

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



2. MÉXICO 2024 Mercado Emisor

TABLA DE CONTENIDO

Mercado emisor

Mercado emisor a España

Destinos competidores y posicionamiento

Perspectivas a medio plazo

MERCADO EMISOR

Datos Clave

En México, la capacidad económica para realizar al menos un viaje internacional al año determina el tamaño de la población viajera. Los segmentos socioeconómicos de mayor poder adquisitivo (A/B y C+), que representan el 17,6 % de la población mexicana, unos 22,1 millones de personas, son los que cuentan con los recursos para hacerlo. Las brechas en los niveles de ingresos y gasto son considerables, existiendo un sector de la población con un poder adquisitivo muy alto que consume productos y servicios de alta gama en todos los ámbitos.

4 El turista mexicano internacional no fronterizo con EE.UU; es decir, el que se desplaza por vía aérea, cuenta con una capacidad de gasto importante. Este perfil de viajero suele residir en grandes ciudades y muestra una marcada tendencia a organizar sus viajes de forma independiente, recurriendo a los servicios de una agencia de viajes como complemento. Sin embargo, antes de concretar su viaje, realiza una exhaustiva investigación en línea para planificar cada detalle de su experiencia. Sus viajes, motivados principalmente por el ocio, se concentran en las temporadas de verano, Semana Santa y Navidad.

El gasto del turista mexicano en España ha aumentado de forma muy significativa desde el final de la pandemia. Hemos pasado de un gasto de casi 1.200 millones de euros en el año 2019, que ya fue en su momento un año record a 1.600 millones en el año 2022 y 2.355 millones en el año 2023. Son cifras muy significativas.

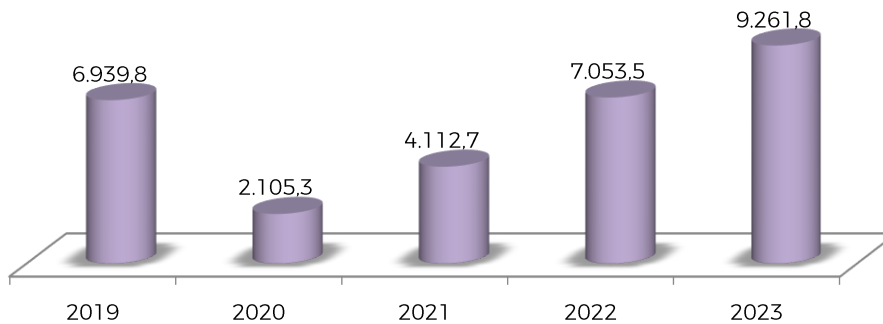
Durante los últimos años, ha habido un gran incremento en el número de turistas mexicanos que visitaron España, siendo en 2023 un total de 991.714 según los datos suministrados por FRONTUR, un 36,77% más que en el 2022. Respecto a 2024, los datos son, por el momento, muy esperanzadores ya que en el primer cuatrimestre del año ya son 281.174 turistas mexicanos a España, un 23,90% más que en mismo periodo del año anterior.

Volumen del mercado por gasto

Según datos del Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET), la fortaleza del peso tuvo como consecuencia que las salidas por vía aérea en 2023 alcanzaron una cifra histórica de 6,4 millones, creciendo un notable 21,8% sobre el registro del año previo. Además, se alcanzó una cifra récord de ingresos al reportarse un total de 9.261 millones de dólares, lo que supone un aumento sobre 2022 de 31,3%.

Aunque la duración de la estancia 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)



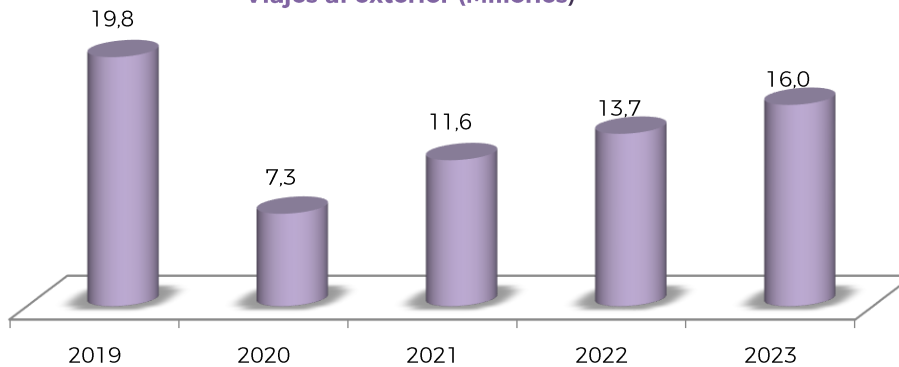
Fuente: Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET)

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, la variación en el gasto de los visitantes mexicanos fue en 2023 un 31.3% mayor que en 2022.

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. En 2023 un total de 16 millones de mexicanos

salieron al exterior (un 16.4% más que en el mismo periodo de 2022). De estos, 6 millones y medio lo hicieron por vía aérea.

Principales áreas emisoras

Los focos emisores de turismo en México se concentran en regiones con mayor densidad poblacional y poder adquisitivo, como la Ciudad de México, el Estado de México, Veracruz, Jalisco, Puebla, Guanajuato y Nuevo León. Se anticipa que en el futuro próximo, Baja California Sur, Quintana Roo y Querétaro experimentarán un auge como emisores de turistas, impulsados por el dinamismo económico de estas zonas.

En lo que a ciudades respecta, las más destacadas en este sentido son la Ciudad de México, Cancún, Guadalajara y Monterrey. No obstante, pueden considerarse también importantes polos emisores otras de menor tamaño como 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, factor predecible debido a su cercanía.

6



Fuente: Revista turística LADEVI a partir de datos de web de cada aeropuerto

Organización del viaje y reservas

El perfil del turista mexicano se distingue por su inclinación hacia viajes independientes. En general, este segmento de viajeros prefiere organizar sus itinerarios de manera autónoma, optando por paquetes turísticos solo cuando estos ofrecen flexibilidad (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...).

El auge de las agencias de viajes online ha consolidado el canal digital como una opción prevaente, impulsando a las agencias tradicionales a incorporar servicios en línea para mantener su competitividad y atraer nuevos clientes. En este contexto, los viajeros mexicanos priorizan la compra de billetes de avión, paquetes vacacionales y alojamientos en plataformas online. Sin embargo, otras opciones como tours, entradas a parques de atracciones y alquiler de coches también están ganando terreno en el ámbito digital.

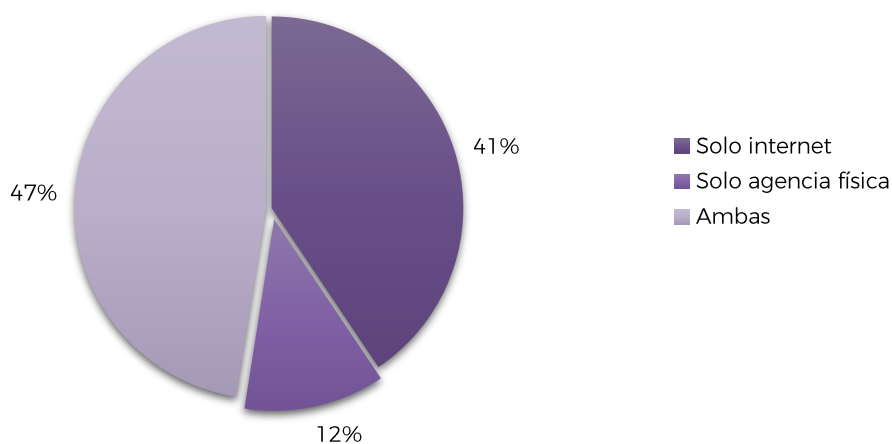
De acuerdo con la revista Pasillo Turístico, el ranking de OTAs en México muestra la firme prominencia de actores clave como Booking.com, Expedia y Airbnb, destacando su firme impacto en el sector hotelero en México.

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. Además, las redes sociales juegan un papel cada vez más determinante a la hora de la elección del destino, del alojamiento y del itinerario general.

7

Los portales de internet se han convertido en una fuente de consulta fundamental para los mexicanos a la hora de elegir destinos turísticos. El auge de los dispositivos móviles y las redes sociales han impactado en la planificación de viajes, reduciendo el tiempo dedicado a esta tarea y acortando el lapso entre la compra y la realización del viaje. Los consumidores más jóvenes, particularmente los millennials, son usuarios frecuentes de aplicaciones móviles, valorando la flexibilidad que les ofrecen para comparar y reservar viajes en cualquier lugar y momento. En respuesta a esta tendencia, las principales agencias de viajes online cuentan con aplicaciones móviles que facilitan la reserva de servicios turísticos.

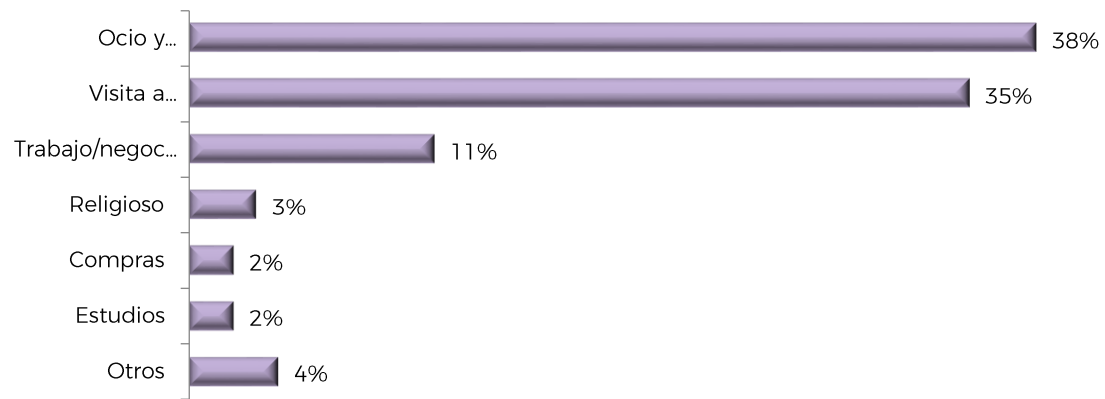
Canales de reserva



Fuente: Statista 2021

Comportamiento viajero

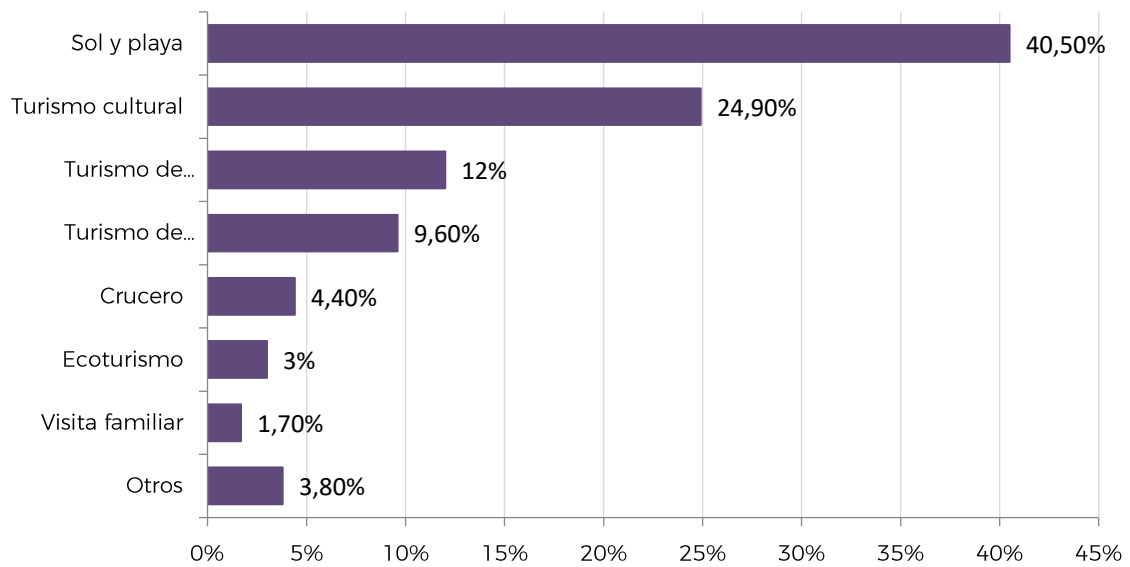
Motivación del viaje (%)



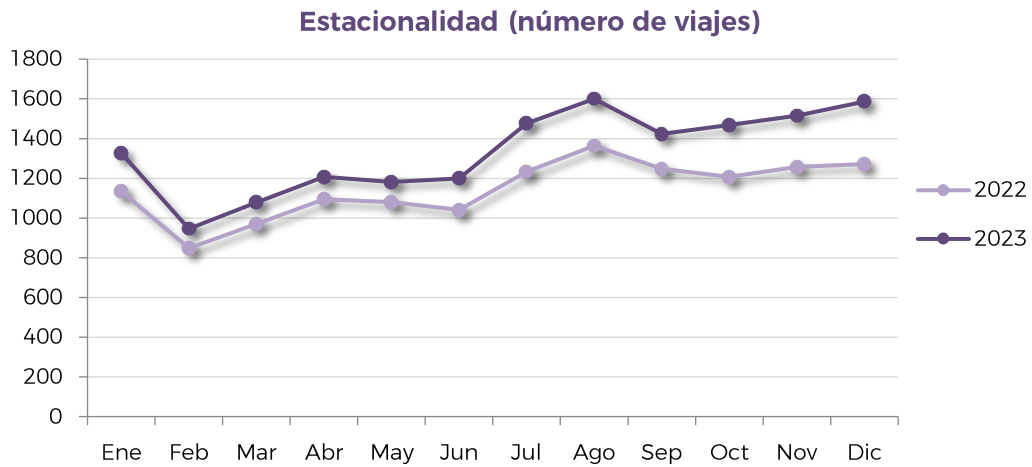
Fuente: DATATUR (Secretaría de Turismo, SECTUR)

8

Tipo de vacaciones (%) 2021



Fuente: DATATUR (Secretaría de Turismo, SECTUR)



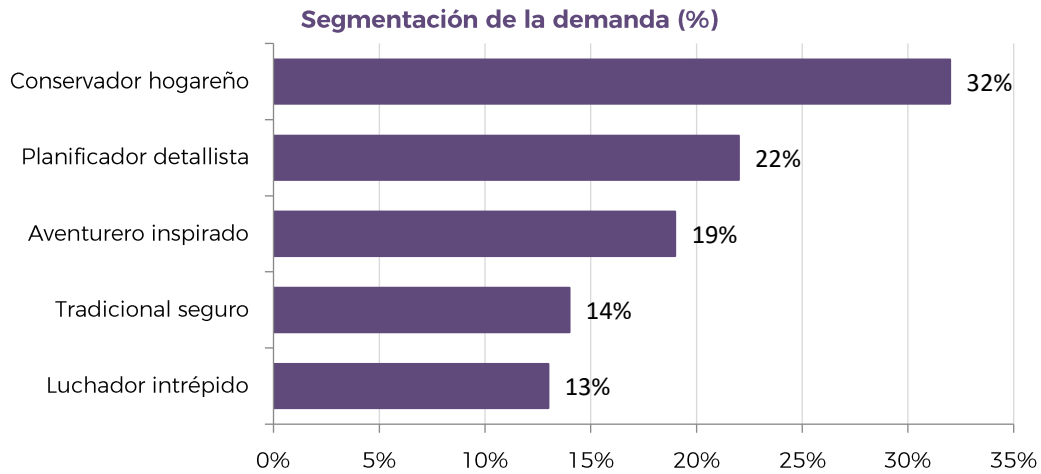
Fuente: DATATUR (Secretaría de Turismo, SECTUR)

9

Segmentación de la demanda

De acuerdo con la clasificación realizada por Euromonitor Internacional en 2022, 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.



Fuente: EUROMONITOR INTERNACIONAL

10

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

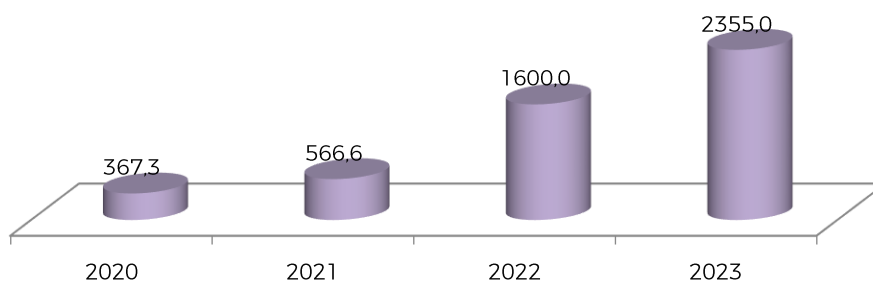
El mercado turístico emisor mexicano se distingue por su notable potencial de crecimiento y su elevada capacidad de gasto, particularmente en viajes internacionales. Además, se caracteriza por una baja estacionalidad en la distribución de sus viajes a lo largo del año. En sus desplazamientos a España viajan a destinos no vinculados al sol y playa. Muestra un mayor interés por el turismo cultural, urbano, gastronómico y de compras. Esta inclinación lo posiciona como un segmento de gran atractivo para los destinos internacionales.

MERCADO EMISOR A ESPAÑA

Gasto total en España y principales elementos de gasto en España

Gasto total en España de los turistas mexicanos en años absolutos.

Gasto Total (Millones de euros)



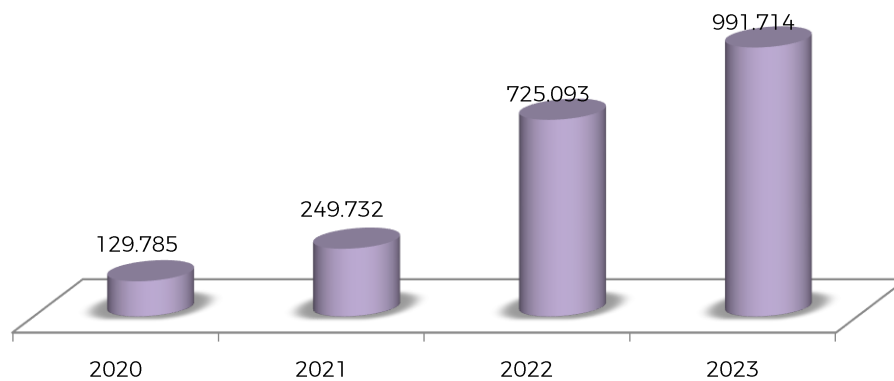
Fuente: Estimación de Turespaña a partir de INE (Egatur)

11

Número de viajes a España

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

Viajes a España



Fuente: FRONTUR (INE)

México es un destino emisor de rápido crecimiento, en dos dígitos desde 2021. Este incremento se produce tanto en el gasto turístico (2.355 millones de euros en 2023) como en el número de turistas (991.714 en 2023). México se posiciona en la práctica

como un mercado de altos ingresos, con casi un millón de turistas, que gastan de media diaria el doble que un turista alemán o británico en nuestro país o el triple que un francés.

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 y paisajes naturales. Entre los destinos preferidos por los mexicanos se encuentran Nueva York, Las Vegas, Los Ángeles, Miami, Chicago y Houston. Cabe destacar que debido a la proximidad entre ambos países, muchos turistas mexicanos que visitan EE.UU son transfronterizos, es decir, por coche a través de la frontera terrestre con Estados Unidos.

España

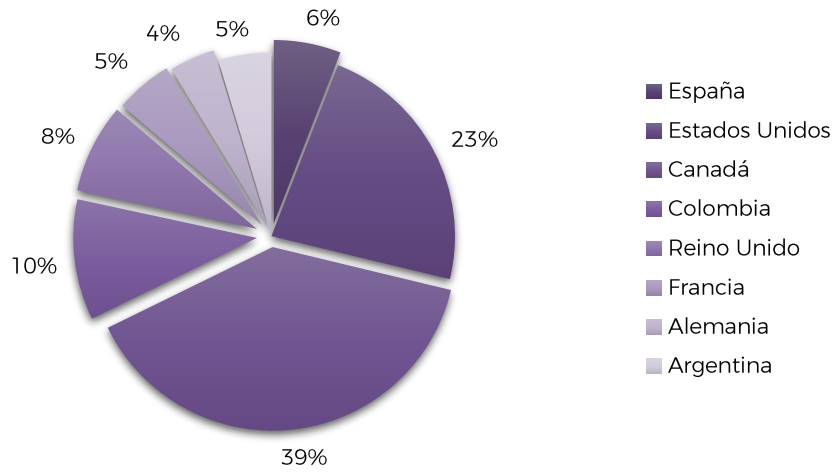
Madrid destaca como el principal destino europeo de los mexicanos. El aeropuerto Adolfo Suárez Madrid- Barajas, es el punto de entrada del turista mexicano en Europa en general y en España en particular. La extraordinaria conectividad aérea la posiciona como una ruta internacional de primer orden. En 2023 la ruta Ciudad de México - Madrid fue la ruta internacional más importante en número de pasajeros del Aeropuerto Internacional de Ciudad de México, el más importante del país.

Colombia

Debido a su cercanía geográfica, Bogotá, Medellín y Cartagena de Indias son destinos muy visitados por el turista mexicano.

Entre los países europeos, destacan como competidores directos Francia, Alemania, Italia y Reino Unido. Todos estos países tienen conectividad aérea directa con México, aunque incomparablemente menor que la conectividad aérea con España.

Principales destinos internacionales 2023



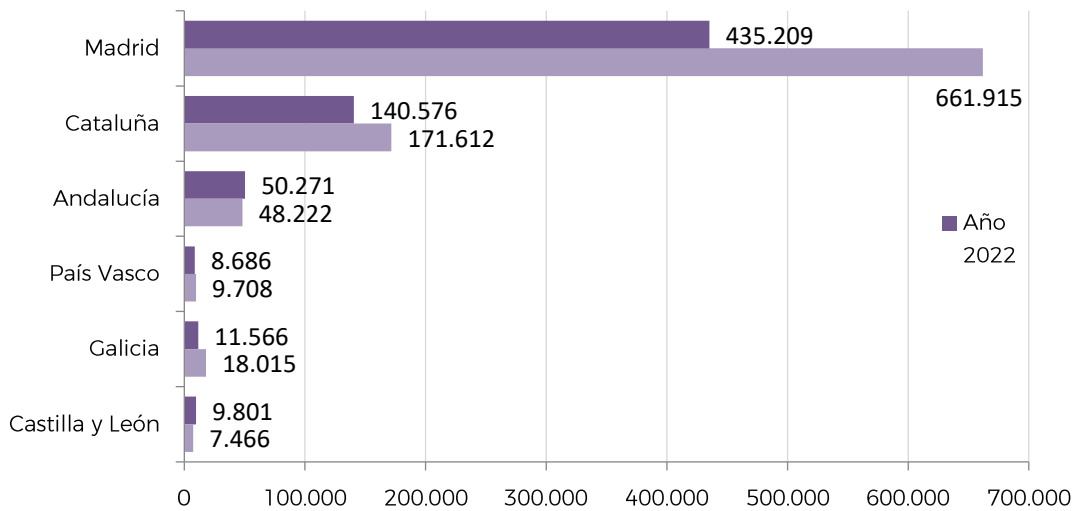
Fuente: Consejo Nacional Empresarial (CNET)

13

Principales destinos en España

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

Principales destinos 2023 por número de turistas mexicanos



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 82,7% de los turistas mexicanos que visitaron España en 2023 viajaron sin paquete turístico, mientras que el 17,3 % decidió viajar con paquete, según datos de FRONTUR 2023. Éste último porcentaje ha aumentado un 19,3% respecto al año anterior.

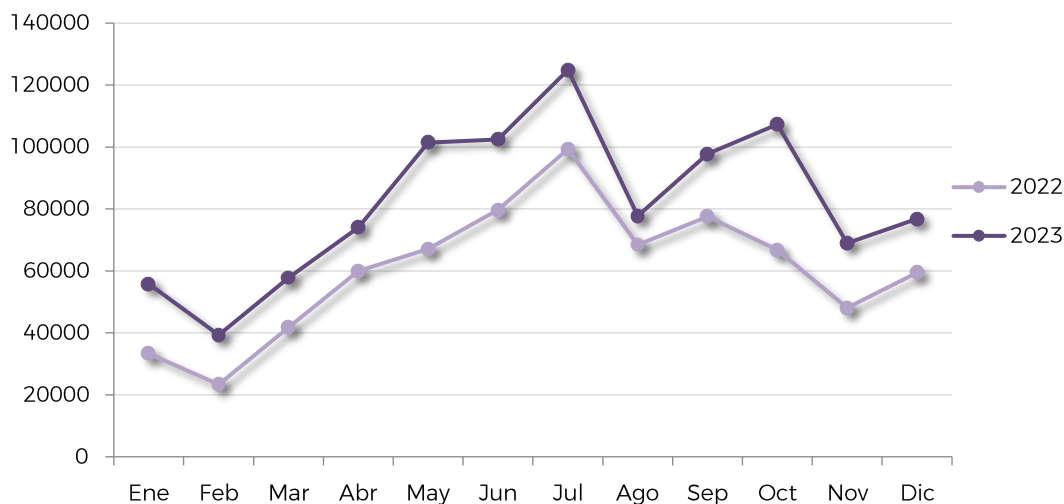
Comportamiento viajero

En 2023 la vía de acceso predominante siguió siendo el aeropuerto con 912.959 personas y tan solo 6.899 turistas mexicanos accedieron a nuestro país en tren.

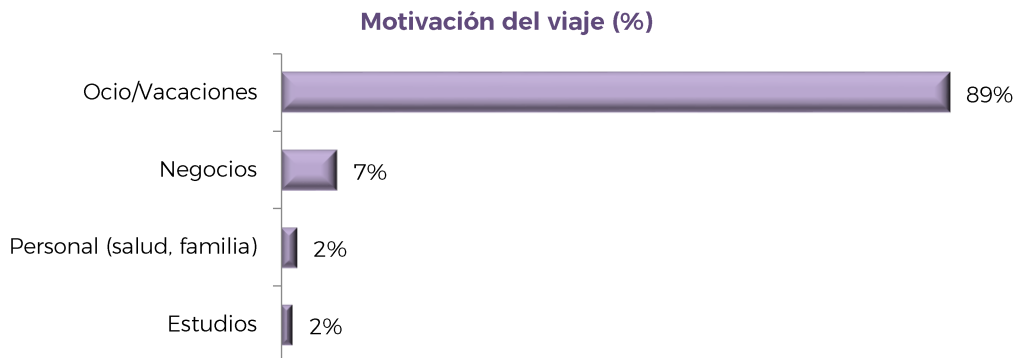
En lo que a tipo de alojamiento respecta, sigue predominando el alojamiento en hoteles y similares con 776.842 turistas, a gran distancia de los 87.973 turistas mexicanos que se hospedaron en alojamientos de alquiler (FRONTUR 2023). Asimismo, según la nota de coyuntura hotelera llevada a cabo por Turespaña, en mayo ya son 68.621 los viajeros y 143.542 las pernoctaciones en establecimientos hoteleros por parte de turistas mexicanos.

14

Estacionalidad



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%).

15

Perfil del viajero

El turista mexicano es muy apreciado en España. Son numerosos, el gasto medio diario en el año 2022 era de 334€ frente a los 145€ de Alemania, los 116€ de Francia o los 154€ del Reino Unido.

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

Ya se ha mencionado en el apartado correspondiente a la cuota de España en el mercado turístico emisor que el principal competidor de España en el continente americano es Estados Unidos, y en Europa son Francia, Alemania, Italia y Reino Unido. Sin embargo, España goza de una posición muy ventajosa en Europa, ya que el aeropuerto de Madrid es el lugar de entrada del turista mexicano a Europa. La conectividad aérea hacia España es muy superior a la de cualquier otro destino europeo.

16

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.

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

La conectividad aérea entre México y España es espléndida. Para el aeropuerto de Madrid no hay un destino de larga distancia más importante que Ciudad de México. Todos los días tres vuelos de Iberia desplazan a 1.000 viajeros a España. Aeroméxico con 2-3 vuelos diarios envía un número similar de viajeros. Además, Aeroméxico tiene un vuelo diario la mayor parte del año desde Monterrey y Guadalajara (los únicos vuelos a Europa que tienen estas dos ciudades). La línea aérea Emirates mantiene un vuelo diario a Barcelona y varias compañías operan desde Cancún (Air Europa, Iberojet y World2Fly).

En la semana del 1 al 7 de julio de 2024 entre México y España existían un total de 76 vuelos semanales, lo que representa una altísima cifra de 24.000 plazas de avión.

17

CONEXIONES AÉREAS EN VUELOS DIRECTOS A ESPAÑA

Aeropuerto de Destino	Aeropuerto de Origen	Nº Frecuencias Semanales	Compañía Aérea
Ciudad de México	Madrid	21	Iberia
Ciudad de México	Madrid	20	Aeroméxico
Ciudad de México	Barcelona	7	Emirates
Guadalajara	Madrid	7	Aeroméxico
Monterrey	Madrid	7	Aeroméxico
Cancún	Madrid	4	AirEuropa
Cancún	Madrid	4	Iberojet
Cancún	Madrid	6	World2Fly

*Nota aclaratoria: las frecuencias semanales de la tabla precedente tienen como referencia la semana del 1 al 7 de julio de 2024.

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. El viajero mexicano puede estar un máximo de 90 días en un periodo de tiempo de 180. Se mantiene la incógnita sobre el momento de aplicación del ETIAS.

PERSPECTIVAS A MEDIO PLAZO

Características clave del mercado

Gracias a un peso fuerte, el mercado emisor mexicano por vía aérea internacional ha mejorado sustancialmente en el año 2023. Mientras se mantenga la fortaleza de la moneda nacional, podemos prever un mantenimiento del mercado emisor mexicano hacia el extranjero, especialmente hacia España. Los precios de nuestro país, muy competitivos con respecto a Estados Unidos hacen que la coyuntura sea excelente.

Previsiones a medio plazo

Los datos de las encuestas del INE, Egatur y Frontur, han sido muy favorables en el año 2023. Un 47,18% de aumento del gasto con respecto al año 2022 y un 36,77% más de turistas. Además, en el primer cuatrimestre de 2024, se registra por Frontur un total de 281.174 turistas, un 23,90% más que en el mismo periodo de 2023, un dato también significativo. Debemos subrayar que el crecimiento espectacular del turismo emisor mexicano hacia España, uno de los más altos entre los países emisores, no puede mantenerse indefinidamente en esos niveles, por lo que debemos aspirar a una estabilización de las cifras.

Además del potencial de crecimiento con el que cuenta México como mercado emisor (126 millones de habitantes según el último censo oficial de 2020, con un porcentaje de población socioeconómico A, B y C+ de un 17,6%), cabe destacar la importancia de este mercado para el turismo de nuestro país por su alto nivel de gasto. El poder adquisitivo y la capacidad de gasto son muy altos, el doble de la media de los turistas internacionales. Para ser más exactos, en el año 2023 el gasto medio del turista mexicano en España fue de 2.364 euros, mientras que la media del turista internacional resultó en un gasto medio de 1.278 euros (EGATUR 2023).

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

Los mexicanos no necesitan una visa 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. Asimismo, el ETIAS (Sistema Europeo de Información y Autorización de Viaje) es un nuevo sistema de autorización electrónica que será obligatorio para los turistas

mexicanos a partir de 2025. No parece que su implementación vaya a causar una especial incidencia en el mercado.

La cotización del peso mexicano, en este momento una moneda muy fuerte, sí que puede incidir de forma significativa en el volumen de viajeros internacionales del mercado emisor mexicano.

85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 