



VERSIÓN ACTUALIZADA

DOCUMENTO | 02

MÉXICO Y ESPAÑA: UNA RELACIÓN TURÍSTICA  
DESEQUILIBRADA... PERO CON GRANDES OPORTUNIDADES

LA EVOLUCIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO ESPAÑOL PARA MÉXICO 2012-2019

FRANCISCO MADRID

**CICOTUR**  
Centro de Investigación y  
Competitividad Turística Anáhuac

DEL DATO AL RELATO EN TURISMO

2020

El presente material es el primer documento de la serie *Segmentos de mercado* del Cicotur. Evidentemente la temática es de la mayor amplitud y, por ello, en esta y las subsecuentes entregas, habremos de privilegiar la atención en aquellos mercados, segmentos y nichos que revistan mayor importancia para el turismo mexicano.

La profunda y cambiante naturaleza del mercado turístico obliga a todos aquellos interesados en sacar provecho de las oportunidades que se presentan a mantenerse atentos a la evolución en el comportamiento de la demanda; lo que a su vez requiere de información oportuna, confiable y pertinente, razones que respaldan el trabajo que realizaremos en los próximos meses.

En el cercanía del radar del Cicotur se encuentran, entre otras temáticas de interés en la materia objeto de esta serie, las siguientes:

- *Turismo fronterizo*
- *Mercados emisores*
- *Mercados emergentes*
- *Turismo de lujo*
- *Turismo gastronómico*
- *Turismo de compras*

No sobra reiterar, finalmente, que estamos abiertos a la definición de otros proyectos a realizar ya sea en alianza con socios estratégicos o para atender necesidades específicas de información de la industria.

Dr. Francisco Madrid Flores  
Director

# CONTENIDO

1. Introducción

---

2. Los viajes de los españoles al extranjero

---

3. La situación del mercado español para México en 2019

---

4. Conectividad aérea

---

5. Viajes de los residentes en México a España

---

6. Inversión española en México

---

7. Las señales del desequilibrio

---

8. Oportunidades y recomendaciones

---



01.

# INTRODUCCIÓN

# INTRODUCCIÓN

---

- Por razones históricas y culturales existe un gran vínculo entre España y México que se manifiesta, entre otros rasgos, en una estrecha relación en materia turística.
- Por lo tanto, y a primera vista, podría pensarse que el mercado turístico español sería el más importante mercado europeo para México y que las principales motivaciones de viaje se ubicarían en el terreno de la cultura.
- La realidad, como se presenta en este reporte, tiende a ser diferente. El mercado español es el segundo mercado europeo en importancia, atrás del mercado británico; de igual forma, presumiblemente la principal razón del viaje –en virtud del aeropuerto de entrada elegido– tiene que ver con el sol y la playa.
- Luego de la profunda crisis en la economía española en los años 10 del siglo XXI, en la medida en la que la situación se ha estabilizado para dar paso a la recuperación, la demanda de viajes al exterior crece a un ritmo formidable –al menos hasta 2018– lo que hace que España, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo –OMT–, sea ya el décimo primer mercado emisor en el orbe –considerando como tales al gasto del conjunto de los viajeros de un país–, con una derrama estimada en cerca de 20 mil millones de dólares.

- En este contexto, en el presente documento se examina la evolución del mercado turístico español hacia México en los años recientes, reconociendo que en la relación turística entre ambos países, hasta hoy, España se ha quedado con la mayor parte... aunque se identifican grandes oportunidades para México.
- Vale la pena señalar que con frecuencia se confunde el concepto de nacionalidad con el de residencia, lo que resulta en una sobre-estimación del mercado español que ingresa a México, pues en tanto se estima que en 2019 ingresaron alrededor de 394,000 españoles al país, los residentes en España que viajaron a México –que de acuerdo con los lineamientos internacionales acordados en el marco estadístico del turismo, son los que deben contabilizarse como turistas– serían 296,066. En este mismo orden de ideas se anota que hay 140,199 españoles viviendo en México.



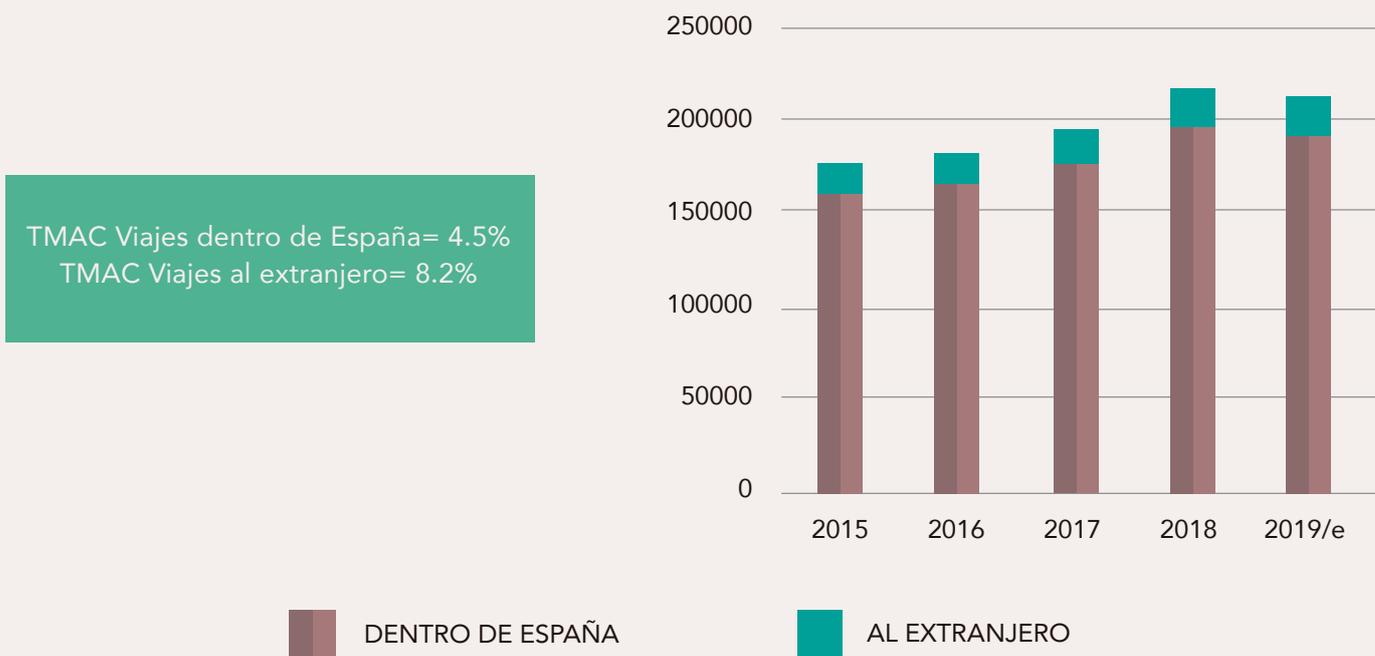


02.

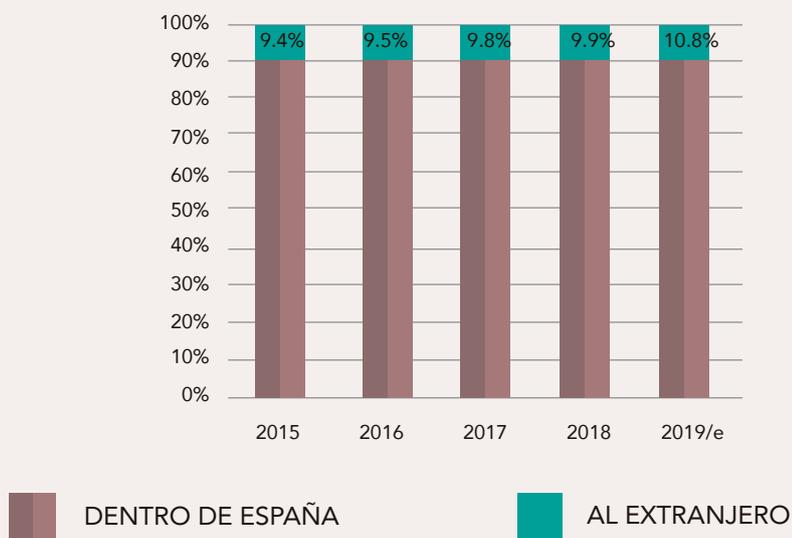
# LOS VIAJES DE LOS ESPAÑOLES AL EXTRANJERO

Luego de los malos años de la crisis de principio de la década de los años diez del siglo XXI, el mercado turístico español entró en una fase de aceleración en los tiempos recientes, tanto en los viajes al exterior, como en los que tuvieron como destinos puntos dentro del país ibérico, aunque en este caso se observa una contracción en 2019

## VIAJES DE LOS RESIDENTES EN ESPAÑA 2015-2019 (MILES)



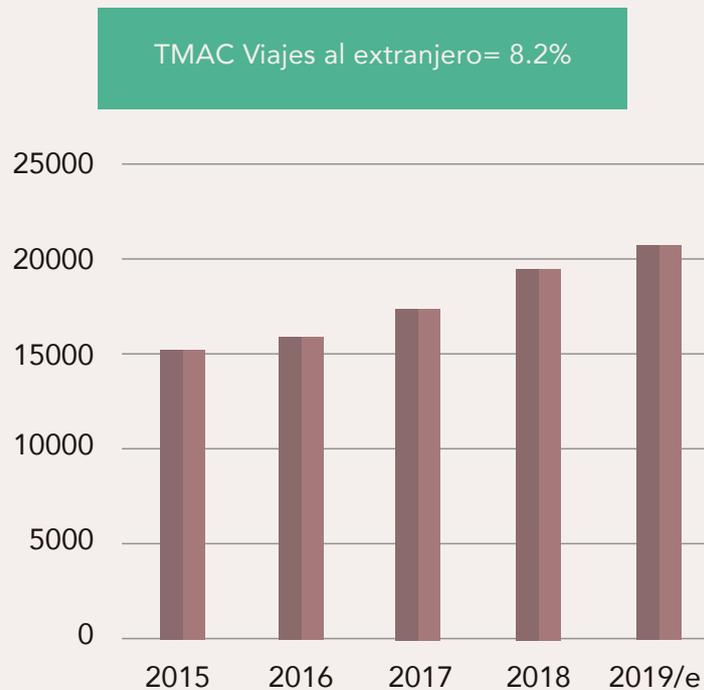
## PARTICIPACIÓN DE VIAJES DE RESIDENTES EN ESPAÑA DENTRO DE ESPAÑA Y AL EXTRANJERO SOBRE EL TOTAL 2015-2019



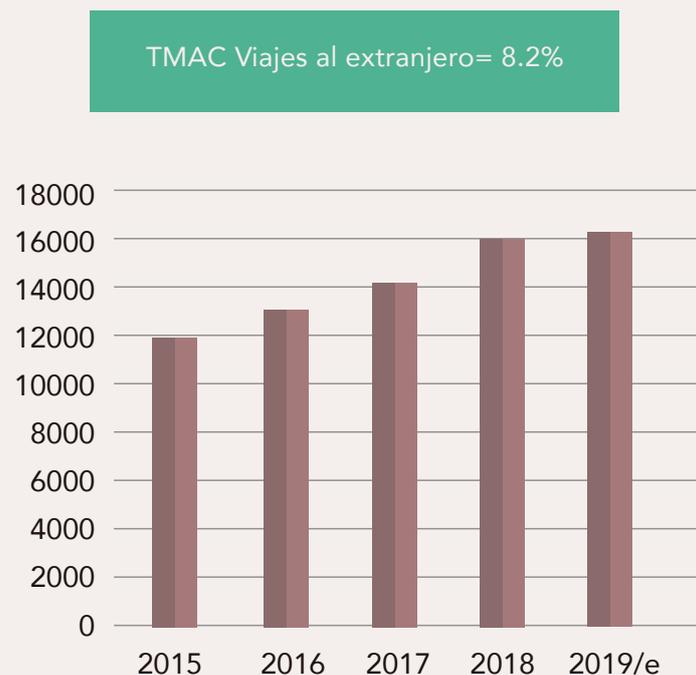
/e Estimación Cicotur a partir de los datos del Instituto Nacional de Estadística (España)

El crecimiento en los viajes al exterior se observa tanto en el rubro de llegadas, como en el del gasto

### VIAJES AL EXTRANJERO DE LOS RESIDENTES EN ESPAÑA 2015-2019<sup>1</sup> (MILES)



### GASTO TOTAL EN VIAJES AL EXTRANJERO DE LOS RESIDENTES EN ESPAÑA 2015-2019<sup>1</sup> (MILLONES DE EUROS)



/e Estimación Cicotur a partir de los datos del Instituto Nacional de Estadística (España)

LUEGO DE LA CRISIS, EL PESO ESPECÍFICO EL GASTO DE LOS VIAJES DE LOS ESPAÑOLES AL EXTRANJERO SE HA ACRECENTADO, PARA CONVERTIRSE EN EL 11º MERCADO EMISOR MÁS IMPORTANTE DEL MUNDO

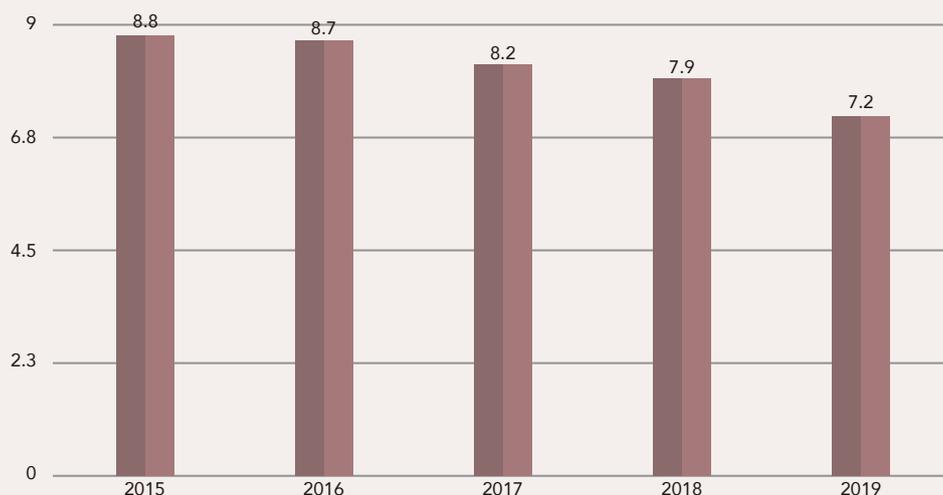
	2010	GASTO	2016	GASTO	2017	GASTO	2018	GASTO
1	Estados Unidos	86.6	China	250.1	China	257.9	China	277.3
2	Alemania	78.1	Estados Unidos	123.6	Estados Unidos	135.0	Estados Unidos	144.2
3	Reino Unido	62.8	Alemania	79.8	Alemania	89.1	Alemania	95.6
4	China	54.9	Reino Unido	73.2	Reino Unido	70.7	Reino Unido	75.8
5	Francia	38.5	Francia	40.4	Francia	42.8	Francia	47.9
6	Canadá	30.0	Australia	30.8	Australia	34.4	Australia	36.9
7	Japón	27.9	Canadá	28.9	Canadá	31.8	Rusia	34.3
8	Italia	27.1	Corea	27.2	Corea	31.7	Canadá	33.5
9	Rusia	26.7	Italia	25.0	Rusia	31.1	Corea	32.0
10	Australia	26.6	Hong Kong	24.1	Italia	27.7	Italia	30.1
11	Arabia Saudita	21.1	Rusia	24	Hong Kong	25.4	Hong Kong	26.4
12	Países Bajos	19.2	Singapur	24	Singapur	24.6	<b>España</b>	<b>26.0</b>
13	Bélgica	19.0	Países Bajos	19.9	<b>España</b>	<b>22.3</b>	Singapur	25.3
14	Corea	18.8	Bélgica	19.4	Países Bajos	21.5	Países Bajos	22.7
15	Singapur	18.7	<b>España</b>	<b>19.3</b>	Bélgica	20.7	Bélgica	22.6
16	Brasil	18.0	Japón	18.5	Suecia	19.0	India	21.3
17	Hong Kong	17.4	Emiratos Árabes Unidos	17.1	India	18.4	Japón	20.2
18	<b>España</b>	<b>17.0</b>	Arabia Saudita	16.7	Japón	18.4	Taiwán	19.4
19	Noruega	13.6	Taiwán	16.6	Taiwán	18.2	Suecia	18.1
20	Suecia	12.1	India	16.4	Brasil	18.0	Emiratos Árabes Unidos	18.0

Fuente: elaboración propia con datos de la OMT.

Las cifras de España no son coincidentes con las reportadas en la Encuesta de Gasto de Residentes del Instituto Nacional de Estadística

Aunque la estadía de los viajes al extranjero de los residentes en España sigue siendo relativamente alta, se observa un patrón de reducción en los años recientes

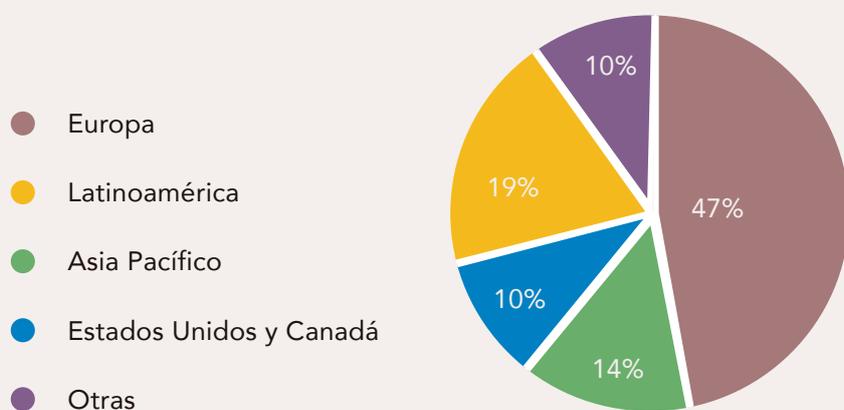
### ESTADÍA PROMEDIO DE LOS VIAJES AL EXTRANJERO DE LOS RESIDENTES EN ESPAÑA 2015-2019



/e Estimación Cicotur a partir de los datos del Instituto Nacional de Estadística (España)

Los viajes de larga distancia representan una parte significativa de los viajes de los residentes en España y la región latinoamericana es la más visitada.

### DESTINO DE LOS VIAJES AL EXTRANJERO DE LOS RESIDENTES EN ESPAÑA. 2016



Fuente: elaboración propia a partir de datos públicos de ForwardKeys.  
La información puede no ser consistente en virtud de que la fuente no distingue residencia de nacionalidad

A nighttime photograph of the Guggenheim Museum Bilbao, showing its ornate, illuminated facade with a prominent clock tower. The building is lit up against a dark blue sky, with the lights reflecting on the wet pavement in the foreground.

03.

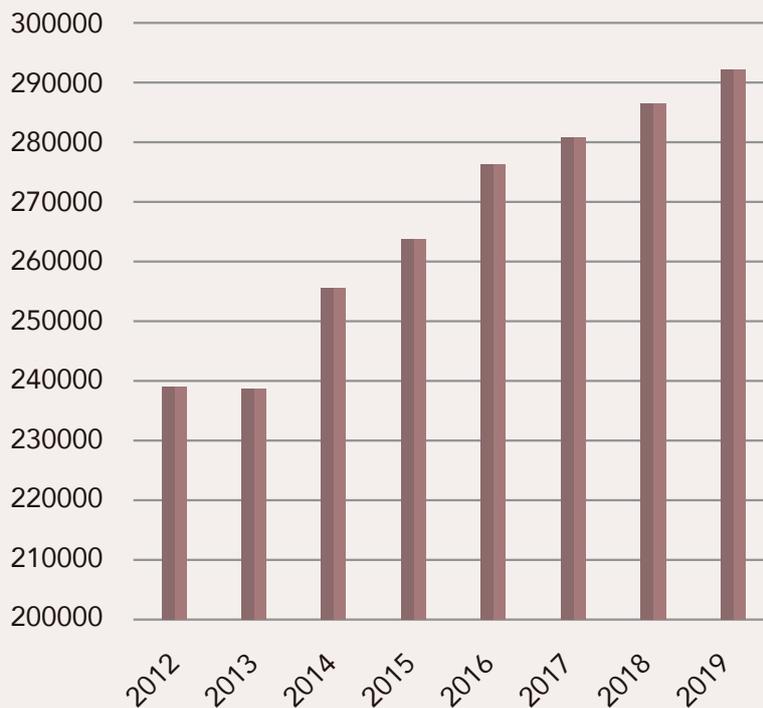
# LA SITUACIÓN DEL MERCADO ESPAÑOL PARA MÉXICO EN 2019

# LA SITUACIÓN DEL MERCADO ESPAÑOL PARA MÉXICO EN 2019

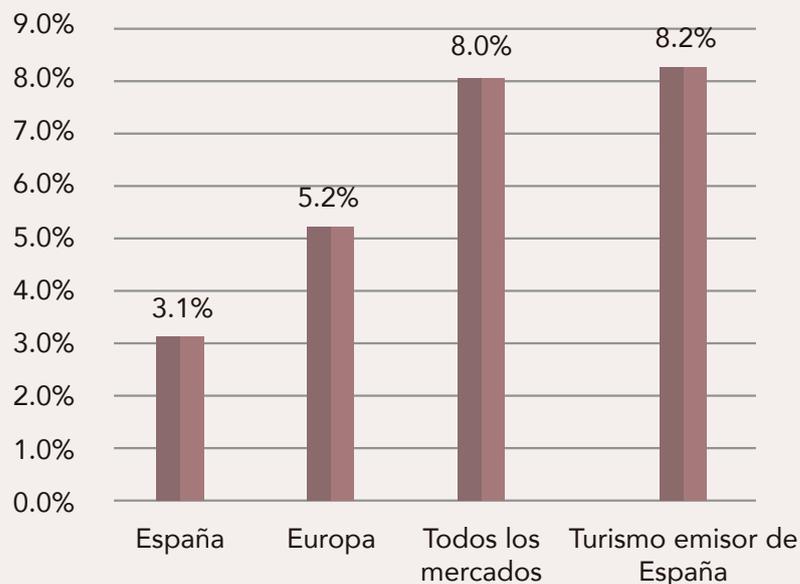
- SÉPTIMO MERCADO EN IMPORTANCIA
- SEGUNDO MERCADO EUROPEO
- 296,066 TURISTAS
- INCREMENTO DE 3.0% DEL FLUJO TURÍSTICO EN 2019<sup>1</sup>
- TASA MEDIA ANUAL DE CRECIMIENTO 2012-2019<sup>1</sup>: 3.1%
- GASTO TOTAL ESTIMADO<sup>1</sup>: 387.7 MILLONES DE DÓLARES
- MÉXICO RECIBE EL 1.4% DE LOS VIAJES DE LOS RESIDENTES DE ESPAÑA AL EXTERIOR

Si bien el flujo turístico de España a México ha mantenido un patrón positivo en los años recientes, con una tasa media anual del 3.1%, el ritmo de crecimiento es menor al de la media de los mercados emisores hacia el país.

## EVOLUCIÓN DE LOS TURISTAS RESIDENTES EN ESPAÑA QUE SE INTERNAN POR VÍA AÉREA A MÉXICO 2012-2019



## TASAS DE CRECIMIENTO COMPARADAS DEL TURISMO ESPAÑOL, EUROPEO E INTERNACIONAL A MÉXICO, ASÍ COMO DEL TURISMO EMISIVO ESPAÑOL 2012-2019

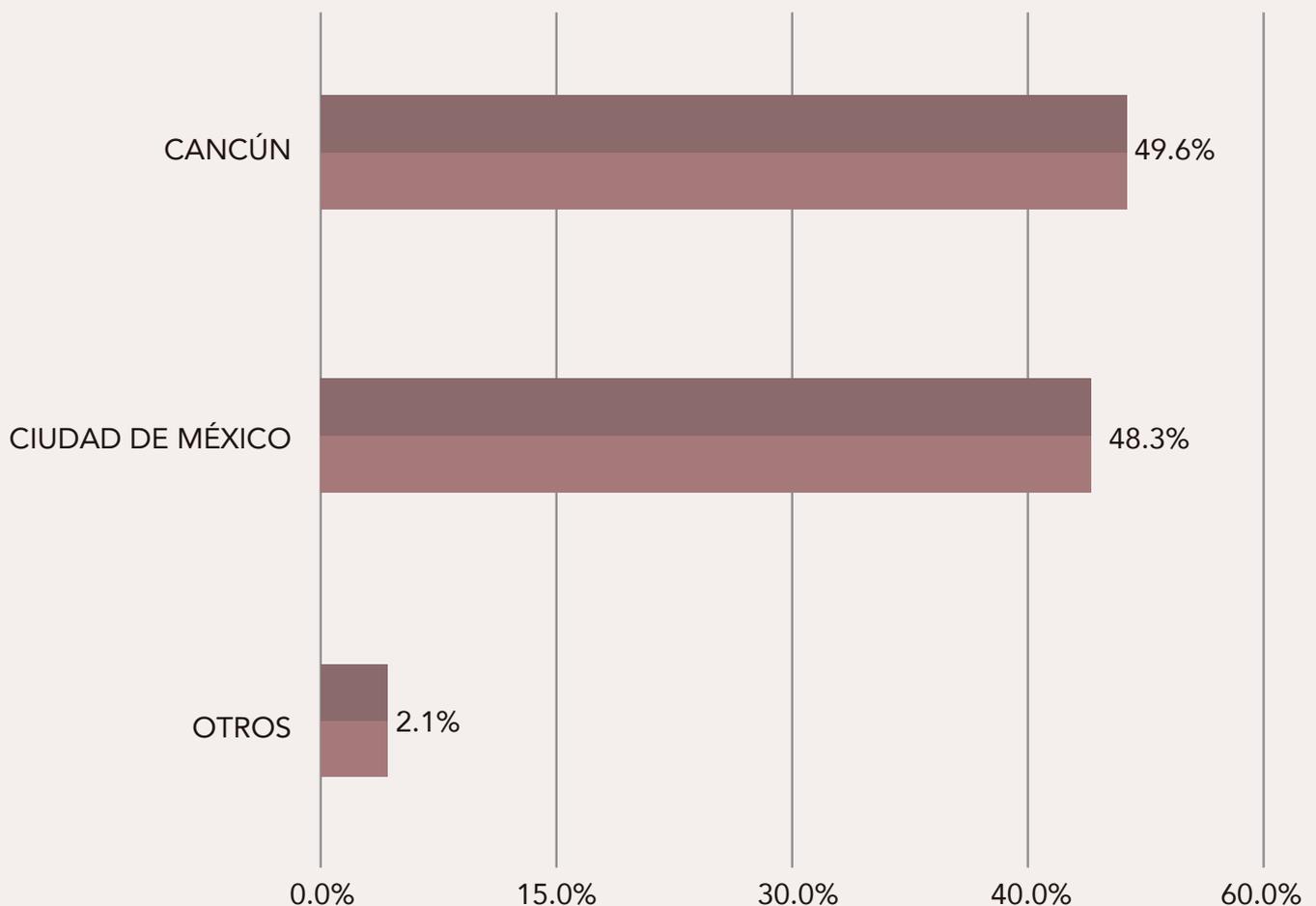


Todas las tasas corresponden al periodo 2012-2019, excepto las del mercado emisor español que es del 2016-2019. En todos los casos las cifras de cierre de 2019 son estimaciones de Cicotur

# PUNTOS DE INGRESO

La mayor parte de las llegadas de turistas residentes en España se concentran en Cancún y Ciudad de México

## DISTRIBUCIÓN DE LAS ENTRADAS DE TURISTAS RESIDENTES EN ESPAÑA. 2019

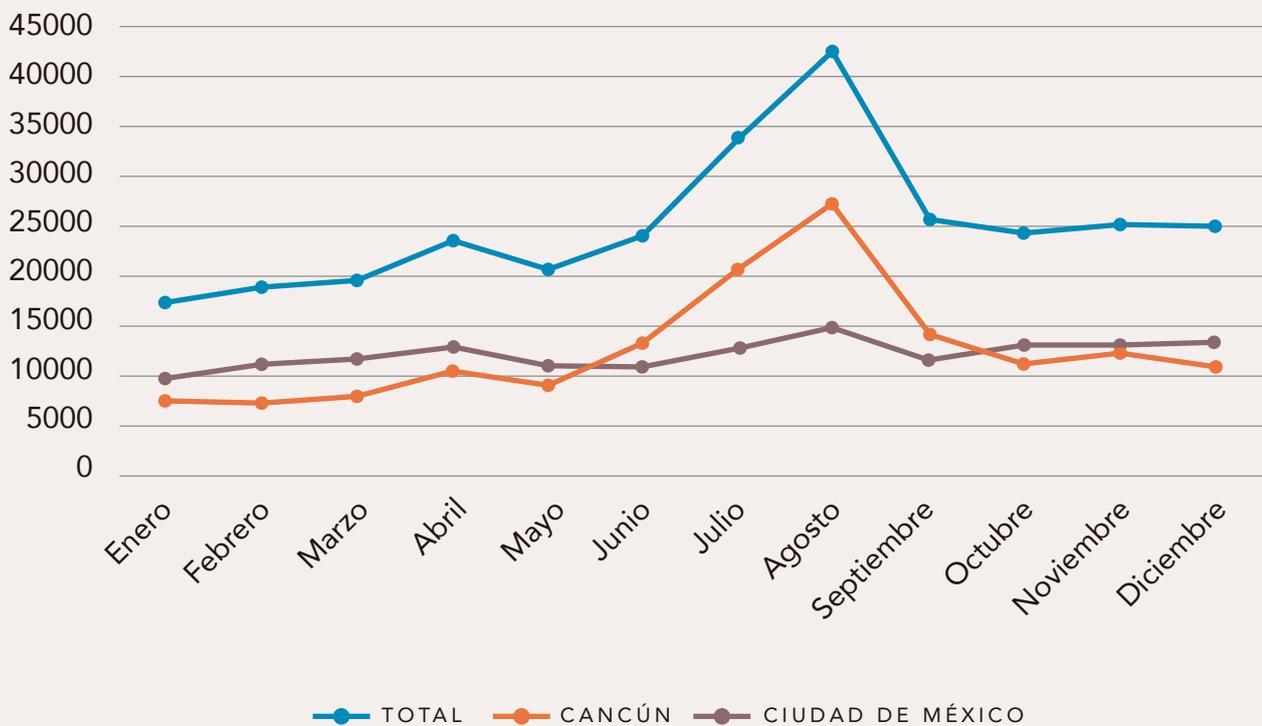


Fuente: elaboración propia con datos de la Unidad de Política Migratoria de la Segob.

# ESTACIONALIDAD

El mercado español tiene un marcado componente estacional, con una preminencia de viajar a México en los meses de julio y especialmente agosto. Esta estacionalidad es mucho más acusada en Cancún que en el resto del país.

## LLEGADAS MENSUALES DE RESIDENTES EN ESPAÑA POR PUNTO DE ENTRADA



Fuente: elaboración propia con datos de la Unidad de Política Migratoria de la Segob.

Actualmente, España es el séptimo mercado en importancia para México

TOP 10 LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES AÉREOS POR PAÍS DE RESIDENCIA. 2018-2019

Lugar	País	2019	2018	Variación relativa	Variación absoluta	Participación 2019
1	Estados Unidos	10,769,140	10,748,221	0.2%	20,919	58.3%
2	Canadá	2,295,794	2,167,951	5.9%	127,843	12.4%
3	Reino Unido	549,493	556,827	-1.3%	-7,334	3.0%
4	Colombia	536,158	494,206	8.5%	41,952	2.9%
5	Brasil	357,875	351,373	1.9%	6,502	1.9%
6	Argentina	349,279	454,348	-23.1%	-105,069	1.9%
7	España	296,066	287,972	2.8%	8,094	1.6%
8	Perú	266,670	231,232	15.3%	35,438	1.4%
9	Francia	260,314	241,435	7.8%	18,879	1.4%
10	Alemania	259,865	259,856	0.0%	9	1.4%
	Otros	2,528,034	2,345,511	7.8%	182,523	13.7%
	Total	18,468,688	18,138,932	1.8%	329,756	100.0%

Fuente: elaboración propia con datos de la Unidad de Política Migratoria de la Segob.

ESPAÑA ES EL SEGUNDO MERCADO  
EUROPEO PARA MÉXICO (ESTIMACIONES  
AL CIERRE DE 2019)

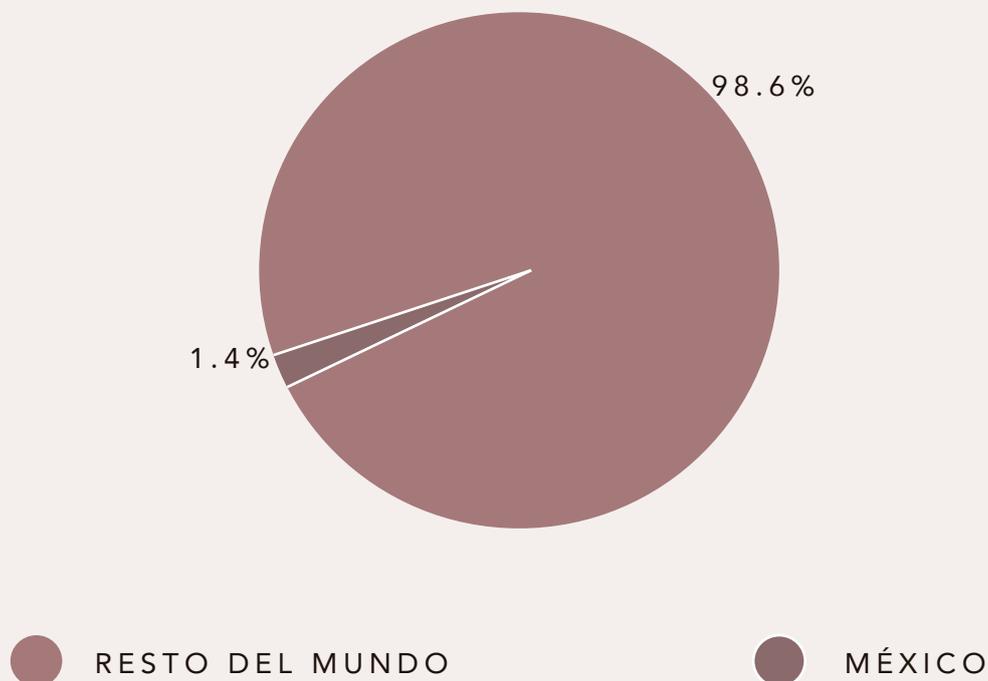
	Posición en el total de mercados emisores	Posición en el mercado europeo	Número de llegadas aéreas	Participación del total europeo para México
Reino Unido	3	1	549,943	26.8%
España	7	2	296,066	14.4%
Alemania	9	3	260,314	12.7%
Francia	10	4	259,866	12.7%
Italia	17	5	117,029	5.7%
Resto de Europa	-	-	570,396	27.8%
Totales			<b>2'044,345</b>	<b>100.0%</b>

En todos los casos las cifras de cierre de 2019 son estimaciones de Cicotur

# PARTICIPACIÓN DE MERCADO

Con la información disponible, se puede concluir que México tiene alrededor del 1.4% del mercado de viajes de los residentes de España al extranjero

## DESTINOS DE VIAJE DE LOS RESIDENTES EN ESPAÑA



Estimación Cicotur a partir de los datos del Instituto Nacional de Estadística (España) y de la Unidad de Política Migratoria de la Segob

An aerial photograph of a city, likely Dubai, with a large, dark silhouette of an airplane's wings and fuselage overlaid on the image. The airplane is positioned diagonally across the frame, with its wings extending from the top left towards the bottom right. The city below is densely packed with buildings and roads, and the sky is a pale, hazy blue. The overall tone is warm and slightly desaturated.

04.

# CONECTIVIDAD AÉREA

# RUTAS AÉREAS

- En los años recientes se ha consolidado una muy importante oferta aérea entre ambos países, aunque con un alto grado de concentración en pocos orígenes y destinos.
- Entre enero y noviembre de 2019 hubo operaciones en vuelo regular en tres pares de ciudad, y no se pudieron identificar operaciones en vuelos de fletamento.
- Los volúmenes de pasajeros transportados en las tres rutas en este periodo se aprecian a continuación:

RUTA	PASAJEROS TRANSPORTADOS 2019
MÉXICO-MADRID-MÉXICO	880,988
MÉXICO-CANCÚN-MÉXICO	334,260
MÉXICO-BARCELONA-MÉXICO	51,122
<b>TOTAL DE PASAJEROS EN VUELOS REGULARES ENTRE MÉXICO Y ESPAÑA</b>	<b>1'266,370</b>

Fuente: elaboración propia con datos de la Unidad de Política Migratoria de la Dirección General de Aeronáutica Civil

Es por demás relevante identificar que la ruta México-Madrid-México es ya la cuarta ruta internacional con mayor volumen de tráfico de pasajeros para México

TOP TEN DE LAS RUTAS AÉREAS ENTRE MÉXICO Y EL  
EXTRANJERO EN SERVICIO REGULAR 2019.  
PASAJEROS TRANSPORTADOS (MILES)

Ruta	2018	2019	Variación%
México-Los Ángeles-México	1,136	1,045	-15.5%
México-Nueva York-México	1,009	1,037	2.8%
Guadalajara-Los Ángeles-Guadalajara	993	995	0.2%
México-Madrid-México	780	881	13.0%
México-Bogotá-México	850	867	2.0%
Cancún-Houston-Cancún	868	857	-1.3%
Cancún-Dallas/FT.Worth-Cancún	779	841	7.9%
México-Houston-México	1,050	832	-20.8%
Cancún-Toronto-México	807	823	2.6%
México-Miami-México	663	770	16.1%

Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aeronáutica Civil

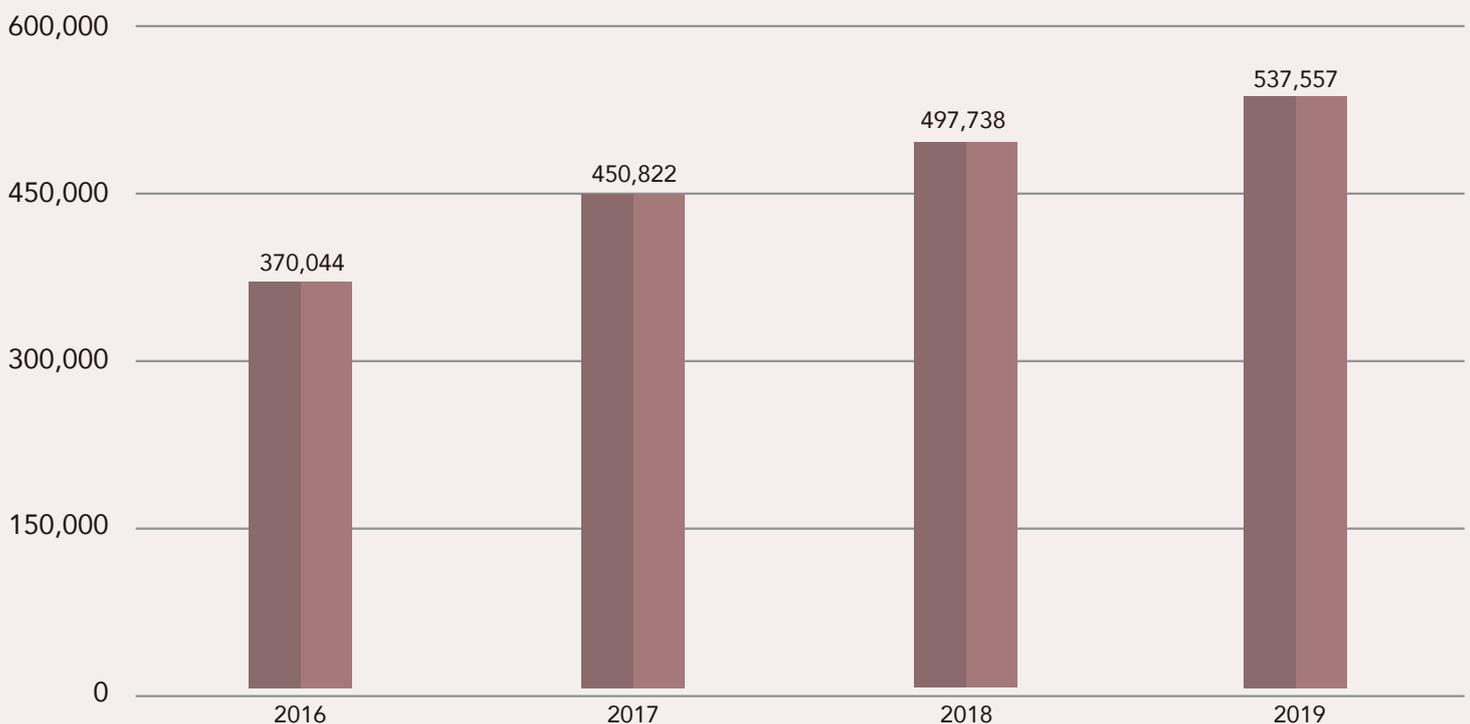
A photograph of a Mayan pyramid, likely at Chichen Itza, with a stone ledge in the foreground. The pyramid is made of light-colored stone and has a wide staircase leading up to a platform at the top. The sky is blue with some clouds. The text is overlaid on the bottom left of the image.

05.

# VIAJES DE LOS RESIDENTES EN MÉXICO A ESPAÑA

España es uno de los destinos preferidos de los residentes en México en todo el mundo y el primero en Europa

### VIAJEROS RESIDENTES EN MÉXICO QUE INGRESARON EN ESPAÑA 2016-2019



Fuente: elaboración propia con datos del Instituto Nacional de Estadística con estimación Cicotur a partir del comportamiento de las llegadas de otros mercados

El gasto medio de los residentes en México en sus viajes a España es alto, al igual que la duración de sus estancias

	2018
GASTO MEDIO	2,601 EUROS 3,074 DÓLARES
ESTADÍA PROMEDIO	10.2

Fuente: elaboración propia con datos del Instituto Nacional de Estadística

06.

# INVERSIÓN ESPAÑOLA EN MÉXICO





- México es el segundo destino de inversión para el capital español, luego de Brasil con un estimado de 44.8 miles de millones de euros entre 1993 y el primer trimestre de 2019 (El País).
- De acuerdo con el Informe Panorama de Inversión Española en Iberoamérica 2019 (IE Business School) la Ciudad de México es el sitio ideal para establecer oficinas centrales en Iberoamérica.
- La inversión de origen extranjero en hoteles en México es liderada por la española.





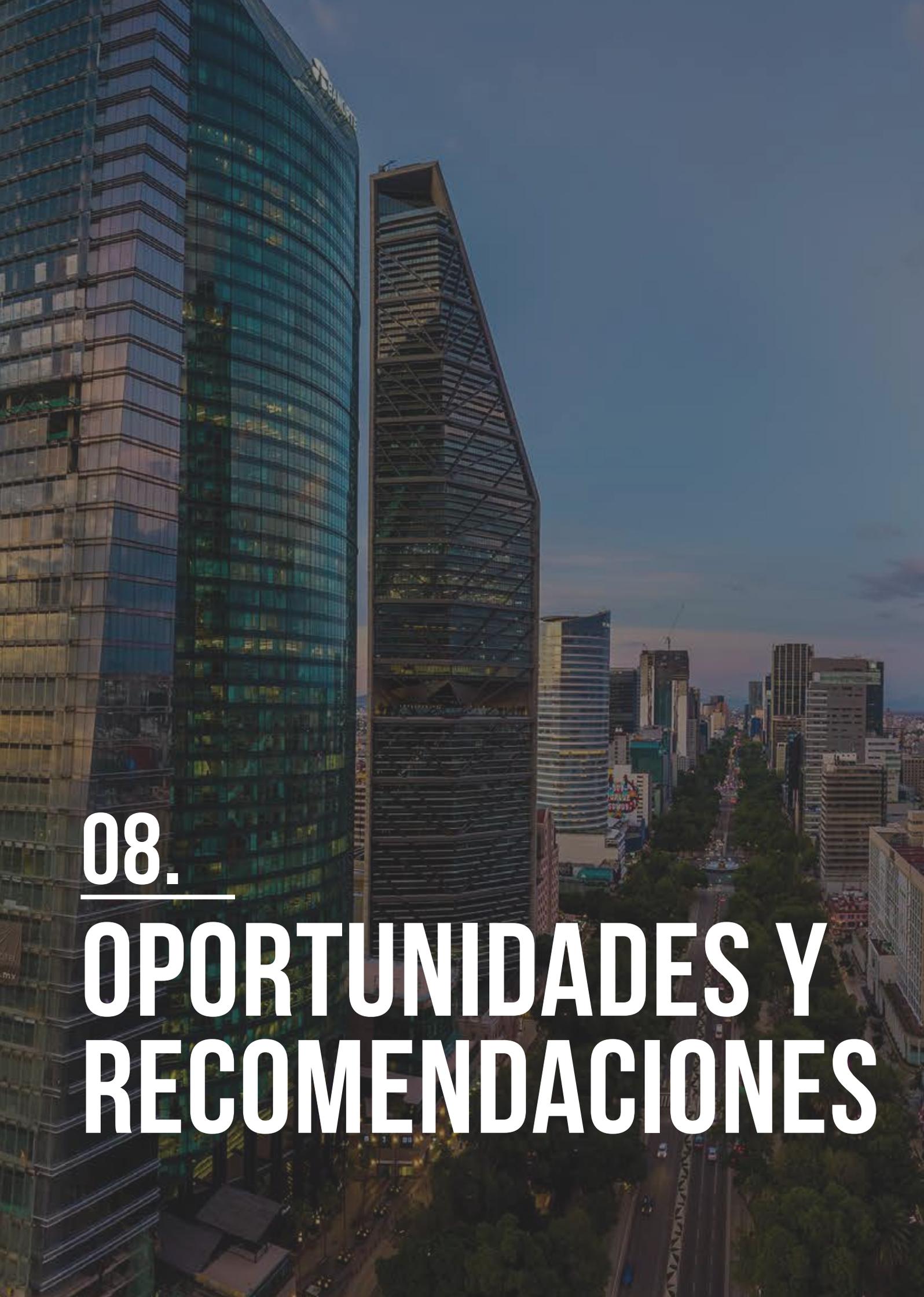
07.

# LAS SEÑALES DEL DESEQUILIBRIO



- El saldo de la Balanza Turística entre ambos países se estima sea superavitario para España en 2019 en 1,264.9 millones de dólares.
- El gasto medio de los residentes en España cuando viajan a México es de alrededor de 1,306.2, en tanto que los residentes en México gastan 3,000 dólares en promedio en sus viajes por España.
- Es decir, que por cada dólar que ingresa a México por viajes de los residentes en España, los residentes en México que visitan España gastan 4.2 dólares.
- México recibe 296,066 residentes en España en 2019 y España recibe 537,557 residentes en México.



An aerial photograph of a city skyline at dusk. The sky is a deep blue with some light clouds. In the foreground, two prominent skyscrapers are visible. The one on the left is a curved glass building with a blue tint. The one in the center is a taller, more angular building with a dark facade. In the background, other skyscrapers and a street with trees are visible.

08.

# OPORTUNIDADES Y RECOMENDACIONES

1. Es necesaria una reformulación estratégica para acercarse al mercado español, independientemente de las acciones tácticas que se realizan, tales como la participación de un abundante número de delegados en la Feria Internacional de Turismo que se realiza en Madrid al inicio de cada año.
2. Uno de los propósitos centrales de dicha estrategia debe ser el de orientarse a segmentos de mayor poder adquisitivo, así como de acciones puntuales para mejorar el gasto medio.
3. Está disponible una notable conectividad aérea entre la Península Ibérica y México, existiendo buenas posibilidades de ampliación de rutas con orígenes y destinos diferentes a los que ahora están disponibles.
4. La identidad e idioma común deberían ser el punto de partida para presentar de una manera más integrada la diversidad de la oferta turística mexicana, más allá de los destinos de sol y la playa que hoy dominan el escenario disponible en el mercado turístico español. La cultura debe ser el gran elemento diferenciador del turismo mexicano en España.
5. Las ventajas del tipo de cambio son un elemento que debe impulsar el componente de compras, tanto en la oferta actual, como en la que se pueda agregar en el corto plazo.

6. El formidable despliegue de la inversión española en hotelería debe ser utilizada como motor de la diversificación de destinos.

7. La integración de circuitos que tomen ventaja de la actual conectividad aérea parece ser una de las primeras tareas a desarrollar, incluyendo el ofrecimiento de multidestinos en el Caribe y Centroamérica, con especial atención en las posibilidades que ofrece la marca Mundo Maya. En la misma manera, no se debe descartar la integración de un producto binacional con Estados Unidos.

8. En un escenario de limitados recursos públicos, a toda costa debe evitarse la pulverización de esfuerzos, especialmente de acciones que sin propósitos comerciales suelen realizar algunos gobiernos estatales.

9. Además de la diversificación de destinos y la orientación hacia segmentos de mayor poder económico, se debe procurar la búsqueda de segmentos de interés especial que puedan contribuir a la desestacionalización.

10. La conmemoración de la consumación de la conquista de México en 2021 debe abrir una puerta inmejorable para iniciar una etapa en la relación binacional de la que el turismo mexicano pueda salir beneficiado.



**Anáhuac**  
México

## COMITÉ RECTORAL

*Dr. Cipriano Sánchez García L.C., Rector*

*Dra. Sonia Barnette Frías, Vicerrectora Académica*

*Mtro. Jorge Miguel Fabre Mendoza, Vicerrector Académico*

*Dr. Bernardo Rangel Sada, Vicerrector de Formación Integral*

*Ing. Félix Gómez Rueda, Vicerrector de Finanzas y Administración*

*Dra. Olivia Sánchez García, Directora de Efectividad y Servicios Institucionales*

*Mtro. Alfredo Nava Govela, Director de la Facultad de Economía y Negocios*

*Dra. Luz del Carmen Dávalos Murillo, Miembro del Comité Rectoral*

*Dr. Ricardo Sodi Cuellar, Miembro del Comité Rectoral*



**Facultad de  
Turismo y Gastronomía**

*Mtro. José Ángel Díaz Rebolledo, Director de la Facultad de Turismo y Gastronomía*



**CICOTUR**  
Centro de Investigación y  
Competitividad Turística Anáhuac

*El Centro de Investigación y Competitividad Turística Anáhuac (Cicotur) es el instrumento académico constituido para generar información relevante, oportuna y confiable sobre la industria turística, comunicándola de manera atractiva y eficaz para alcanzar una amplia divulgación de la importancia del turismo en el país.*

*Equipo de trabajo:*

*Dr. Francisco Madrid Flores, Director*

*Dr. Hazael Cerón Monroy, Coordinador de Investigación*

*Mtra. Bertha Pérez Camargo, Investigadora Asociada*

*Mtra. Gloria Godínez Guerrero, Asistente de investigación*

*Sra. Silvia Rangel González, Coordinadora Administrativa*

## CAMPUS NORTE

Av. Universidad Anáhuac núm. 46,  
col. Lomas Anáhuac, Huixquilucan,  
Estado de México, C.P. 52786  
Tel.: (55) 56 27 02 10 ext. 7833  
cicotur@anahuac.mx  
www.anahuac.mx/mexico/cicotur/