidad en la distribución de sus viajes a lo largo del año. En cuanto a los productos turísticos que consume en sus viajes internacionales, el turista mexicano se puede clasificar dentro de la categoría de “Turista cosmopolita”, más interesado en turismo cultural, urbano, gastronómico y de compras que en el turismo de sol y playa. Esto lo convierte en un turista de gran interés para los destinos internacionales.

10

MERCADO EMISOR A ESPAÑA

Gasto total en España y principales elementos de gasto en España

Estimación del volumen de gasto en los viajes a España y variación en los últimos cinco años.



Fuente: EGATUR (INE)



Número de viajes a España

Número de viajes a España de los turistas mexicanos en los últimos seis años.



Fuente: FRONTUR (INE)

11

Cuota de España en el mercado turístico emisor

Según un reciente estudio de la revista Business Insider México en 2022 , los principales destinos internacionales para los mexicanos en el último año fueron los siguientes:

Estados Unidos

El país favorito de los mexicanos dada su cercanía, diversidad cultural, paisajes naturales. Entre los destinos preferidos por los mexicanos se encuentran Nueva York, Las Vegas, Los Ángeles, Miami, Chicago y Houston.

España

Madrid destaca como el principal destino europeo de los mexicanos para este año. La capital española es reconocida como una de las ciudades más visitadas, con una gran oferta turística debido a la extraordinaria belleza de sus calles, edificios y plazas; además, es considerada una de las ciudades más bonitas del país. España, en este caso, ocupa la novena posición en número de turistas internacionales por vía aérea que llegaron a México en el primer trimestre de 2023 con más de 83.000 turistas españoles, un 4,1% más que en el mismo periodo de 2022 y un 6,2% más que en 2019.



Colombia

Bogotá destaca en las preferencias de los turistas mexicanos y es reconocida como una ciudad con una gran oferta cultural por sus bellos museos, teatros, librerías, galerías y bibliotecas. Este destino es sumamente atractivo para los amantes del arte y la literatura.

Argentina

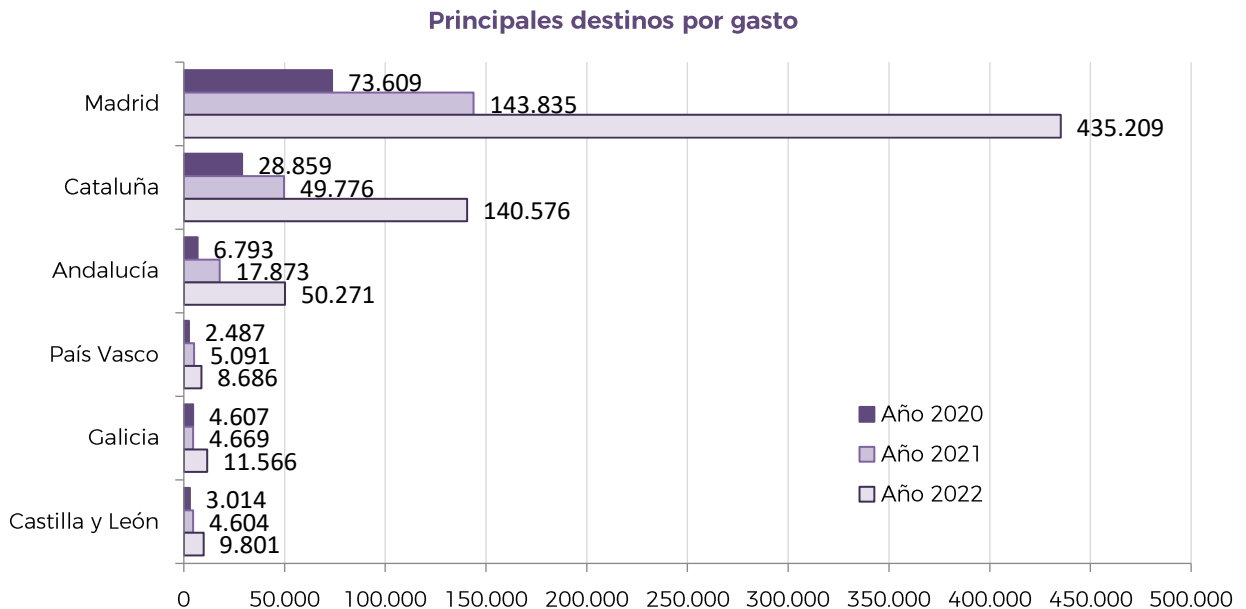
Buenos Aires también es uno de los destinos preferidos de los mexicanos. Esta ciudad es reconocida por su identidad visual porteña, donde se mezclan influencias extranjeras de matices españoles, italianos, franceses, ingleses, entre otros. Su arquitectura y gastronomía la forjan como una ciudad empapada de cultura.

Entre los países europeos, destacan como competidores directos Francia y Alemania, que este año se quedan por debajo de España en cuanto al número de turistas mexicanos.

12

Principales destinos en España

Principales destinos en España medidos por el número de turistas cuyo destino final sea dicha comunidad autónoma.



Fuente: FRONTUR (INE)

Organización del viaje y reserva

Los patrones en la organización de viaje y reserva de los turistas mexicanos se encuadran en las tendencias del viajero mexicano al exterior.

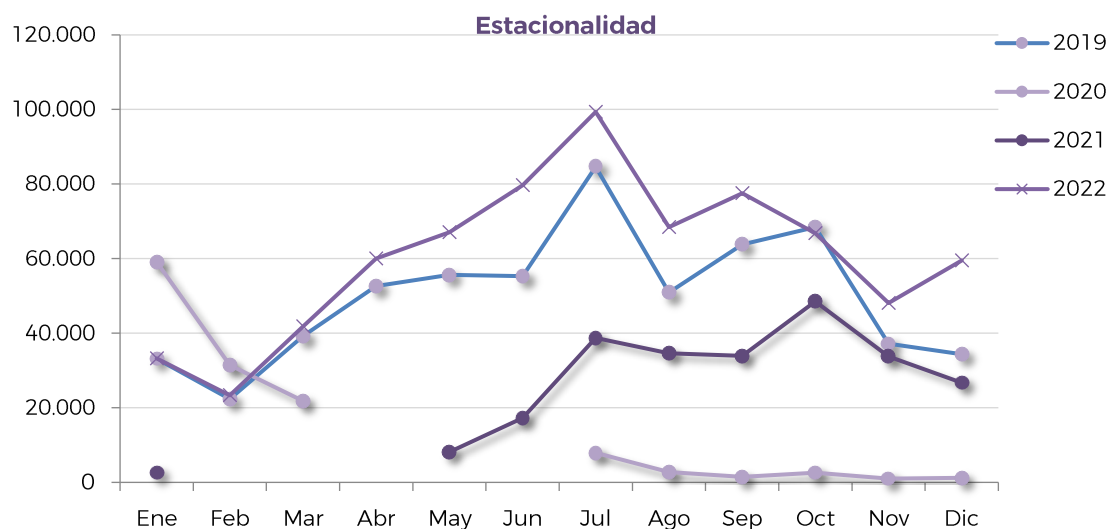
Cabe destacar que el 85,47% de los turistas mexicanos que visitaron España en 2022 viajaron sin paquete turístico, mientras que menos del 14,52 % decidió viajar con paquete, según datos de FRONTUR. Éste último porcentaje ha aumentado considerablemente respecto al año anterior, que era de un 2%.

Comportamiento viajero

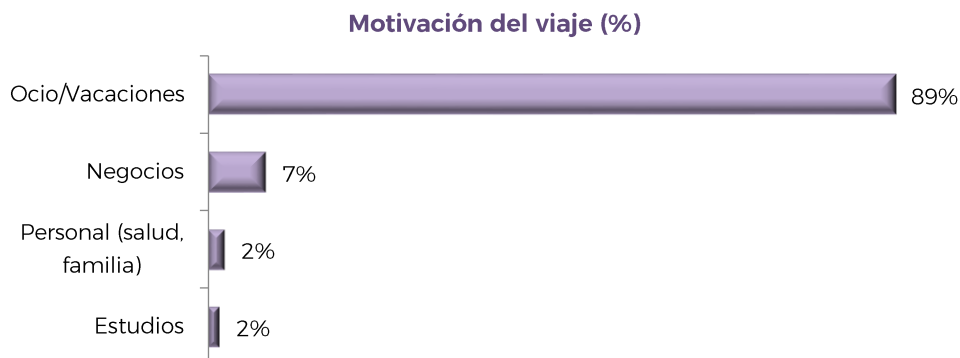
En 2022 la vía de acceso predominante siguió siendo el aeropuerto con 687.177 personas y tan solo 5.551 turistas mexicanos accedieron a nuestro país en tren.

En lo que a tipo de alojamiento respecta, sigue predominando el alojamiento en hoteles y similares con 575.294 turistas, a gran distancia de los 52.090 turistas mexicanos que se hospedaron en alojamientos de alquiler.

13



Fuente: FRONTUR (INE)



Fuente: FRONTUR (INE)

Segmentación de la demanda

Según el estudio demoscópico de la demanda elaborado por Madison Market Research llevado a cabo en 2021, entre los perfiles motivacionales de los turistas que desean visitar nuestro país prevalece el vacacional-cultural (41,0%), el generalista (39,9%) y el descubridor (37,9%).

14

Perfil del viajero

El turista mexicano es muy apreciado en España. Son numerosos, su capacidad de gasto es el doble que la media (más de 2.207 € frente a 1.216 €), viaja de forma más desestacionalizada, consume productos turísticos más allá del sol y playa (turismo urbano, cultural, gastronómico, de naturaleza...), es altamente fiel al destino y no sólo viaja una vez a España, sino que repite y consume diferentes destinos turísticos cada vez que visita el país.

Productos turísticos demandados

Entre los productos demandados por los turistas mexicanos que visitan nuestro país, predominan los correspondientes a las categorías descubrir y disfrutar. En el primer caso, destacan arte y cultura, turismo urbano y naturaleza. En el segundo, podemos referirnos principalmente a gastronomía y compras.

Conclusiones y tendencias

El extraordinario gasto turístico en nuestro país, lo prolongado de sus estancias, los productos turísticos que demanda y la capacidad de crecimiento del volumen de

turistas mexicanos a nuestro país lo hacen de gran interés para el sector turístico de nuestro país.

Además, el turista mexicano es altamente fiel al destino España y repite con asiduidad y de una manera más desestacionalizada que la mayoría de países emisores.

DESTINOS COMPETIDORES Y POSICIONAMIENTO

Análisis de la competencia

El turista mexicano se sitúa dentro del segmento de turista “Cosmopolita” según la clasificación de Turespaña. Entre los productos demandados por los turistas mexicanos que visitan nuestro país, predominan los correspondientes a las categorías descubrir y disfrutar. En el primer caso, destacan arte y cultura, turismo urbano y naturaleza. En el segundo, podemos referirnos principalmente a gastronomía y compras.

Los intereses del turista mexicano a la hora de viajar fuera de sus fronteras, aunados a la excelente conectividad aérea con nuestro país (España en general, y Madrid en particular, se consideran la puerta de entrada de México a Europa) hacen de España el destino predilecto de los mexicanos en Europa, a gran distancia de nuestros competidores directos Francia e Italia.

Posicionamiento e imagen de España

Según el “Estudio de posicionamiento de España como destino turístico”, realizado por el Real Instituto Elcano en 2020, España ocupa junto con EEUU la cabecera como destino turístico en viajes de largo alcance desde México. Un 59% de los entrevistados para este estudio han visitado España en alguna ocasión desde 2017, a la par con EEUU, y muy por delante de Francia (36%), el segundo destino en Europa.

Francia e Italia aparecen a la par como los destinos más deseados para un futuro viaje a Europa y España aparece en tercer lugar, con un 20% de menciones.

La inmensa mayoría de los mexicanos (91%) elegirían España como destino europeo alternativo al que han señalado en primer lugar, muy por encima de la media en el conjunto de los mercados lejanos (75%).



España sigue siendo uno de los destinos favoritos de los mexicanos para realizar viajes no nacionales, aunque a gran distancia de Estados Unidos. Para los mexicanos, España es un destino aspiracional, situándose tercera a nivel mundial y primera a nivel europeo en el top of mind de los turistas mexicanos, lo cual se debe a los siguientes factores diferenciadores:

- Buenas conexiones aéreas.
- Lengua común.
- Fuertes lazos económicos, culturales y de sangre entre ambos países.
- Gran reconocimiento y valoración de la imagen de España.
- Riqueza, diversidad y calidad de la oferta turística española, con amplia oferta de alojamiento y servicios complementarios.

Conectividad aérea con España

16

En la actualidad, las conexiones aéreas entre México y España siguen aumentando su frecuencia y contamos en el verano de 2023 con un total de 35 vuelos semanales directos desde Ciudad de México a Madrid. 14 vuelos semanales de Aeroméxico y 21 de Iberia. Los vuelos de Iberia se operan con Airbus A350, que tienen una capacidad de 348 plazas. Aeroméxico opera esta ruta con los equipos Boeing 789 Dreamliner con capacidad para 274 pasajeros.

Emirates ha aumentó el año pasado a 7 sus vuelos semanales desde Ciudad de México a Barcelona. Esta ruta está operada con equipos Boeing 777-200 LR con una capacidad de 302 pasajeros.

Por su parte, Air Europa tiene 4 vuelos semanales entre Cancún y Madrid, con el equipo Boeing 787-9 con capacidad para 296 pasajeros. A su vez, cabe destacar otras compañías que operan desde Cancún a la capital española, como Iberojet y World2fly, que disponen de 5 frecuencias semanales en el caso de la primera y 4 en el caso de la segunda. Por su parte, la aerolínea Iberojet ha retomado la ruta Cancún-Barcelona, con 1 vuelo semanal en un Airbus 350-900 con capacidad para 432 pasajeros. Debe de hacerse notar que estos vuelos a Cancún son ocupados mayoritariamente por viajeros españoles que van a Cancún y Riviera Maya para un viaje de sol y playa, esencialmente bajo la modalidad "all inclusive".

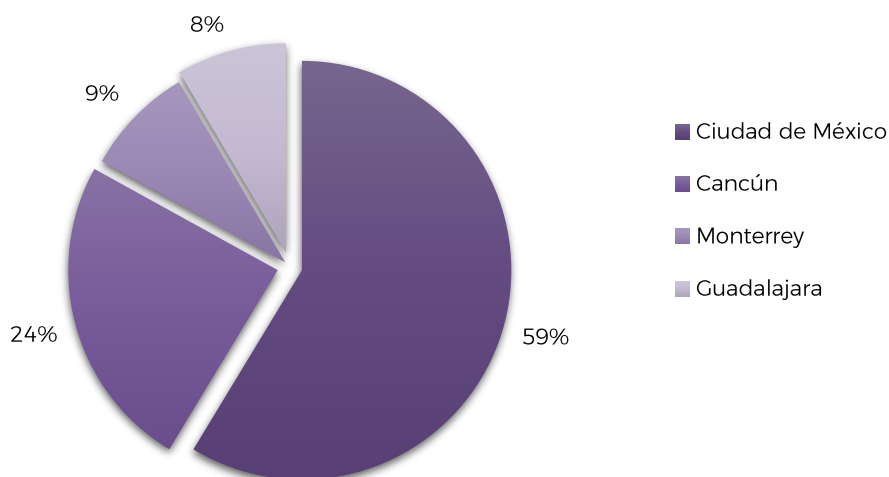


La aerolínea mexicana Aeroméxico vuela desde Guadalajara y Monterrey a Madrid con 7 frecuencias semanales en cada una de estas 2 rutas, la aeronave utilizada en ambas rutas es el Boeing 787-9 con capacidad para 274 pasajeros.

Teniendo en cuenta las 7 rutas directas que operan en estos momentos entre México y España, existen un total de 71 conexiones directas semanales durante toda la época estival, 42 desde Ciudad de México, 15 desde Cancún, 7 desde Guadalajara y 7 más desde Monterrey, con una capacidad total semanal de 23.030 plazas.

Adicional a las rutas que ya operan en estos momentos, a partir del 26 de junio, más de 20 días antes que el año anterior, Iberojet ha comenzado a operar la ruta aérea Madrid - Los Cabos, con una frecuencia semanal en un Airbus 350 con una capacidad para 432 pasajeros.

Principales aeropuertos de origen



Fuente: Páginas web oficiales de las aerolíneas. Elaboración propia.

Tramitación de documentos de viaje

En cuanto a la tramitación de documentos de viaje de turistas mexicanos hacia nuestro país, el turista mexicano sigue sin necesitar visado para viajar a España.

Cabe destacar que desde el pasado 15 de diciembre de 2022, el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación eliminó cualquier requisito sanitario de entrada a España y en la actualidad no existe ningún tipo de restricción para entrar por

vía aérea, por lo que no es necesario presentar ningún tipo de certificado sanitario ni formulario de control.

PERSPECTIVAS A MEDIO PLAZO

Características clave del mercado

La mejora de la oferta de rutas culturales y por entornos naturales al margen de las playas aparece como la principal medida para suscitar mayor interés en este mercado.

Respecto al precio, este aspecto es mucho menos mencionado como problema respecto a España que respecto a otros destinos cuando se pregunta por las experiencias vividas. Por tanto, puede decirse que los precios del sector turístico español son competitivos desde la perspectiva del viajero mexicano.

18

Previsiones a medio plazo

Las previsiones a medio plazo de viajeros mexicanos hacia España permiten ser optimistas debido, principalmente, al aumento de las conexiones aéreas directas entre los dos países para la temporada de verano. Otro gran factor a tener en cuenta es que, en la actualidad, el peso mexicano registra niveles altos que no se veían desde hace seis años. Consecuencia de ello es que según la Federación Mexicana de Asociaciones Turísticas (FEMATUR), entre enero y abril salieron del país casi 1.1 millones de ciudadanos, lo que supuso un aumento del 35,1%. Gracias a la fuerza que ha ido presentando el peso durante el primer cuatrimestre de 2023, un total de 226.861 turistas mexicanos decidieron visitar España.

Además del potencial de crecimiento con el que cuenta México como mercado emisor (126 millones de habitantes según el último censo oficial, con un porcentaje de población socioeconómico A, B y C+ de un 21%), cabe destacar la importancia de este mercado para el turismo de nuestro país por su alto nivel de gasto. Por este motivo, aunque el euro esté ahora mismo por debajo del peso, esto no preocupa a los mexicanos debido a que su poder adquisitivo y capacidad de gasto son muy altos, el doble de la media de los turistas internacionales. Para ser más exactos, en el año 2022 el gasto medio del turista mexicano en España fue de 2.207 euros, mientras que la media del turista internacional resultó en un gasto medio de 1.216 euros.

Resulta importante destacar de este mercado, el tipo de producto turístico que consume (turismo cultural, de compras, urbano y gastronómico) y el apego cultural y, en muchas ocasiones, incluso familiar, de los mexicanos hacia España.

Factores y circunstancias que pueden incidir en el volumen de negocio hacia España

Los mexicanos no necesitan un visado para viajar a España, o a cualquier otro país perteneciente al espacio Schengen, siempre y cuando su estancia no supere un período de 90 días.

85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 