

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



2.

MÉXICO 2025
Mercado Emisor

TABLA DE CONTENIDO

Mercado emisor

Mercado emisor a España

Destinos competidores y posicionamiento

Perspectivas a medio plazo

MERCADO EMISOR

Datos Clave

El mercado emisor mexicano hacia España es muy relevante, el más importante por ingresos y número de turistas entre los países emisores no europeos con la excepción de Estados Unidos. Con una población viajera de creciente poder adquisitivo (los segmentos socioeconómicos de mayor poder adquisitivo A/B y C+ con capacidad para viajar al extranjero representan el 17,6% de la población, con 22.1 millones de personas) y un interés notable por los destinos europeos en general y España en particular, En cifras, el pasado año, se registraron aproximadamente 16 millones de mexicanos viajando al extranjero, de los cuales una parte significativa se dirigió a destinos europeos, siendo España el gran favorito, sin competidores a su altura.

En 2024, 1.080.000 turistas mexicanos visitaron España (FRONTUR, 2024), lo que representa un aumento del 9,7% en comparación con el año anterior. Este incremento refleja una tendencia positiva en la recuperación del turismo.

El gasto estimado realizado por los turistas mexicanos en 2024 ascendió a 2.940 millones de euros (EGATUR, 2024) lo que representa un crecimiento del 44% respecto al año anterior. Este aumento es un reflejo del perfil del turista mexicano, que se caracteriza por un alto poder adquisitivo y una clara preferencia por experiencias de viaje de lujo, lo que ha incrementado su inversión en alojamiento, gastronomía y actividades culturales.

En términos de motivaciones de viaje, los turistas mexicanos se sienten atraídos principalmente por la oferta cultural, histórica y gastronómica de España, así como por la posibilidad de disfrutar de su variada oferta en ocio y entretenimiento. A pesar de que la estacionalidad del turismo mexicano hacia España se concentra principalmente en los meses de verano, se ha observado también un aumento en los viajes durante las vacaciones de primavera y la temporada navideña, lo que refleja una diversificación en los patrones de viaje.

En cuanto al medio de transporte empleado, la mayoría de los turistas mexicanos optan por vuelos directos, destacando las rutas entre Ciudad de México y los principales aeropuertos españoles como Madrid y Barcelona, facilitando así la accesibilidad entre ambos países. Se viaja a España desde cuatro aeropuertos (México, Monterrey, Guadalajara y Cancún).

México recibió 45 millones de turistas internacionales en 2024 (ONU Turismo). Según la previsión de la CNET (Consejo Nacional Empresarial Turístico), en su último informe de junio de 2025, la previsión es que en este año 2025 llegarán 46,1 millones de turistas a México.



El empleo turístico alcanzó los cinco millones de puestos de trabajo en el primer trimestre de 2025, un incremento del 2,9% respecto al cuarto trimestre del 2024.

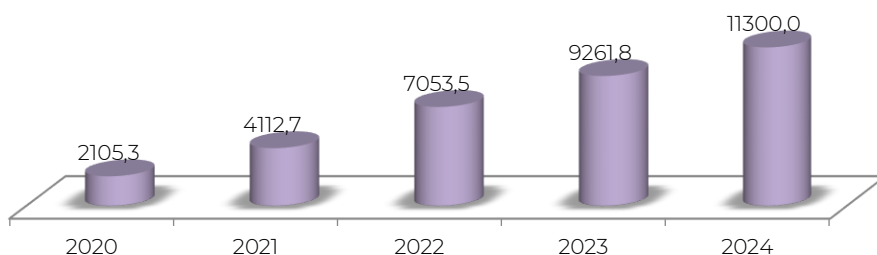
La CNET expresa su preocupación por la llegada de turistas aéreos a México, la base de su turismo internacional, muy por encima de los turistas transfronterizos desde Estados Unidos a pie o por carretera. En el primer cuatrimestre de 2025 fueron 8,5 millones, lo que representa una disminución del 2,4% en comparación con 2024. Colombia, Francia, Alemania, España y Chile muestran cifras negativas.

Volumen del mercado por gasto

En los últimos cuatro años, el gasto total de los mexicanos en viajes al exterior ha mostrado una recuperación notable y sostenida, luego de la fuerte caída registrada en 2020 como consecuencia de la pandemia de COVID-19. Ese año, el gasto se ubicó en 2,105.3 millones de dólares, marcando un punto crítico para el turismo emisor. A partir de 2021, con el levantamiento gradual de las restricciones sanitarias y la reapertura de fronteras, el volumen de gasto comenzó a incrementarse de manera constante. En 2021 alcanzó los 4,112.7 millones de dólares, en 2022 subió a 7,053.5 millones, y en 2023 se situó en 9,261.8 millones de dólares. Para 2024, se estima que el gasto total llegó a los 11,300 millones de dólares, el nivel más alto del periodo analizado.

Esta evolución refleja no solo una recuperación del sector turístico, sino también una expansión del interés de los mexicanos por viajar al extranjero, impulsada por una mejora económica, mayor conectividad aérea y una creciente confianza en los viajes internacionales. El comportamiento observado indica que el gasto en viajes internacionales no solo se ha recuperado respecto a los niveles pre pandemia, sino que ha superado esos valores, consolidando una tendencia de crecimiento que posiciona al turismo emisor como un componente relevante del gasto de los hogares mexicanos en los últimos años.

Gasto Total (millones de dólares)



Fuente: Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET)

Volumen del mercado por número de viajes

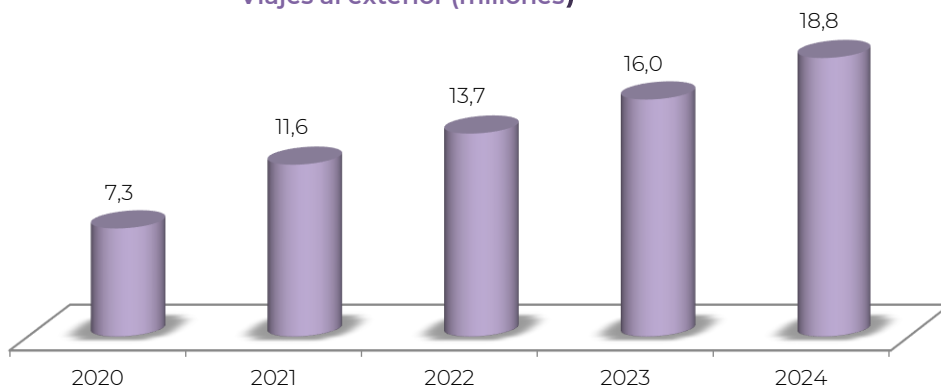
Durante el periodo 2020-2024, el número de viajes al exterior realizados por mexicanos ha mostrado una tendencia creciente sostenida. En 2020, en el contexto de la pandemia de la COVID-19, se registraron 7.3 millones de salidas internacionales. A partir de 2021 se observa una notable recuperación, alcanzando los 11.6 millones de viajes, seguida de un crecimiento continuo: 13.7 millones en 2022, 16.0 millones en 2023 y un estimado de 18.8 millones en 2024. Este comportamiento refleja no solo una reactivación progresiva del turismo internacional, sino también un incremento estructural en la demanda de viajes al exterior por parte de los mexicanos.

Aunque la gráfica presenta los valores absolutos de viajes, un aspecto relevante que no se observa directamente es la diversificación en los perfiles de viaje. En los últimos años, se ha incrementado la participación de viajeros jóvenes, de clase media, así como de destinos no tradicionales, lo cual sugiere cambios en los patrones de movilidad internacional.

En resumen, el crecimiento del número de viajes al exterior en este quinquenio refleja una mayor integración de México en la movilidad global, y confirma la recuperación del turismo emisor como una de las áreas más dinámicas del sector turístico nacional.

6

Viajes al exterior (millones)



Fuente: Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET)

Principales áreas emisoras

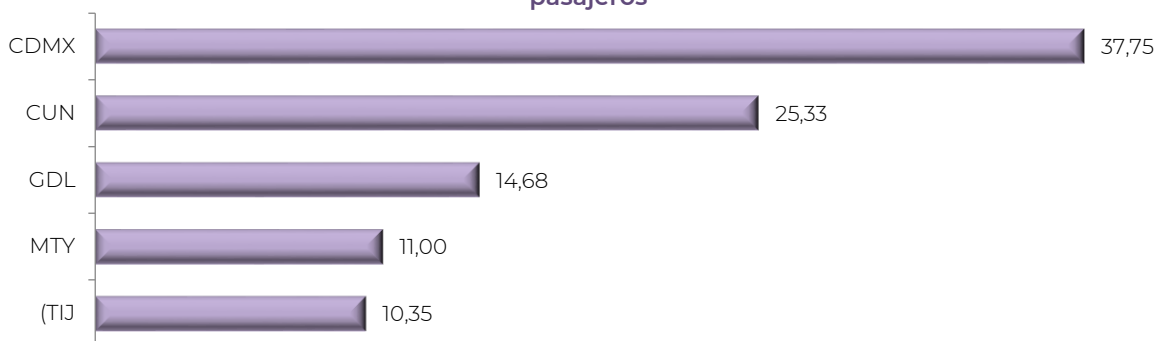
En 2024, los cinco aeropuertos con mayor tráfico de pasajeros en México fueron el Aeropuerto Internacional Benito Juárez de la Ciudad de México con 37.75 millones, Cancún con 25.33 millones, Guadalajara con 14.68 millones, Monterrey con 11.00 millones y Tijuana con 10.35 millones. Estos aeropuertos concentran gran parte del flujo internacional del país, destacando por su conectividad, infraestructura y relevancia turística o de negocios. La Ciudad



de México y Cancún se mantienen como los principales puntos de entrada y salida del país, mientras que Guadalajara, Monterrey y Tijuana fortalecen su papel estratégico en el norte y occidente del territorio.

Prueba de la importancia de la conectividad aérea de México – España, es el hecho de que en 2023, 2024 y lo que va de 2025, la ruta internacional de Ciudad de México – Madrid, es la de mayor número de pasajeros en ambos sentidos en el aeropuerto Benito Juárez. Es decir, una ruta transoceánica a España es más importante que cualquier otra ruta hacia cualquier otro destino en Estados Unidos, América Latina o Europa.

Principales aeropuertos mexicanos, con mayor tráfico internacional de pasajeros



Fuente: Agencia Federal de Aviación Civil (AFAC), datos de enero a octubre de 2024

Organización del viaje y reservas

El perfil del turista mexicano ha experimentado una transformación significativa en los últimos años, particularmente en lo que respecta a sus hábitos de planificación y reserva de viajes. Esta evolución ha estado profundamente influenciada por la digitalización de servicios turísticos y el auge del comercio electrónico en México.

En 2024, se consolida la tendencia hacia el uso de canales digitales como el medio principal para organizar viajes, evidenciando una mayor familiaridad tecnológica, una creciente confianza en las plataformas en línea y una búsqueda activa por parte del consumidor de autonomía, inmediatez y mejores precios.

De acuerdo con estimaciones publicadas por el sitio especializado NITU.mx, citando datos del sector turístico y análisis de comportamiento de mercado, aproximadamente el 60% de los mexicanos realiza sus reservas de viaje exclusivamente a través de internet, utilizando sitios web especializados,

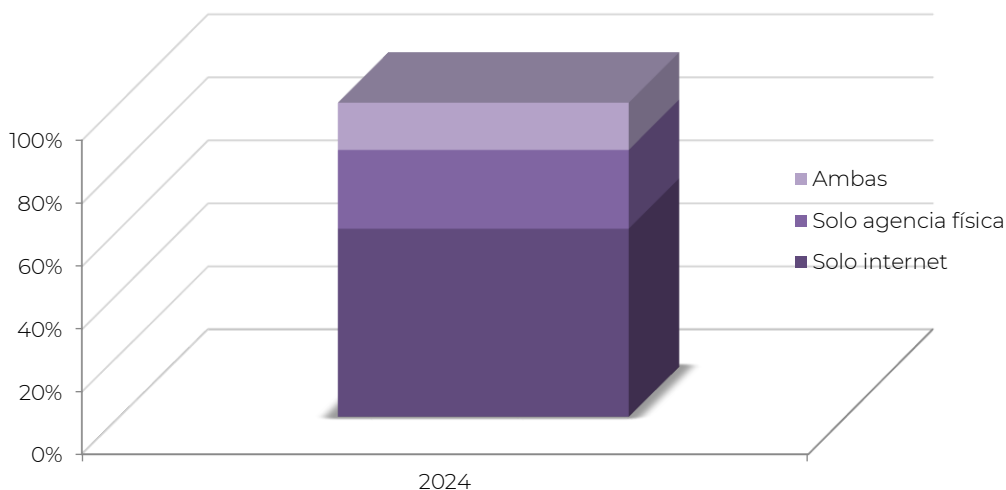
aplicaciones móviles, metabuscadores y plataformas de aerolíneas, hoteles o agencias online. Este comportamiento es especialmente predominante entre los viajeros jóvenes, los profesionales urbanos y aquellos que realizan viajes frecuentes por placer o negocios.

Sin embargo, el canal físico mantiene su relevancia: un 25% de los turistas mexicanos continúa utilizando únicamente agencias de viajes tradicionales. Este segmento, en muchos casos, busca atención personalizada, confianza en la asesoría directa y facilidad en la gestión de viajes complejos, como circuitos internacionales o paquetes a destinos poco conocidos. Además, las agencias físicas siguen siendo un canal preferido por viajeros de mayor edad, grupos familiares o quienes no se sienten completamente cómodos con los procesos digitales.

Por otro lado, un 15% de los turistas mexicanos combina ambos canales, digital y presencial, lo que indica una transición progresiva en los hábitos de compra y una estrategia de búsqueda más informada: consultan precios y opciones en línea, pero finalizan la transacción en una agencia física, o viceversa. Este comportamiento híbrido evidencia una integración cada vez mayor entre tecnología y atención personalizada, donde el viajero busca lo mejor de ambos mundos.

8

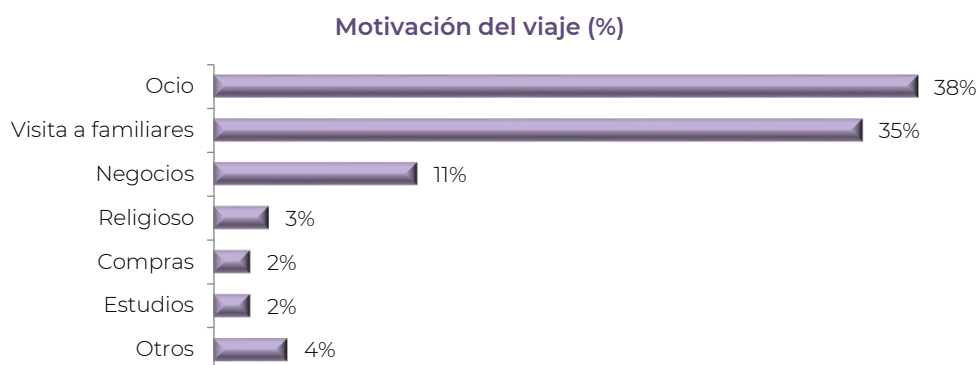
Canales de reserva



Fuente: Sitio especializado NITU.mx

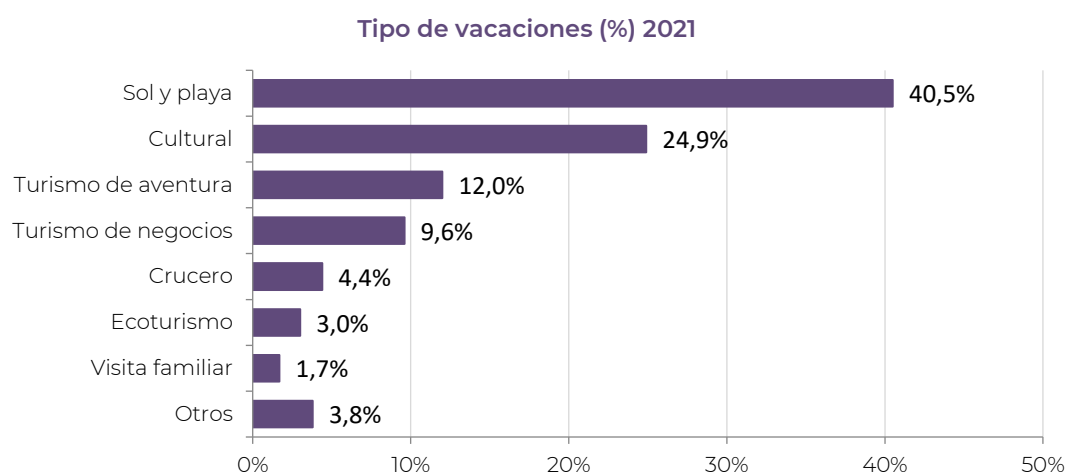
Comportamiento viajero

Motivación y estacionalidad del viajero mexicano en España.

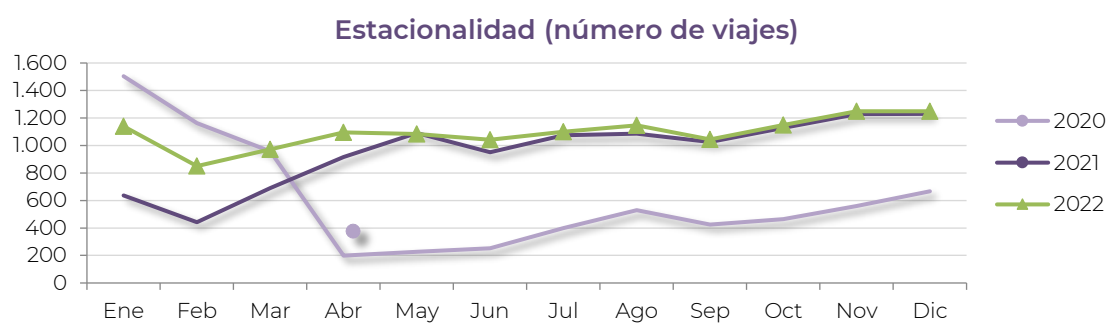


Fuente: DATATUR (Secretaría de Turismo, SECTUR)

9



Fuente: DATATUR (Secretaría de Turismo, SECTUR)



Fuente: DATATUR (Secretaría de Turismo SECTUR)

Segmentación de la demanda

Según el informe "Consumer Types in Mexico" de Euromonitor International, el mercado turístico mexicano en 2024 se segmenta en cinco grandes perfiles de consumidores:

- **Wellness Enthusiasts (Entusiastas del Bienestar):** Personas que priorizan el bienestar físico y mental, interesadas en retiros, spas, y alimentación saludable.
- **Changemakers (Agentes de Cambio):** Consumidores comprometidos con causas sociales y ambientales, que buscan marcas y destinos responsables.
- **Connected Shoppers (Compradores Conectados):** Individuos que hacen uso intensivo de herramientas digitales para planear y reservar sus viajes.
- **Brand Champions (Defensores de Marca):** Viajeros leales a marcas con las que se identifican y que tienden a recomendarlas.
- **Experience Seekers (Buscadores de Experiencias):** Personas que valoran las vivencias culturales, naturales o personales por encima de los bienes materiales.

10

Perfil del viajero

En 2024, el perfil sociodemográfico del viajero mexicano al extranjero se caracterizó por una notable participación de adultos jóvenes, especialmente aquellos con edades comprendidas entre los 18 y 45 años. Este grupo demográfico representó una proporción significativa de los viajeros internacionales, impulsando el crecimiento del turismo emisor en México.

En cuanto a la composición de los grupos de viaje, las familias constituyeron el segmento predominante, representando aproximadamente el 40% de los viajes al extranjero. Les siguieron las parejas, con un 20%, y los viajeros solteros, que conformaron alrededor del 12% de los desplazamientos internacionales. Estas cifras reflejan una tendencia hacia los viajes en grupo, ya sea en núcleos familiares o en pareja, aunque también se observa una participación significativa de individuos que viajan solos.

Productos turísticos demandados

Los motivos principales de viaje para estos segmentos incluyeron el ocio y el turismo de placer. Predomina la gastronomía, así como visitas a familiares y amigos y, en menor medida, razones académicas o de negocios.



Estos datos se basan en las estadísticas proporcionadas por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y el Centro de Investigación Avanzada en Turismo Sostenible (STARC), que reportaron un incremento del 18.2% en los viajes internacionales de mexicanos en 2024, alcanzando un total de 7.58 millones de salidas al extranjero. Este aumento refleja una recuperación y expansión del turismo emisor, impulsada por factores económicos y sociales que favorecen la movilidad internacional de los mexicanos.

Conclusiones y tendencias

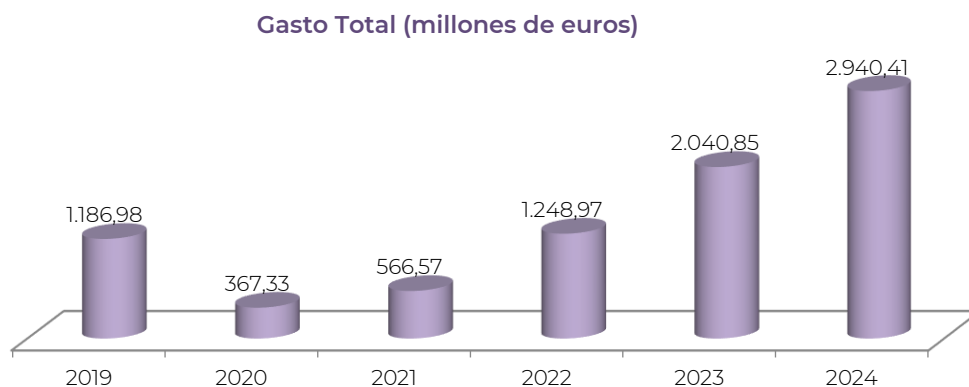
En 2025, el mercado turístico emisor mexicano se consolida como un segmento estratégico con alto potencial de crecimiento sostenido. Su evolución se ve impulsada por una creciente clase media viajera, una marcada preferencia por experiencias internacionales y una capacidad de gasto cada vez mayor, especialmente entre adultos jóvenes y familias. Esta combinación posiciona a los viajeros mexicanos como actores clave en el turismo global, no solo por el volumen de desplazamientos, sino también por su impacto económico en los destinos receptores.

México representa un mercado estratégico para destinos consolidados como España. La afinidad cultural, el idioma compartido, la oferta patrimonial y gastronómica, así como las conexiones aéreas directas, posicionan a España como uno de los destinos favoritos para el viajero mexicano.

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.



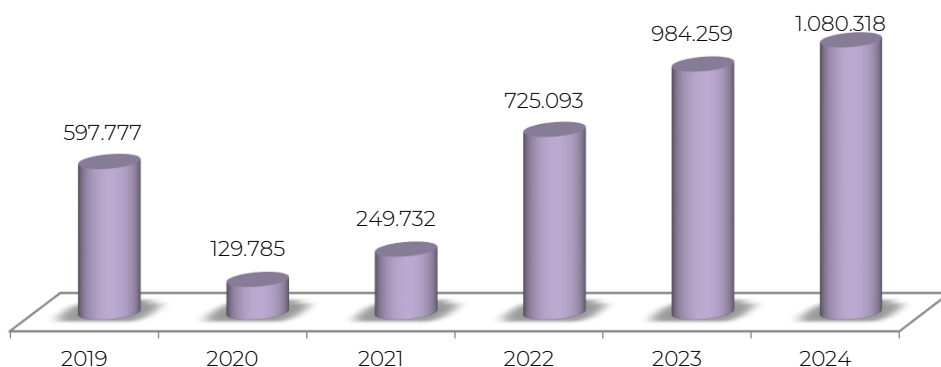
Fuente: Estimación de Turespaña a partir de INE (EGATUR).

Muy destacada es la evolución del gasto total, que pasó de 1,186 millones de euros en 2019 a casi 2,940 millones en 2024, lo que representa un aumento de más del 147%. Este incremento es proporcionalmente mayor al del número de viajeros, lo que sugiere un aumento en el gasto medio por turista, asociado posiblemente a estancias más largas, mayor consumo de experiencias o un perfil de viajero con mayor capacidad adquisitiva.

Número de viajes a España

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

Viajes a España (millones)



Fuente: Estimación de Turespaña a partir de INE (FRONTUR).

Evolución claramente positiva del mercado turístico emisor mexicano hacia España entre 2019 y 2024. Tras la fuerte caída provocada por la pandemia en 2020, con solo 129,785 viajes, el crecimiento es espectacular. Desde el final de la pandemia, México es uno de los países emisores de turismo a España de mayor crecimiento.

En términos de número de viajes, los turistas mexicanos pasaron de realizar poco más de 597 mil viajes en 2019 a superar el millón en 2024 (1,080,318), lo que representa un incremento del 80.7% respecto al periodo pre pandémico. Este crecimiento evidencia no solo una recuperación del flujo turístico, sino una consolidación del interés por España como destino preferente entre los viajeros mexicanos.

Los dos último gráfico confirman el fuerte potencial del mercado mexicano para el turismo receptivo español, tanto por volumen como por rentabilidad. Este crecimiento sostenido refuerza la importancia de seguir fortaleciendo

las estrategias de promoción y conectividad aérea entre ambos países para aprovechar al máximo esta tendencia al alza.

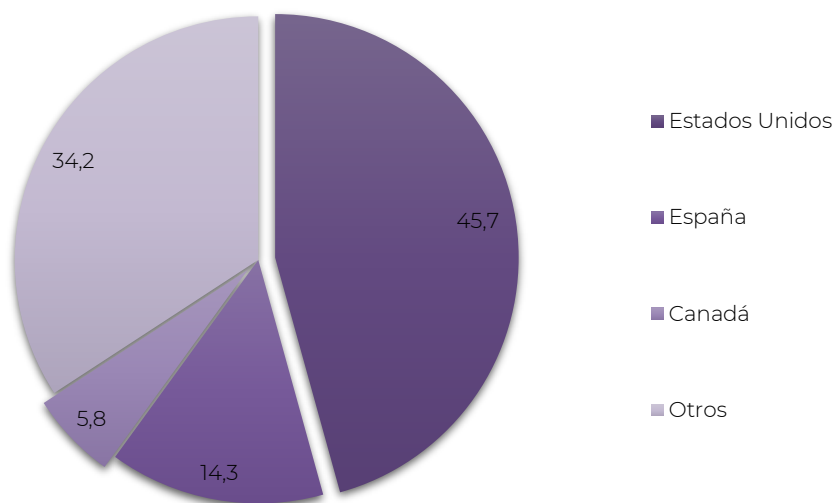
En este sentido, mencionar que la relación turística bilateral entre México y España es claramente favorable a nuestro país. Por cada turista español en México, hay 4 en España. En gasto medio, por un dólar que gastan los turistas españoles en México, los mexicanos gastan 2 en España. En gasto total, por cada dólar que dejan los españoles en México, los mexicanos dejan 9 en España.

Cuota de España en el mercado turístico emisor

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en 2024, los residentes en México realizaron 18.8 millones de viajes al extranjero, destacando un crecimiento del 17.6% en comparación con el año anterior. Estados Unidos se consolidó como el destino principal, albergando el 45.7% de los viajeros mexicanos, seguido por España con el 14.3%. Otros destinos relevantes incluyeron Canadá (5.8%) y diversos países de América Latina y Europa, que en conjunto representaron el 34.2% restante.

13

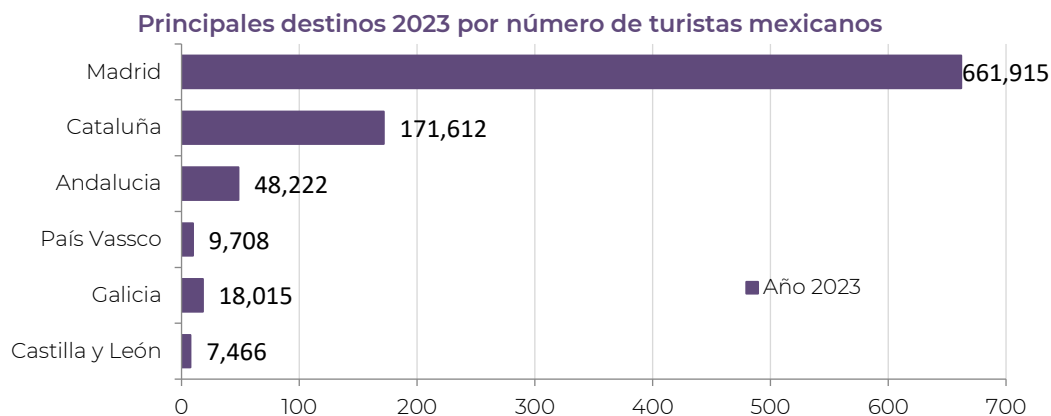
Principales destinos internacionales



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)



Principales destinos en España

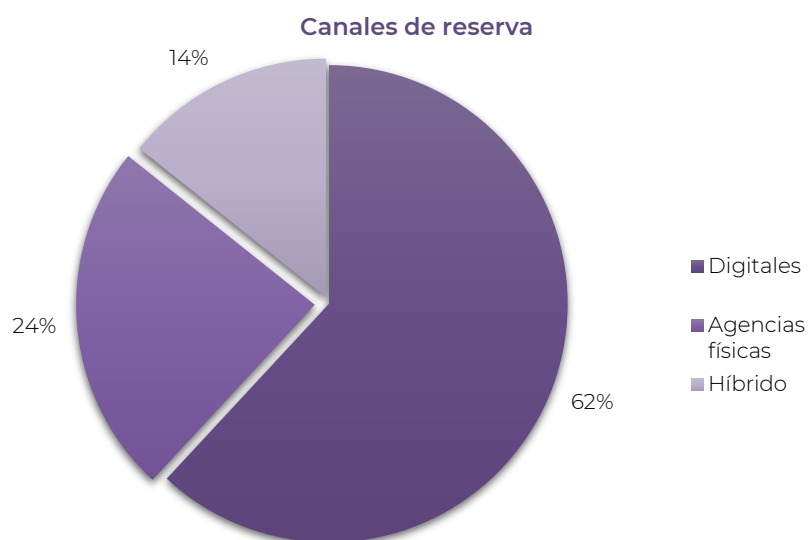


Fuente: FRONTUR (INE)

14

Organización del viaje y reserva

Para la organización de su viaje, tal y como se mencionaba anteriormente, el 60% de los turistas mexicanos opta por canales digitales como sitios web, aplicaciones móviles y plataformas de aerolíneas o agencias en línea, especialmente entre jóvenes y profesionales urbanos. Un 25% aún prefiere agencias físicas por la atención personalizada y la confianza que brindan, mientras que el 15% combina ambos métodos, reflejando una tendencia hacia un modelo híbrido que integra tecnología y asesoría directa.

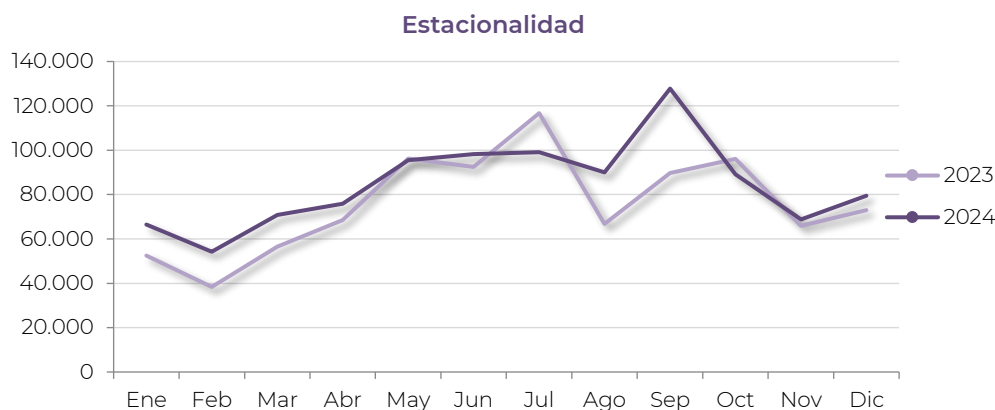


Fuente: Sitio especializado NITU.mx

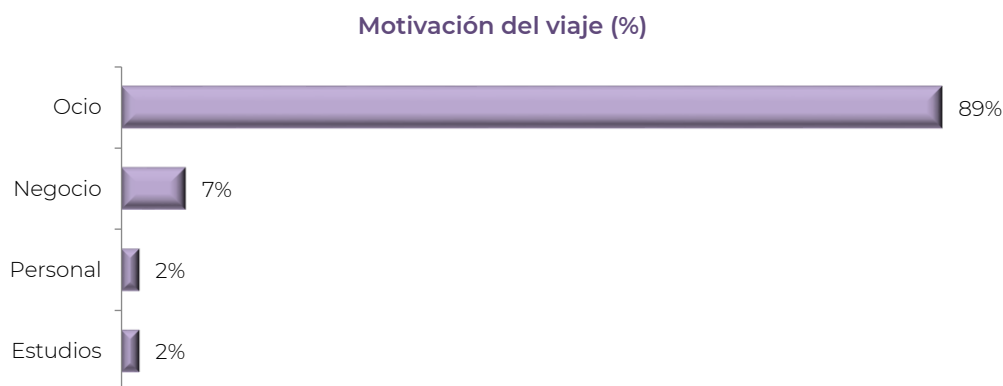
Comportamiento viajero

El gráfico muestra el comportamiento estacional de los viajes de mexicanos a España durante los años 2023 y 2024, según datos de la Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR), elaborada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) de España. Se observa una ligera estacionalidad, con picos de visitantes en los meses de verano. En 2023, julio fue el mes con mayor afluencia, mientras que en 2024 el máximo se desplazó a septiembre, superando los 130,000 viajeros. Por el contrario, febrero y noviembre registran las cifras más bajas en ambos años, con menos de 60,000 turistas. El primer semestre muestra una tendencia de crecimiento moderado, especialmente entre marzo y junio, con valores que rondan los 100,000 visitantes. En 2024 destaca un descenso en agosto seguido de un repunte significativo en septiembre, lo que podría reflejar un cambio en los patrones de viaje. Hacia el final del año, la afluencia vuelve a descender, manteniéndose estable entre octubre y diciembre. Estos datos reflejan una preferencia clara por viajar en temporada alta, aunque también abren oportunidades para fomentar el turismo en meses de menor demanda.

15



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (FRONTUR)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (FRONTUR)

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%).

Perfil del viajero

Se trata de un turista informado, que valora la calidad, la autenticidad y la personalización de las experiencias. La estancia promedio se mantiene en torno a las 7 noches, con un gasto diario superior a la media internacional, situándose en aproximadamente 334 euros. Este viajero se interesa particularmente por explorar destinos menos masificados, alejándose del turismo convencional, lo que ha generado una mayor distribución territorial del gasto en comunidades autónomas como Cantabria, Asturias o Galicia.

Productos turísticos demandados

En cuanto a los productos turísticos más demandados, destacan el turismo cultural, así como las experiencias gastronómicas. También gana terreno el turismo de naturaleza y bienestar, con un creciente interés por las rutas naturales, el turismo rural y el descanso activo.

Madrid y Barcelona siguen siendo destinos clave, especialmente para los viajeros interesados en compras y vida urbana. Además, se refuerza la presencia del segmento LGTBI+, con propuestas inclusivas y específicas para este público.

Conclusiones y tendencias

El mercado turístico mexicano hacia España muestra un crecimiento sostenido y una clara evolución hacia un modelo más digital. Con proyecciones que superan el millón de visitantes anuales y un gasto cercano a los 3.000 millones de euros, este mercado destaca por su sofisticación y diversidad. La mayoría de los viajeros organiza sus viajes a través de plataformas digitales, aunque persiste un uso significativo de agencias físicas o mixtas. Este dinamismo se ve reforzado por el profundo vínculo histórico y cultural entre México y España.

DESTINOS COMPETIDORES Y POSICIONAMIENTO

Análisis de la competencia

Estados Unidos continúa liderando el ranking en número de visitantes mexicanos debido principalmente a su proximidad geográfica, mientras que España ha experimentado un crecimiento sostenido en los últimos años.

En 2024, España recibió a más de 1,08 millones de turistas mexicanos, quienes generaron un gasto total de 2.940 millones de euros, lo que sitúa a México como uno de los mercados emisores más importantes para España. Este notable incremento se explica por diversos factores, entre ellos la afinidad cultural y lingüística, la diversidad y calidad de la oferta turística española, así como una conectividad aérea robusta.

Es importante destacar que, a pesar de la preferencia natural por Estados Unidos debido a su cercanía y la existencia de vínculos económicos que facilitan los desplazamientos, el contexto actual internacional abre oportunidades para España. Factores como las políticas migratorias más restrictivas han impulsado a un número creciente de mexicanos a considerar España como una alternativa atractiva y accesible.

17

Posicionamiento e imagen de España

España es un destino aspiracional con una imagen de marca muy reconocida y valorada. Los turistas mexicanos viajan a España atraídos por nuestra gastronomía, cultura, por la diversidad y la relación entre vanguardia y tradición, la oferta turística diversa y de calidad, la seguridad pública, las compras, el urbanismo de las ciudades, etc. Además de las relaciones familiares y comerciales. Madrid es la puerta de entrada del turista mexicano a España y en muchas ocasiones, a Europa.

Estudios realizados por el Instituto de Estudios Turísticos (IET) y por la consultora Euromonitor muestran que la percepción de España como un destino con “excelente relación calidad-precio” y “variedad de experiencias” la diferencian positivamente frente a competidores europeos.

- 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

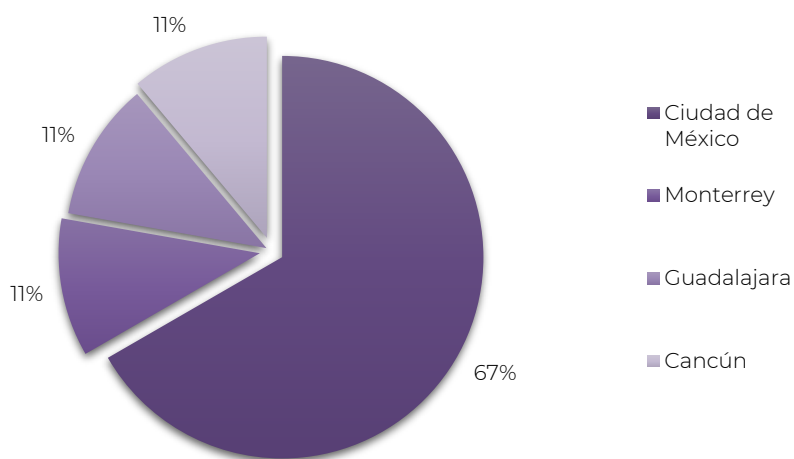
La conectividad aérea es excelente: en la semana del 23 al 29 de junio fueron programados 73 vuelos directos desde México a España. Iberia viaja tres veces al día desde Ciudad de México a Madrid, Aeroméxico viaja 2/3 veces al día, Emirates lo hace diario una vez a Barcelona, Aeroméxico vuela diariamente desde Guadalajara y Monterrey. Desde Cancún vuelan compañías de bajo coste como Air Europa (5 veces a la semana), Iberojet (4 semanales) y World2fly (4 semanales). Se ha anunciado un nuevo vuelo de Iberojet (grupo Barceló) desde Querétaro dos veces a la semana a partir de octubre. Serán, pues, cinco aeropuertos mexicanos a dos destinos españoles: Madrid y Barcelona.

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	19	Aeroméxico
Ciudad de México	Barcelona	7	Emirates
Guadalajara	Madrid	7	Aeroméxico
Monterrey	Madrid	6	Aeroméxico
Cancún	Madrid	5	Air Europa
Cancún	Madrid	4	Iberojet
Cancún	Madrid	4	World2fly

Fuente: Elaboración propia. Semana del 23 al 29 de junio de 2025.

Principales aeropuertos de origen



Fuente: Agencia Federal de Aviación Civil (AFAC), dependiente de la Secretaría de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes (SICT) del Gobierno de México.

Tramitación de documentos de viaje

Para los turistas mexicanos, España no requiere visado para estancias de hasta 90 días gracias al acuerdo Schengen, lo que facilita el acceso y reduce trámites. En cambio, Estados Unidos sí exige visa de turista, un proceso más complejo que incluye entrevista, pago de tasas y tiempos de espera que pueden variar entre semanas y meses. Esto hace que España sea más accesible y competitivo frente a Estados Unidos y otros destinos que requieren visado, mejorando la experiencia del viajero y favoreciendo la elección de España como destino turístico.

PERSPECTIVAS A MEDIO PLAZO

Características clave del mercado

19

El turismo mexicano hacia España ha mostrado un crecimiento espectacular en los últimos años, consolidándose como el mercado emisor de larga distancia más importante. El pasado año, 2024, más de 1,08 millones de turistas mexicanos visitaron España, un 9,7% más que el año anterior, y su gasto total superó los 2.940 millones de euros, reflejando un perfil de viajero con alto poder adquisitivo y estancias prolongadas. A medio plazo, se espera que el turista mexicano evolucione hacia un perfil más digital, priorizando experiencias culturales y gastronómicas. La digitalización jugará un papel clave en sus decisiones de viaje, con un uso creciente de plataformas online para buscar información y reservar servicios. Importante mencionar también, la excelente conectividad aérea —más de setenta vuelos semanales conectan México con ciudades como Madrid y Barcelona, que favorecen al desarrollo de la actividad turística. Debemos esperar una suavización en el número de turistas en 2025 tras los fuertes crecimientos desde 2022.

En 2024, el mercado emisor mexicano experimentó una notable recuperación en los viajes internacionales por vía aérea, impulsada por una combinación de factores económicos y sociales. A pesar de la depreciación del peso mexicano frente al dólar, que cerró el año en 20.88 unidades por dólar, acumulando una caída del 22.96% —la mayor en 16 años—, el turismo internacional mostró resiliencia

La apreciación del peso en la primera mitad del año, alcanzando niveles de 16.59 por dólar en marzo, incentivó los viajes al extranjero. Aunque la moneda se debilitó en la segunda mitad del año, la demanda de viajes internacionales se mantuvo sólida, especialmente hacia destinos culturalmente afines como España.

Este comportamiento sugiere que, a pesar de las fluctuaciones económicas, el interés de los mexicanos por viajar al extranjero, y en particular a España, continúa siendo fuerte. Mientras se mantengan las condiciones

macroeconómicas actuales —tipo de cambio estable, crecimiento del poder adquisitivo de las clases medias y conectividad aérea favorable—, las previsiones apuntan a una continuidad en el dinamismo del mercado emisor mexicano, con margen para un crecimiento sostenido de las llegadas turísticas a nuestro país.

Previsiones a medio plazo

Expertos aseguran que el volumen de negocio turístico hacia España desde México puede verse positivamente influido por una serie de factores internacionales, particularmente por el contexto político y económico de Estados Unidos y el fortalecimiento de las relaciones bilaterales entre México y España. En un escenario donde las políticas migratorias y de seguridad de EE. UU. se vuelven más restrictivas para los turistas latinoamericanos, España puede convertirse en una alternativa culturalmente cercana, segura y hospitalaria. A ello se suma que México ha sido designado como país socio para FITUR 2026, lo que ha reforzará los lazos de cooperación turística y comercial entre ambas naciones, incrementando la visibilidad del destino España en el mercado mexicano y promoviendo acuerdos institucionales y empresariales clave.

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

Los ciudadanos mexicanos no requieren visado para entrar a España como turistas por un periodo de hasta 90 días, lo que representa una ventaja competitiva significativa frente a otros destinos que sí exigen este trámite. A diferencia de destinos como Estados Unidos o Canadá, donde los mexicanos deben realizar trámites migratorios más complejos y en ocasiones costosos, España se presenta como una opción más accesible y ágil.

La introducción del sistema ETIAS (previsto para su implementación en 2025) no debería ser una barrera considerable, ya que se trata de un permiso electrónico similar a ESTA estadounidense, con un costo bajo y aprobación rápida. Esta accesibilidad, combinada con la creciente conectividad aérea y el estatus de México como país socio en FITUR 2026, refuerza las condiciones para que España siga captando un número creciente de viajeros mexicanos. Todo ello permite prever un entorno favorable para el aumento del turismo mexicano hacia España en los próximos años, siempre que la cotización del peso en relación con el euro se mantenga en términos aceptables.

85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA

