

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



2.

MÉXICO 2026
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 constituye uno de los principales mercados de largo radio para España y ocupa una posición destacada tanto por volumen de visitantes como por contribución económica, siendo el mercado más relevante entre los países emisores no europeos, con la excepción de Estados Unidos. México cuenta con una población viajera de creciente capacidad adquisitiva: los segmentos socioeconómicos de mayor poder de compra (A/B y C+) representan aproximadamente el 21% de la población, lo que equivale a más de 26,5 millones de potenciales viajeros internacionales.

El interés de los turistas mexicanos por Europa continúa creciendo y, dentro de este contexto, España se consolida como el destino preferente gracias a sus estrechos vínculos históricos, culturales y lingüísticos.

4

Las principales motivaciones de viaje se relacionan con el atractivo cultural, patrimonial y gastronómico del destino, así como con la amplia oferta de ocio, compras y entretenimiento disponible en las principales ciudades españolas. Aunque la demanda se concentra tradicionalmente durante los meses estivales, se observa una progresiva desestacionalización, con un aumento de los desplazamientos durante las vacaciones de primavera y el periodo navideño.

En materia de conectividad aérea, el mercado mexicano dispone de una amplia oferta de vuelos directos hacia España. Las conexiones se realizan principalmente desde los aeropuertos de Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara y Cancún, con destino a los principales hubs españoles, especialmente Madrid y Barcelona, lo que facilita la accesibilidad y fortalece los flujos turísticos entre ambos países.

En cifras, durante 2025 España recibió cerca de 1,02 millones de viajeros procedentes de México, uno de los mercados de larga distancia con mayor crecimiento y gasto medio por visitante. El gasto estimado de los viajeros mexicanos superó los 2.980 millones de euros, impulsado por una estancia media elevada y un gasto por turista

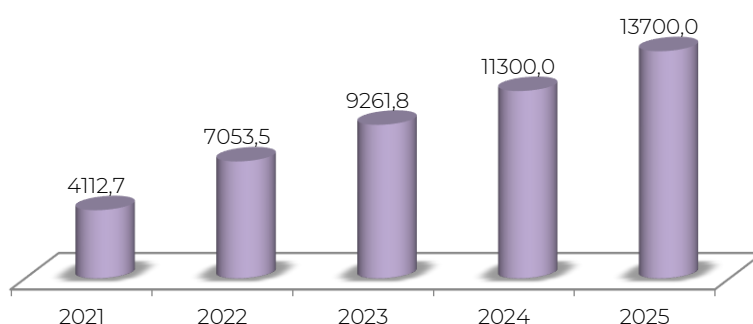
Volumen del mercado por gasto

Durante el periodo 2021-2025, el gasto de los mexicanos en viajes al exterior mostró una recuperación sostenida tras la fuerte contracción provocada por la pandemia de la COVID-19.

A partir de 2021 comenzó una etapa de recuperación acelerada, alcanzando 4,112.7 millones de dólares, para posteriormente ascender a 7,053.5 millones en 2022 y 9,261.8 millones en 2023.

La tendencia positiva continuó en 2024, cuando el gasto de los viajeros mexicanos en el extranjero llegó a 11,300 millones de dólares, superando ampliamente los niveles observados antes de la pandemia. En 2025, el crecimiento se mantuvo y el gasto alcanzó aproximadamente 13,700 millones de dólares, lo que representó un incremento de 20.6 % respecto al año anterior y el valor más alto de toda la serie analizada.

Gasto Total (Millones de euros)

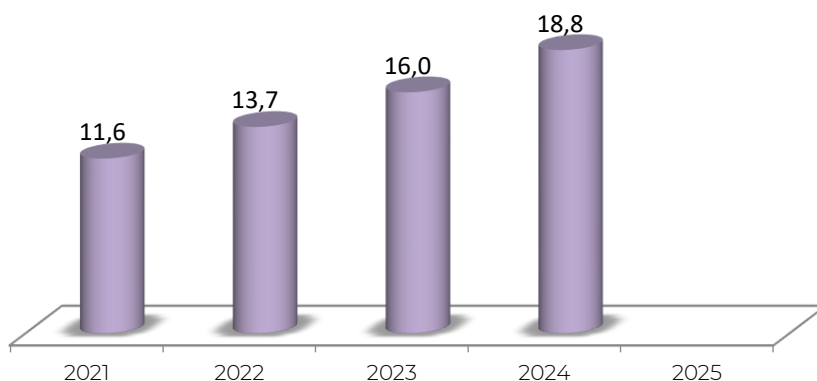


Fuente: Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET)

Volumen del mercado por número de viajes

Entre 2021 y 2024, el número de viajes al exterior realizados por mexicanos mostró un crecimiento sostenido, pasando de 11.6 millones a 18.8 millones de viajes.

Millones de Viajes



Fuente: Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET)

La tendencia observada evidencia el fortalecimiento del turismo emisor mexicano y una mayor integración de México en los flujos globales de movilidad.

Para 2025, no se dispone aún de una cifra oficial comparable al indicador de viajes totales al exterior utilizado en esta serie. Sin embargo, el Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET) y el STARC Anáhuac Cancún reportaron que los viajes de mexicanos al extranjero por vía aérea alcanzaron aproximadamente 8.05 millones de pasajeros durante el año. Este dato no es directamente comparable con los valores de la gráfica, ya que considera únicamente los desplazamientos por vía aérea y excluye los viajes terrestres y fronterizos que forman parte del total de viajes al exterior. No obstante, confirma que la demanda de viajes internacionales por parte de los mexicanos continuó creciendo durante 2025.

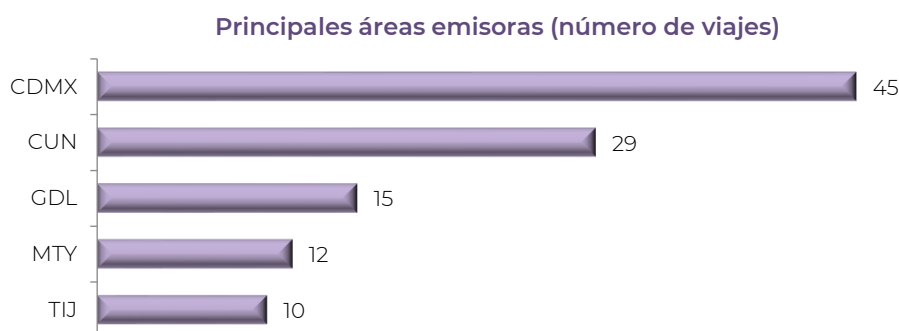
Principales áreas emisoras

De acuerdo con la Agencia Federal de Aviación Civil (AFAC), en 2025 el sistema aeroportuario mexicano alcanzó aproximadamente 191.2 millones de pasajeros.

6

Dentro de los principales aeropuertos del país, el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM) se mantuvo como el más importante con 44.6 millones de pasajeros, seguido por Cancún con 29.3 millones, lo que confirma su papel como principal destino turístico internacional. En tercer lugar, se ubicó Guadalajara con alrededor de 15.3 millones de pasajeros, mientras que Monterrey y Tijuana registraron aproximadamente 11.5 y 10.3 millones respectivamente.

Estos resultados reflejan una concentración del tráfico aéreo en los cinco principales aeropuertos del país, que continúan siendo los nodos clave del sistema de transporte aéreo mexicano.



Fuente: Agencia Federal de Aviación Civil (AFAC), 2025.

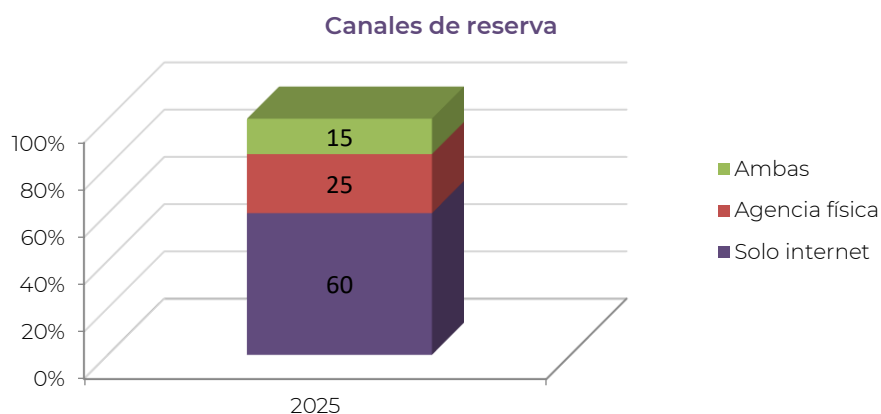
Organización del viaje y reservas

El turista mexicano muestra una clara consolidación de la planificación y reserva de viajes a través de canales digitales, impulsada por la digitalización del sector turístico.

Según la Secretaría de Turismo de México (SECTUR, 2025), la industria ha reforzado la comercialización de productos turísticos en plataformas online y agencias digitales, integrando cada vez más la oferta en entornos digitales. Un ejemplo reciente es la incorporación del Tren Maya a plataformas de reserva en línea desde abril de 2025, lo que evidencia la transformación del modelo de distribución turística hacia canales digitales.

En línea con ello, estudios del *Changing Traveller Report* de SiteMinder (2025) señalan que alrededor del 60% de los viajeros mexicanos prioriza la reserva online, confirmando una tendencia creciente hacia la autonomía, la inmediatez y la comparación de precios, aunque los canales tradicionales aún mantienen presencia en determinados segmentos del mercado.

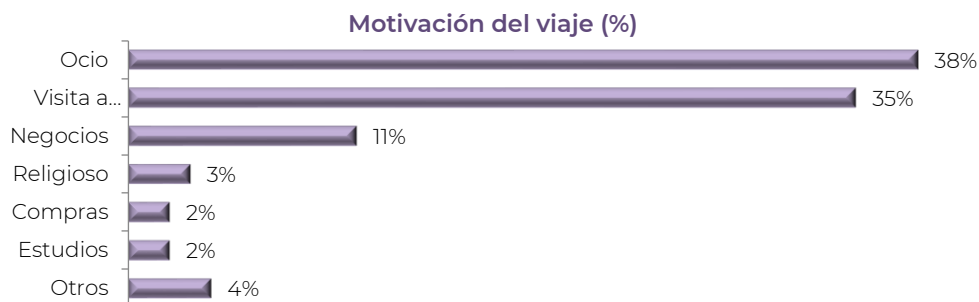
7



Fuente: Changing Traveller Report de SiteMinder (2025)

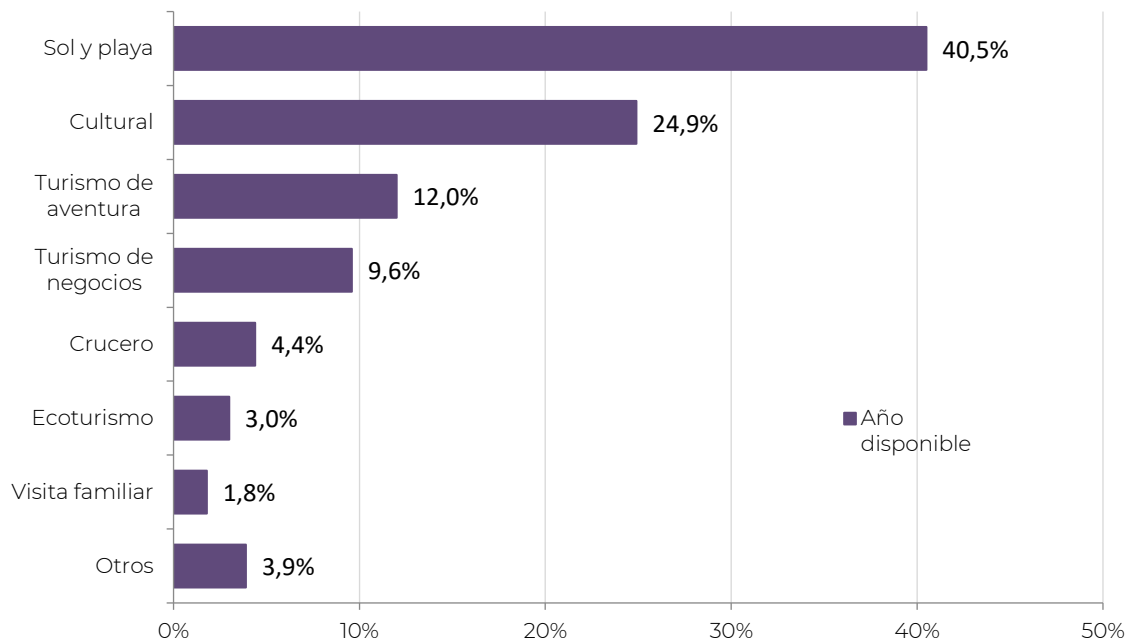
Comportamiento viajero

Motivación y estacionalidad del viajero



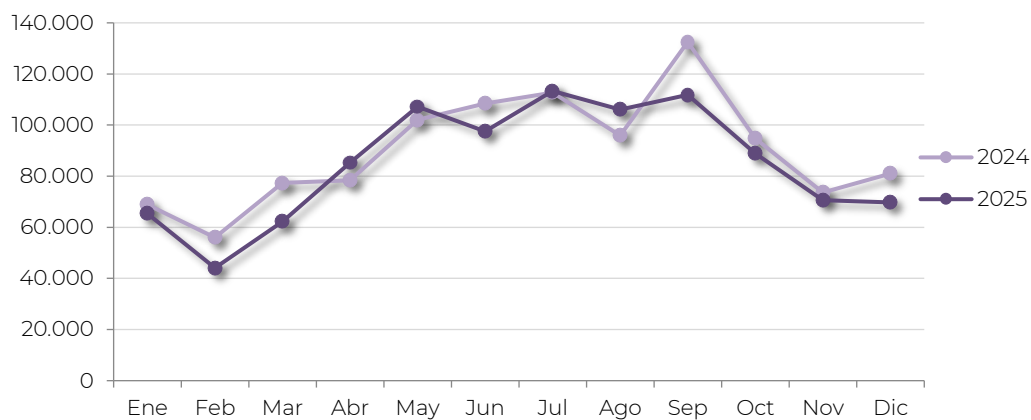
Fuente: DATATUR (Secretaria de Turismo, SECTUR)

Tipo de vacaciones (%)



Fuente: DATATUR (Secretaría de Turismo, SECTUR)

Estacionalidad (número de viajes)



Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos de FRONTUR (INE)

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.

9

Perfil del viajero

El perfil sociodemográfico del viajero mexicano al extranjero muestra una participación predominante de adultos en edad laboral, especialmente entre los 25 y 44 años, quienes concentran una parte importante de los viajes internacionales de residentes en México. Esta tendencia se respalda en la *Encuesta de Viajeros Internacionales (EVI)* del INEGI, la cual documenta la estructura por edad y características de los residentes que viajan al exterior.

Respecto a la composición de los grupos de viaje, la evidencia de estudios de comportamiento turístico muestra que los viajes en compañía predominan sobre los viajes individuales, siendo las parejas y los núcleos familiares las formas más habituales de desplazamiento, mientras que los viajes en solitario representan una proporción menor, aunque con tendencia creciente en los últimos años.

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.



Conclusiones y tendencias

El mercado turístico emisor mexicano se consolida como un segmento estratégico impulsado por la expansión de la clase media viajera, el aumento del interés por experiencias internacionales y una mayor disposición al gasto turístico, especialmente entre adultos jóvenes y familias. Esta combinación refuerza el papel de los viajeros mexicanos como un grupo relevante dentro del turismo global, tanto por el volumen de desplazamientos como por su impacto económico en los destinos receptores.

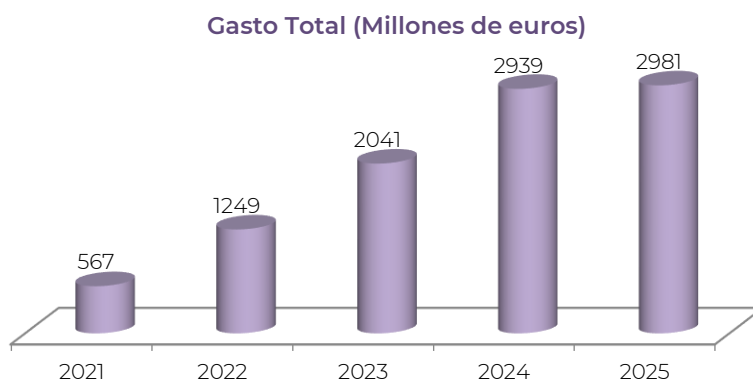
México continúa siendo un mercado emisor clave para destinos consolidados como España. La afinidad cultural, el idioma compartido, la riqueza patrimonial y gastronómica, así como la amplia conectividad aérea directa entre ambos países, consolidan a España como uno de los destinos preferidos por el viajero mexicano en Europa. Esta relación se ha fortalecido en los últimos años gracias al posicionamiento de España como un destino altamente competitivo en experiencias culturales, urbanas y de ocio.

10

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: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos de EGATUR (INE)

El gráfico muestra una evolución muy positiva y sostenida del gasto total realizado por los turistas mexicanos en España entre 2021 y 2025, medido en millones de euros.

En 2021, el gasto fue de 567 millones de euros, una cifra relativamente baja que puede asociarse a las restricciones y efectos posteriores de la pandemia. A partir de 2022 se observa un fuerte crecimiento, alcanzando los 1.249 millones de euros, más del doble que el año anterior. Esta tendencia ascendente continúa en 2023, cuando el gasto llega a 2.041 millones de euros, reflejando una recuperación consolidada del turismo mexicano hacia España.

El incremento más significativo se produce entre 2023 y 2024, pasando de 2.041 a 2.939 millones de euros, lo que supone un aumento de casi 900 millones de euros. Finalmente, en 2025 el gasto alcanza los 2.981 millones de euros, mostrando una ligera desaceleración en el crecimiento, aunque manteniendo el nivel más alto de toda la serie.

En conjunto, el gasto de los turistas mexicanos en España se multiplicó por más de cinco entre 2021 y 2025, lo que evidencia un notable fortalecimiento de este mercado emisor y una creciente contribución de los visitantes mexicanos a la economía turística española.

11

Número de viajes a España

Número de viajes al España y variación en los últimos cinco años.



Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos de FRONTUR (INE)

El número de viajes de turistas mexicanos a España muestra una fuerte recuperación entre 2021 y 2024, pasando de 249,7 mil a 1,081 millones de viajes. Sin embargo, en 2025 se observa una ligera disminución hasta 1,022 millones de viajes, lo que indica una moderación en el crecimiento de la demanda turística mexicana hacia España, aunque manteniéndose en niveles históricamente elevados.

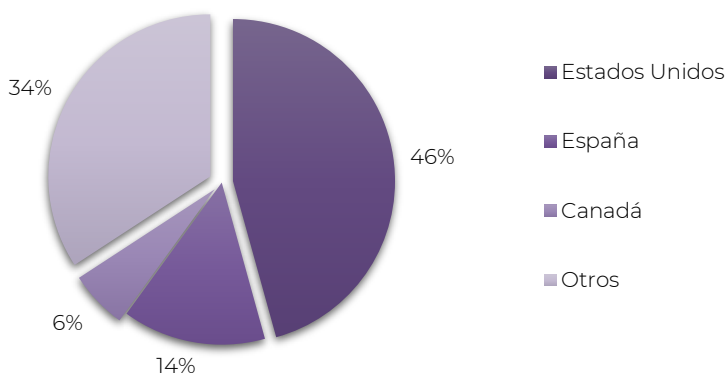
A pesar de la reducción del número de viajes en 2025, el gasto total de los turistas mexicanos continuó aumentando. Esto evidencia que el turista mexicano está generando un mayor impacto económico en España, ya que el gasto crece incluso cuando el volumen de visitantes disminuye ligeramente. En consecuencia, el mercado

mexicano no solo destaca por su recuperación, sino también por su creciente capacidad de gasto.

Cuota de España en el mercado turístico emisor

Durante 2025, un total de 17 millones de turistas mexicanos visitaron el extranjero, de acuerdo con las cifras de la Encuesta de Viajeros Internacionales (EVI) publicada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Estados Unidos se consolidó como el destino principal, seguido por España. Otros destinos relevantes incluyeron Canadá y diversos países de América Latina y Europa.

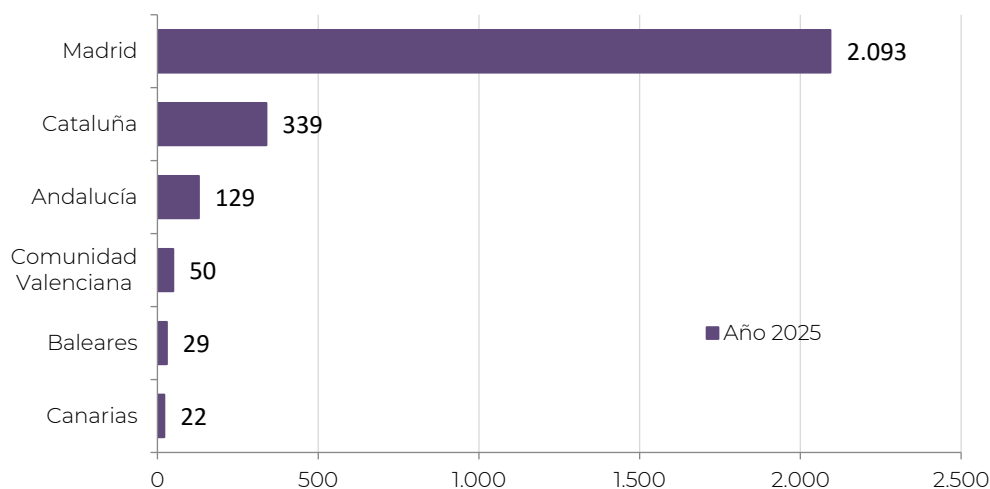
Principales destinos internacionales



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)

Principales destinos en España

Principales destinos por gasto (millones)



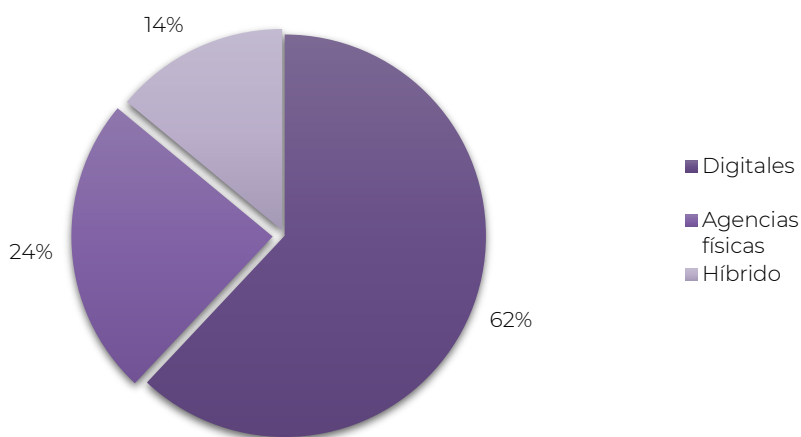
Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos de EGATUR (INE)

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.

Canales de reserva

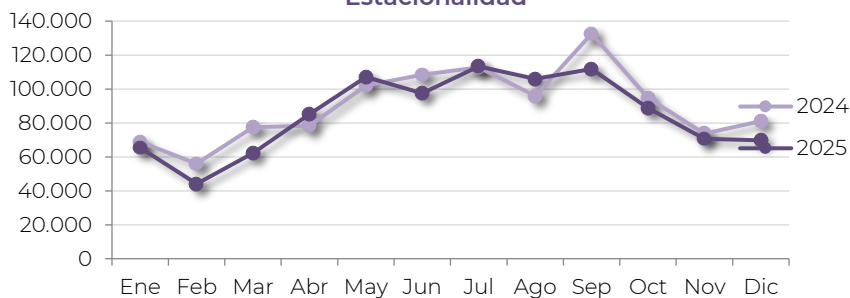


Fuente: Sitio especializado NITU.mx

Comportamiento viajero

Comportamiento viajero

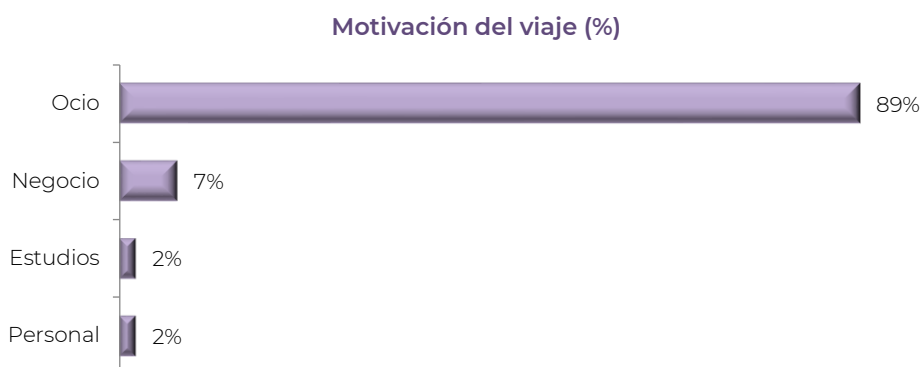
Estacionalidad



Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos de FRONTUR (INE)

La evolución mensual de los viajes de turistas mexicanos a España muestra que, aunque en 2025 se registró en conjunto un volumen inferior al de 2024, presenta una distribución estacional similar, siendo julio y septiembre los meses con más llegada de turistas en ambos años.

A pesar de esta ligera reducción en el número de viajes, el gasto total continuó aumentando, lo que sugiere un mayor gasto medio por visitante y refuerza la relevancia del mercado mexicano para el turismo español.



Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos de Egatur (INE)

Segmentación de la demanda

Según el estudio demoscópico de la demanda elaborado por Madison Market Research, entre los perfiles motivacionales de los turistas que desean visitar nuestro país prevalece el vacacional-cultural, el generalista y el descubridor.

Perfil del viajero

Se trata de un turista informado, que valora la calidad. 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

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+.

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

15

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 2025, España recibió a más de 1,02 millones de turistas mexicanos, quienes generaron un gasto total de 2.981 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.

Posicionamiento e imagen de España

España es un destino turístico aspiracional con una imagen de marca sólida, ampliamente reconocida y valorada por el mercado mexicano.

Los viajeros mexicanos eligen España atraídos por su riqueza gastronómica y cultural, y calidad de su oferta turística.



Madrid constituye la principal puerta de entrada de los turistas mexicanos a España y, en numerosos casos, también al resto de Europa, consolidándose como un hub estratégico para este mercado emisor.

Diversos estudios realizados por el Instituto de Estudios Turísticos (IET) y la consultora Euromonitor destacan que España es percibida como un destino con una excelente relación calidad-precio y una amplia variedad de experiencias, atributos que la diferencian favorablemente frente a otros destinos europeos.

Entre las principales fortalezas de España para el mercado mexicano destacan:

- Buena conectividad aérea entre ambos países.
- Idioma común, que facilita la comunicación y la experiencia de viaje.
- Fuertes lazos económicos, culturales, históricos y familiares.
- Amplia oferta turística caracterizada por su riqueza, diversidad y calidad, respaldada por una extensa red de alojamientos y servicios complementarios.

16

Conectividad aérea con España

La conectividad aérea entre México y España es muy sólida. En la semana del 15 al 21 de junio de 2025 se programaron 79 vuelos directos, con una oferta total de 26.496 plazas. La ruta Ciudad de México–Madrid concentra la mayor parte de la capacidad, con tres vuelos diarios de Iberia y hasta tres operaciones diarias de Aeroméxico. Además, Emirates conecta diariamente Ciudad de México y Barcelona, mientras que Aeroméxico opera vuelos regulares entre Ciudad de México y Barcelona.

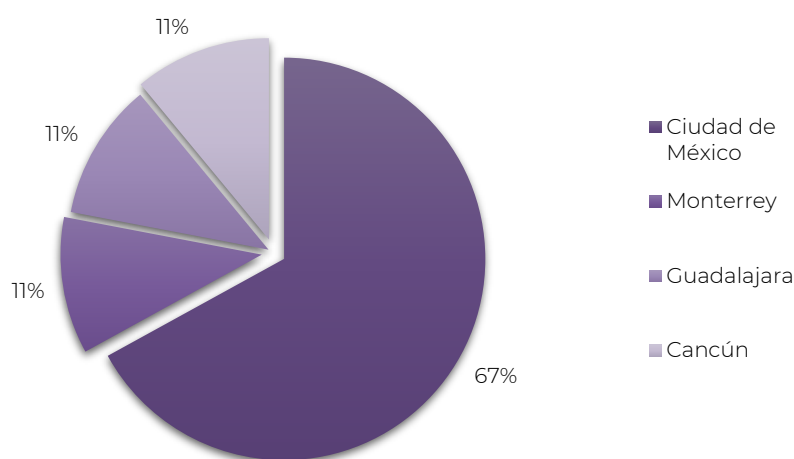
La red se complementa con vuelos directos desde Guadalajara y Monterrey a Madrid operados por Aeroméxico, así como servicios de Iberia desde Monterrey. También destaca la conexión entre Querétaro y Madrid operada por Iberojet, con dos frecuencias semanales. Desde Cancún, varias aerolíneas refuerzan la oferta hacia Madrid, entre ellas Air Europa (4 frecuencias semanales), Iberojet (3) y World2fly (4).

En total, son cinco aeropuertos mexicanos (Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Querétaro y Cancún) conectados de forma directa con dos destinos españoles: Madrid y Barcelona. Elaboración propia.

CONEXIONES AÉREAS EN VUELOS DIRECTOS A ESPAÑA

Aeropuerto de Origen	Aeropuerto Destino	Frecuencias Semanales	Compañía Aérea
Ciudad de México	Madrid	21	Iberia
Ciudad de México	Madrid	17	Aeroméxico
Ciudad de México	Barcelona	7	Emirates
Ciudad de México	Barcelona	6	Aeroméxico
Guadalajara	Madrid	6	Aeroméxico
Monterrey	Madrid	6	Aeroméxico
Monterrey	Madrid	3	Iberia
Querétaro	Madrid	2	Iberojet
Cancún	Madrid	11	Air Europa, Iberojet, World2fly

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

El turismo mexicano continúa consolidándose como uno de los mercados emisores de larga distancia más relevantes para España. En 2025, cerca de 1,02 millones de viajeros mexicanos visitaron nuestro país, generando un gasto estimado superior a los 2.980 millones de euros. Este elevado impacto económico responde a un perfil de viajero con una estancia media prolongada y un gasto por turista superior a la media.

A medio plazo, se espera que el mercado mantenga su fortaleza, impulsado por la creciente digitalización de los procesos de planificación y reserva, el interés por las experiencias culturales y gastronómicas, y una sólida conectividad aérea entre ambos países.

Previsiones a medio plazo

18

Diversos factores internacionales podrían favorecer la evolución del turismo mexicano hacia España, entre ellos el contexto político y económico de Estados Unidos y el fortalecimiento de las relaciones entre México y España. En particular, un endurecimiento de las políticas migratorias o de acceso en Estados Unidos podría impulsar el interés por destinos alternativos, situando a España como una opción especialmente atractiva por su cercanía cultural, su oferta turística y su percepción de seguridad.

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

Los ciudadanos mexicanos continúan disfrutando de un acceso sencillo a España para estancias turísticas de hasta 90 días, una ventaja competitiva frente a otros destinos que exigen procedimientos migratorios más complejos. Asimismo, la entrada en vigor del sistema ETIAS se ha desarrollado sin incidencias relevantes para los viajeros, al tratarse de una autorización electrónica rápida y de fácil tramitación que agiliza los procesos de entrada al espacio europeo.

Esta accesibilidad, junto con la sólida conectividad aérea entre ambos países y los estrechos vínculos culturales existentes, seguirá favoreciendo la demanda turística mexicana hacia España. Aunque se prevé una cierta estabilización en el número de viajeros tras los fuertes crecimientos de los últimos años, las perspectivas siguen siendo positivas, especialmente por el elevado gasto medio de este mercado y su creciente contribución al impacto económico del turismo español.

85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA

