



DOCUMENTO | 04

EL TURISMO VÍA AÉREA:
*IMPORTANTE FACTOR EN LA BALANZA DE PAGOS
CON TENDENCIA DE CRECIMIENTOS REDUCIDOS EN 2019*

FRANCISCO MADRID



1. Presentación

2. Hallazgos



3. El turismo aéreo hacia México en 2019

4. Los mercados de origen

5. El mercado de Estados Unidos



6. Los puntos de ingreso

7. Evolución de los mercados 2012-2019

8. Conclusiones y retos

En el presente documento se expone información básica sobre el comportamiento de los principales mercados emisores por vía aérea a México en 2019.

Es importante subrayar que este grupo de viajeros aporta el 81.0% de los ingresos turísticos, por lo que su seguimiento puntual es indispensable para el mejor conocimiento del competido mercado turístico, de forma tal que sea factible anticipar amenazas y oportunidades que se van presentando, a fin de afinar las herramientas estratégicas de las que disponen los destinos turísticos.

2019 fue un buen año para el turismo mexicano porque el aporte de la Balanza Turística con alrededor de 14.5 miles de millones de dólares es formidable y realiza una sustantiva contribución a la reducción del déficit en cuenta corriente. No obstante, es claro que el conjunto de los mercados mantiene un comportamiento de crecimientos más bien reducidos.

Nuevamente, nos ponemos a las órdenes de los amables lectores para recibir sugerencias y observaciones sobre esta publicación o sobre temáticas que desean sean abordadas en el Cicotur.

Dr. Francisco Madrid Flores
Director



02.

HALLAZGOS

HALLAZGOS



El turismo aéreo significa el 81.0% de los ingresos turísticos de México. Esta proporción ha venido aumentando en los años recientes.



Para el cierre del 2019, el saldo en la cuenta de viajeros internacionales por vía aérea se situará muy cerca de los 15 mil millones de dólares. Muestra de su papel estratégico es que en el mismo lapso la Balanza Petrolera tuvo un saldo negativo de 21.2 miles de millones de dólares.



México recibió 18.5 millones de residentes en el exterior ingresando por la vía aérea.



En 2019 este segmento creció un modesto 1.8%. En contraste, el turismo mundial aumentó un 3.8% y los viajes de estadounidenses al exterior se incrementaron en 6.6%.



Norteamérica es la principal región emisora de viajes hacia México con el 70.7%, seguida de Europa (11.1%) y Sudamérica (10.9%).



Los 5 mercados más importantes para México son: Estados Unidos (58.3%), Canadá (12.4%), Reino Unido (3.0%), Colombia (2.9%) y Brasil (1.9%).



Los 3 mercados que más crecieron en 2019 fueron Canadá, Ecuador y Colombia; en tanto, los 3 que más cayeron fueron Argentina, Italia y Reino Unido.



El mercado con la mayor estacionalidad dentro de los 10 más importantes es Canadá.



Derivado de la desaceleración de los viajes de Estados Unidos hacia México, nuestro país ha perdido 3.7 puntos porcentuales en el periodo 2016-2019.



Como sistemáticamente ha sucedido en los últimos años, 5 aeropuertos concentran más del 90% de los ingresos de turistas por vía aérea: Cancún (42.3%), Ciudad de México (25.0%), Los Cabos (9.6%), Puerto Vallarta (8.1%) y Guadalajara (6.0%).



En los últimos 7 años, los mercados con mayores tasas anuales de crecimiento han sido Colombia (22.6%), Perú (20.0%) y Estados Unidos (8.6%).





03.

EL TURISMO AÉREO HACIA MÉXICO EN 2019

VOLUMEN Y CRECIMIENTO

18'468,688

Fue el volumen de llegadas de turistas que ingresaron por vía aérea al país en 2019



1.8% MÁS QUE EN 2018

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

VOLUMEN Y CRECIMIENTO

19,811.9

MILLONES DE DÓLARES

Fue el volumen de los ingresos que por turistas aéreos captó el país en 2019

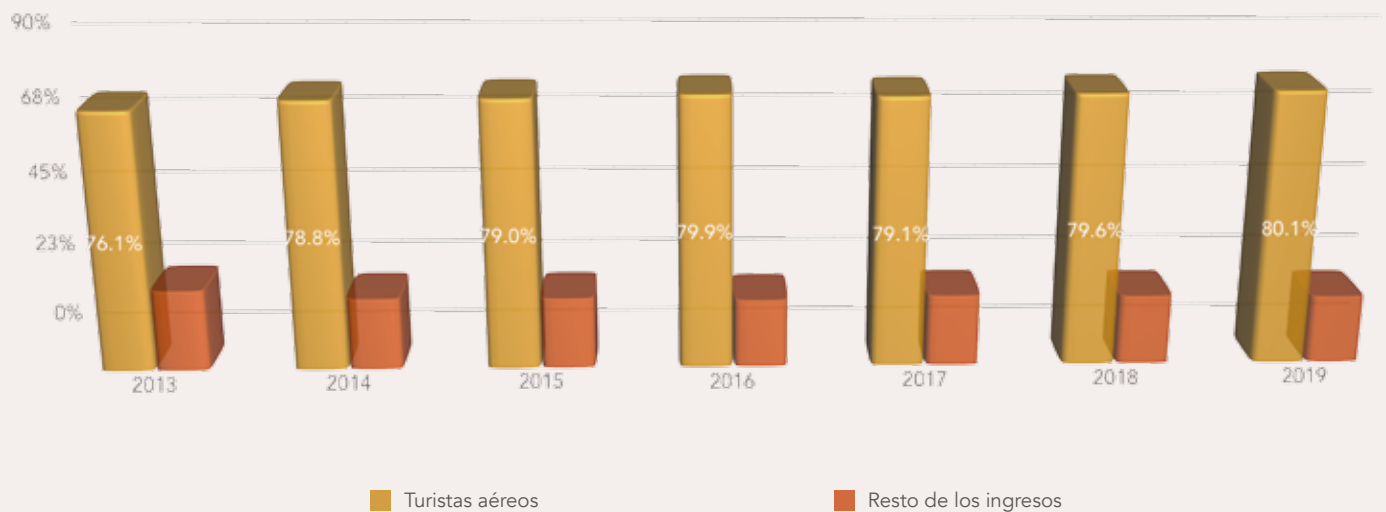


8.9% MÁS QUE EN 2018

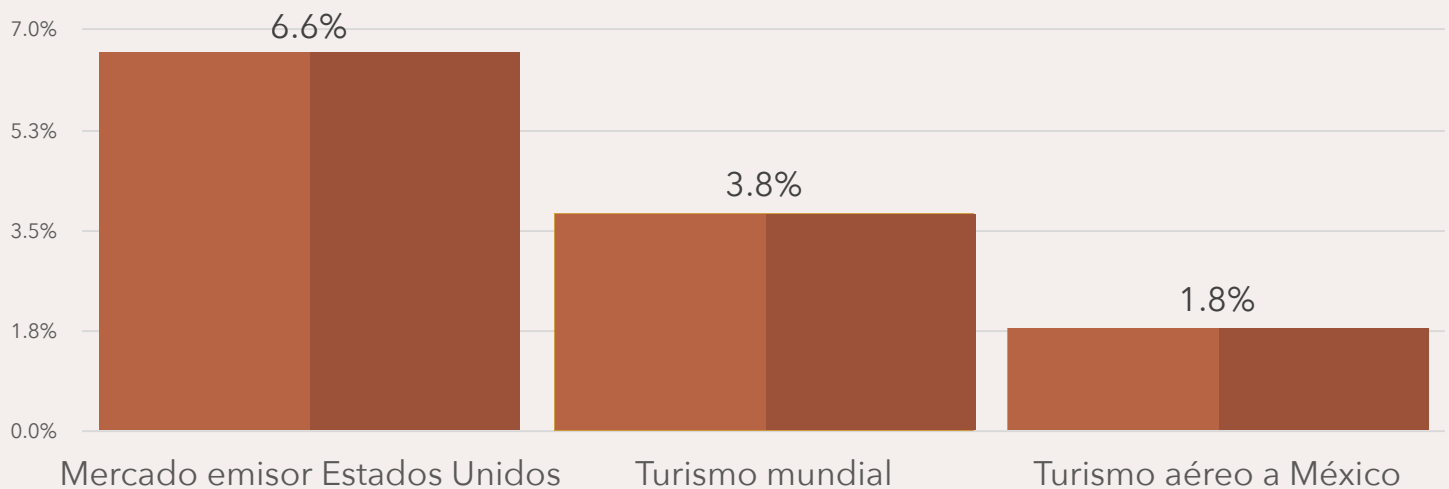
Fuente: elaboración propia con estimaciones a partir de los datos de Inegi y del Banco de México

En años recientes se observa una creciente participación del turismo aéreo en las divisas turísticas

EVOLUCIÓN EN LA PROPORCIÓN DE LOS INGRESOS AÉREOS VS. INGRESOS TOTALES POR VISITANTES INTERNACIONALES 2013-2019



Fuente: elaboración propia con estimaciones a partir de los datos de Inegi y del Banco de México



Fuente: elaboración propia con datos de la Unidad de Política Migratoria, OMT y National Travel and Tourism Office

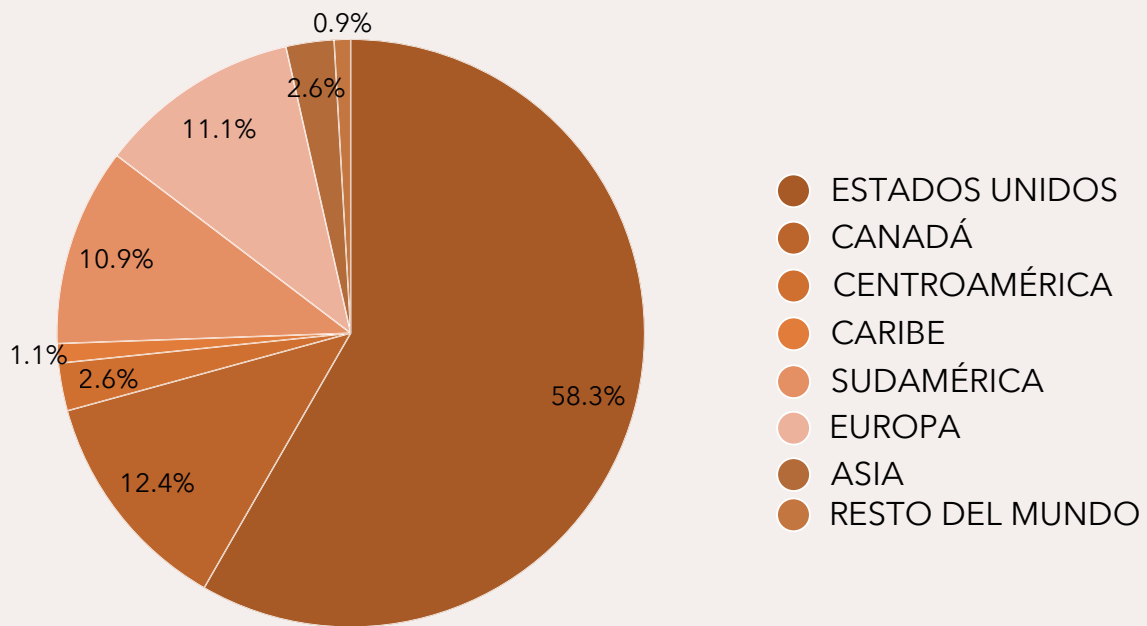


04.

LOS MERCADOS DE ORIGEN

Norteamérica concentra la mayor parte de los mercados emisores para México (70.7%), seguida de Europa (11.1%) y Sudamérica (10.9%)

DISTRIBUCIÓN REGIONAL DE LOS MERCADOS DE ORIGEN HACIA MÉXICO 2019

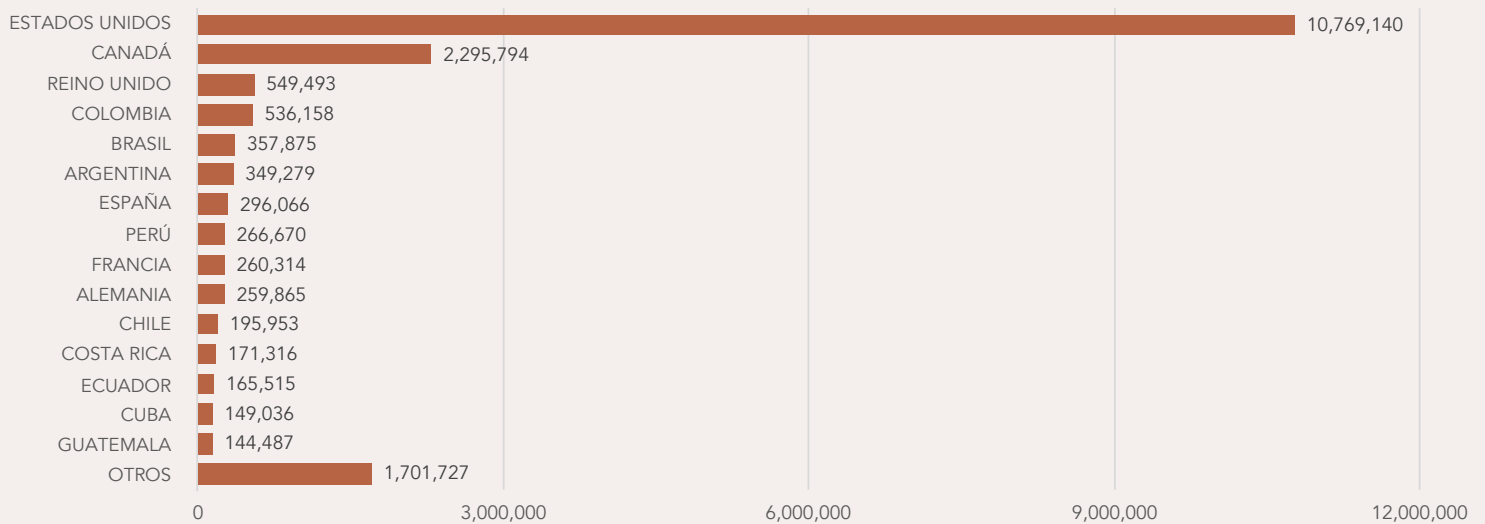


MERCADO/REGIÓN	LLEGADAS	PARTICIPACIÓN
ESTADOS UNIDOS	10,769,140	58.3%
CANADÁ	2,295,794	12.4%
EUROPA	2,053,614	11.1%
SUDAMÉRICA	2,013,775	10.9%
ASIA	487,558	2.6%
CENTROAMÉRICA	484,071	2.6%
CARIBE	197,810	1.1%
RESTO DEL MUNDO	364,736	2.0%
TOTAL	18,468,688	100.0%

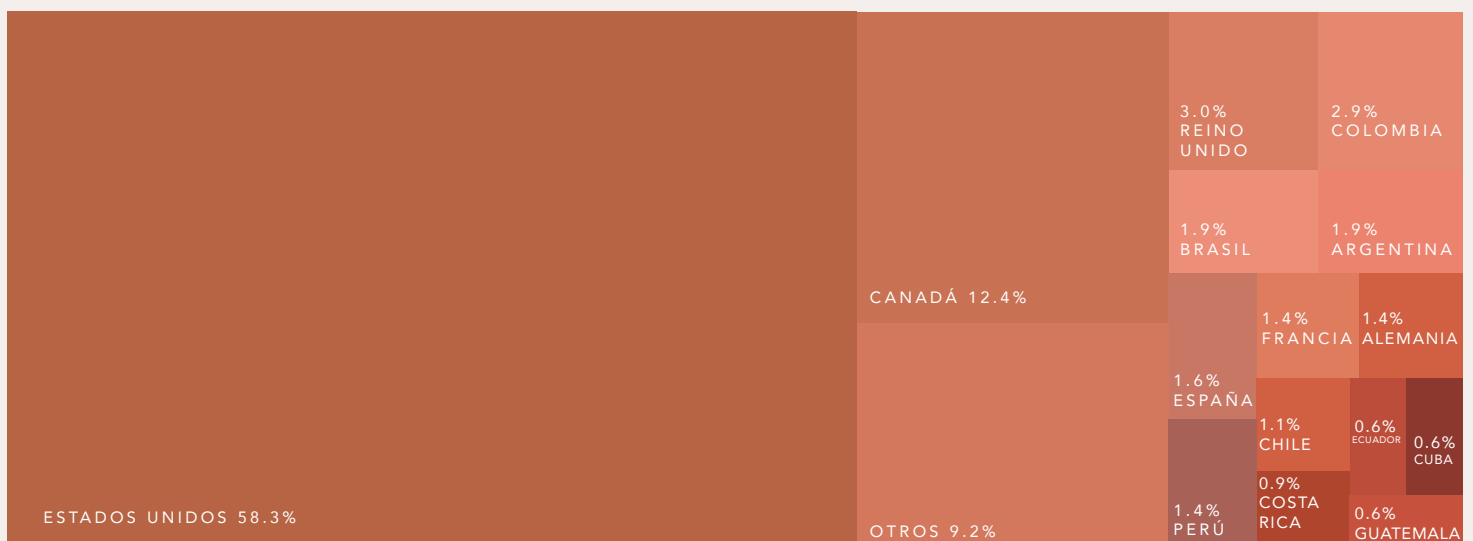
Fuente: elaboración propia con datos de la Unidad de Política Migratoria

TOP 15 MERCADOS EMISORES AÉREOS PARA MÉXICO 2019

LLEGADAS DE TURISTAS POR VÍA AÉREA 2019



PARTICIPACIÓN DEL MERCADO TOTAL AÉREO DE LOS TOP 15 MERCADOS EMISORES PARA MÉXICO 2019



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

TOP 20

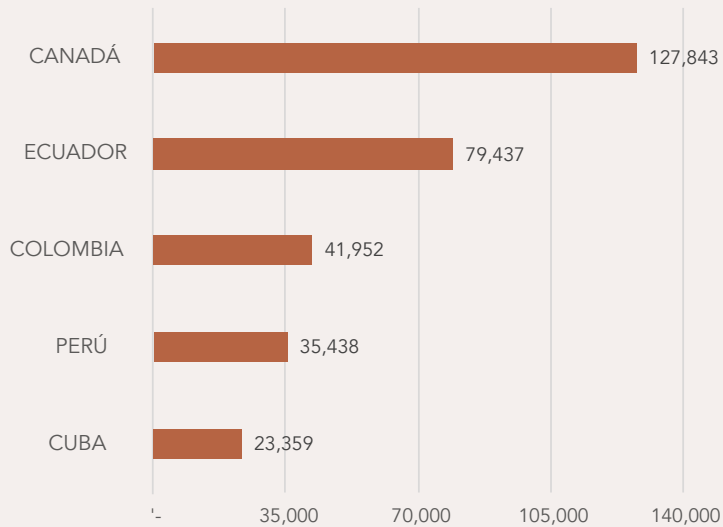
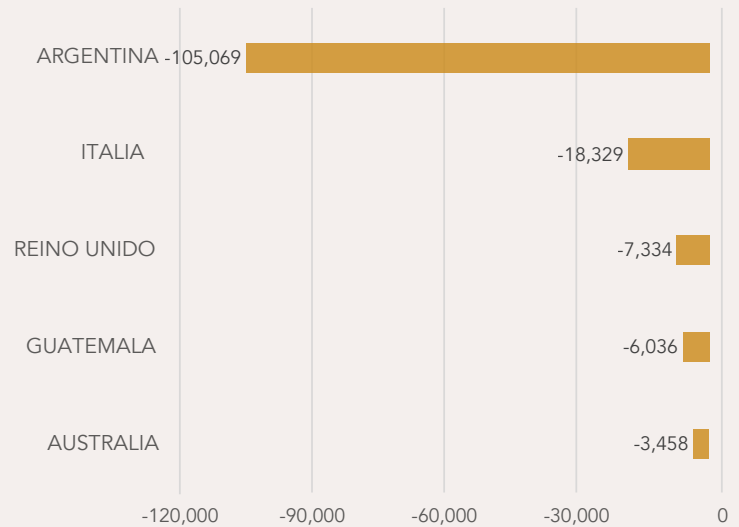
LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES AÉREOS POR PAÍS DE RESIDENCIA. 2018-2019

LUGAR	PAÍS	2019	2018	VARIACIÓN RELATIVA	VARIACIÓN ABSOLUTA	PARTICIPACIÓN
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%
11	Chile	195,953	184,175	6.4%	11,778	1.1%
12	Costa Rica	171,316	158,192	8.3%	13,124	0.9%
13	Ecuador	165,515	86,078	92.3%	79,437	0.9%
14	Cuba	149,036	125,677	18.6%	23,359	0.8%
15	Guatemala	144,487	150,523	-4.0%	-6,036	0.8%
16	Japón	117,990	119,485	-1.3%	-1,495	0.6%
17	Italia	117,029	135,358	-13.5%	-18,329	0.6%
18	China	105,835	103,171	2.6%	2,664	0.6%
19	Corea del Sur	86,369	86,169	0.2%	200	0.5%
20	Países Bajos	81,245	71,126	14.2%	10,119	0.4%
	Otros	1,193,259	1,125,557	6.0%	67,702	6.5%
TOTAL		18,468,688	18,138,932	1.8%	329,756	100.0%

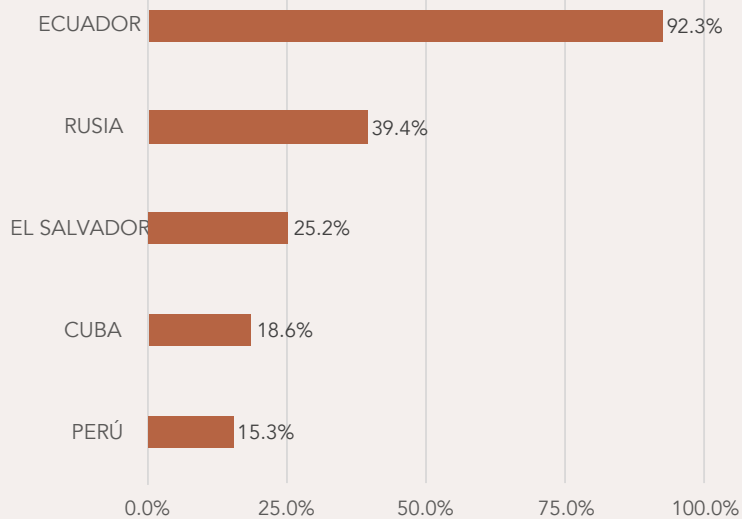
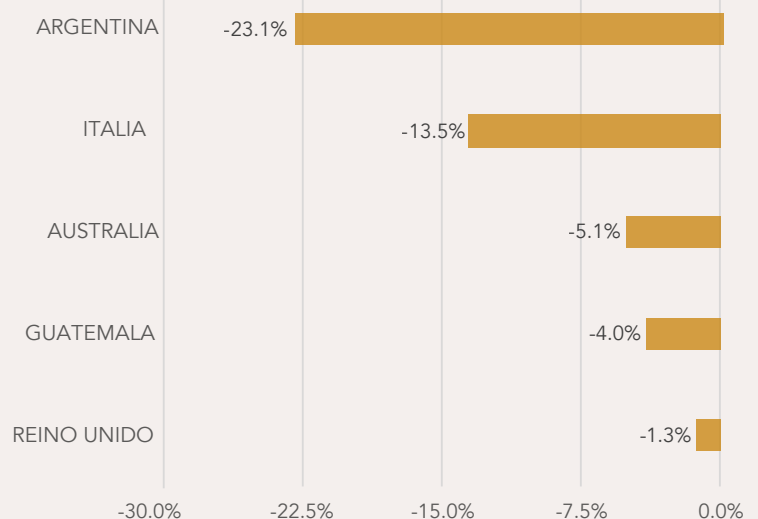
Fuente: elaboración propia con datos de la Unidad de Política Migratoria

Los 5 mercados que más crecieron y los 5 que más cayeron*

VALORES ABSOLUTOS

MAYOR CRECIMIENTO
EN 2019MAYOR CAÍDA
EN 2019

VALORES RELATIVOS

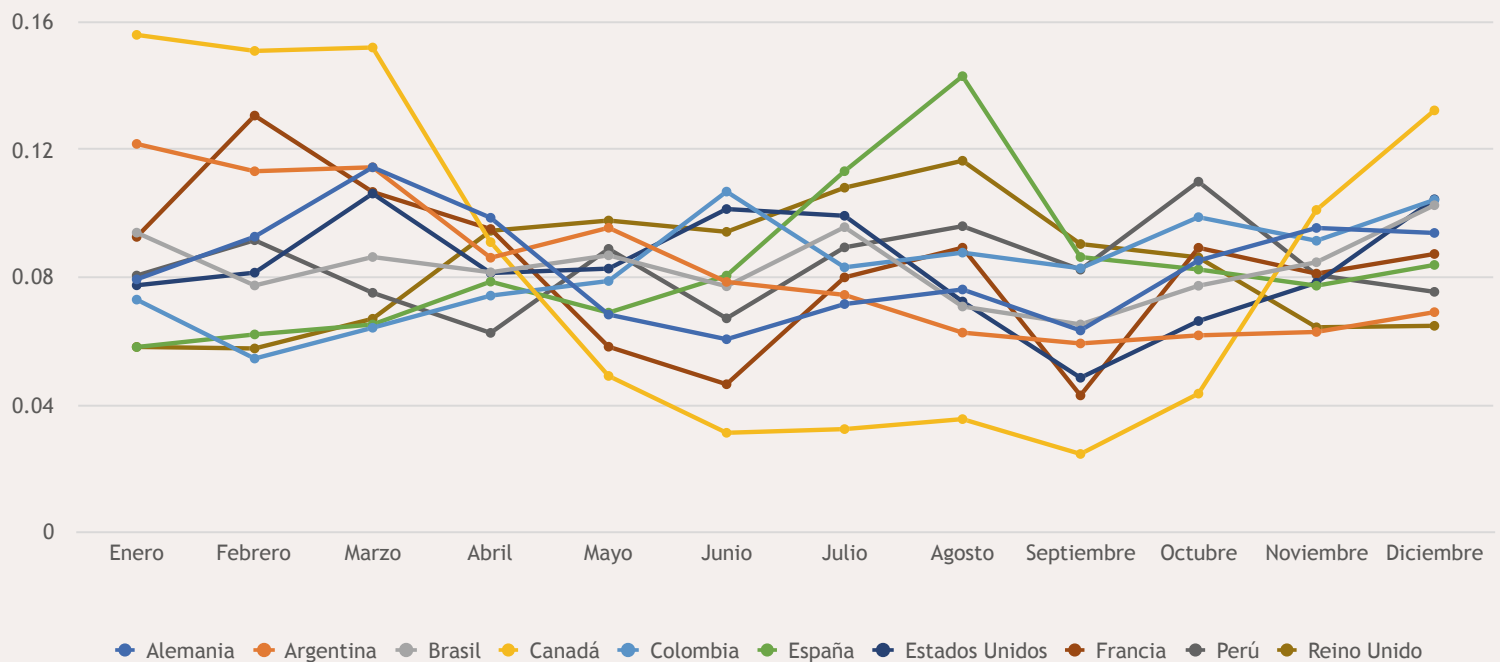
MAYOR CRECIMIENTO
EN 2019MAYOR CAÍDA
EN 2019

*Dentro de los primeros 25

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

Cada mercado parece mostrar particularidades en cuanto a su estacionalidad. Así, por ejemplo, Canadá o Argentina visitan México marcadamente de diciembre a marzo y los mercados europeos lo hacen más en verano.

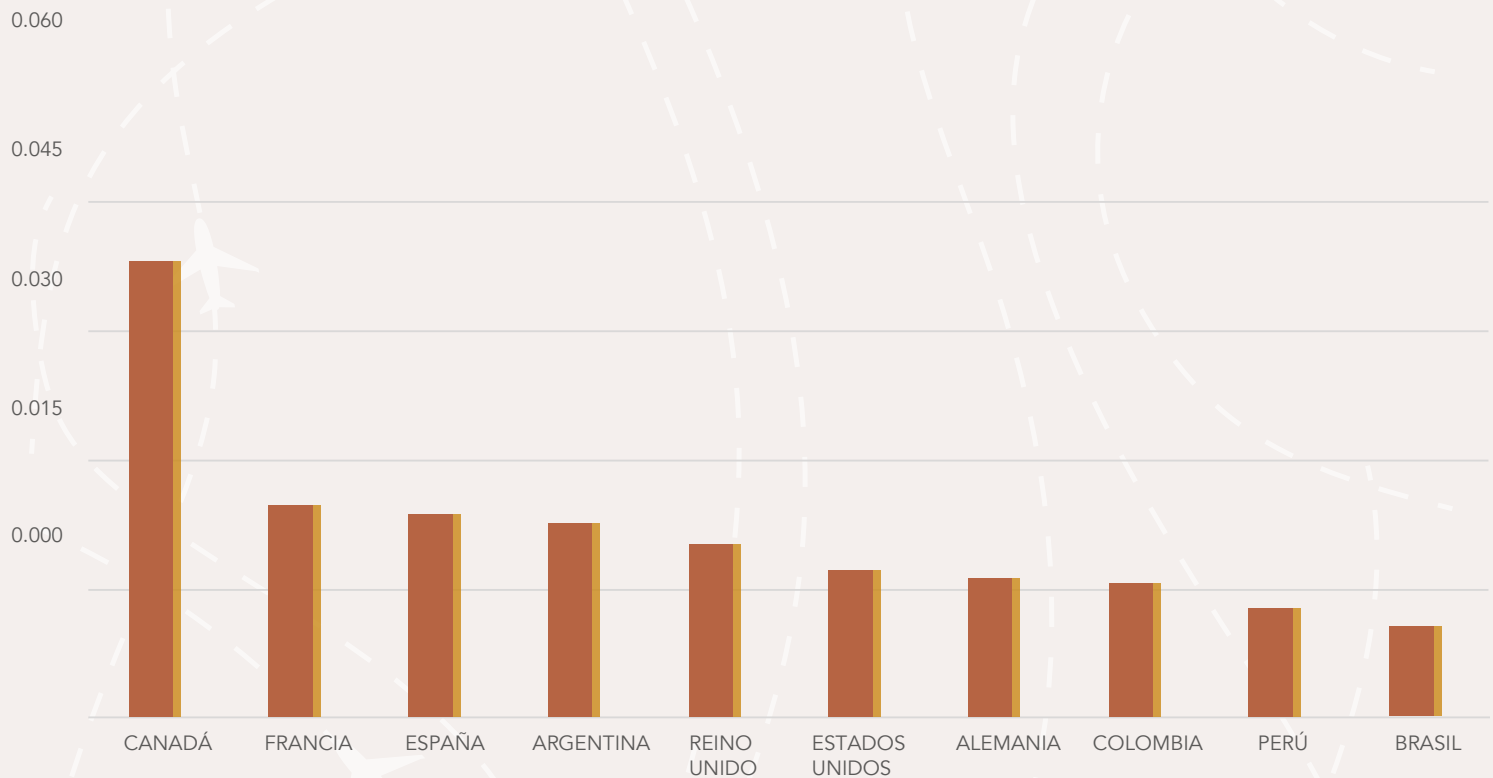
ESTACIONALIDAD DE LOS 10 PRINCIPALES MERCADOS EMISORES HACIA MÉXICO 2019



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

El mercado aéreo con mayor estacionalidad es Canadá y el que tiene el menor factor dentro de los 10 más importantes es Brasil

FACTOR DE ESTACIONALIDAD EN LOS 10 PRINCIPALES MERCADOS HACIA MÉXICO



El factor de estacionalidad se calcula a partir de las desviaciones estandar de las llegadas mensuales. Una mayor desviación indica una estacionalidad más acusada

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

LOS 15 PRINCIPALES MERCADOS EMISORES EN EL MUNDO. 2019

Top 15 mercados emisores mundiales 2019/e

MILES DE MILLONES DE DÓLARES

LUGAR	PAÍS	EGRESOS
1	CHINA	266.8
2	ESTADOS UNIDOS	152.3
3	ALEMANIA	97.4
4	REINO UNIDO	70.0
5	FRANCIA	52.9
6	AUSTRALIA	38.8
7	CANADÁ	36.3
8	RUSIA	35.2
9	ITALIA	32.2
10	COREA DEL SUR	32.0
11	ESPAÑA	29.6
12	SINGAPUR	27.0
13	HONG KONG	26.6
14	INDIA	21.3
15	PAÍSES BAJOS	21.2

/e ESTIMADO

Fuente: elaboración propia con datos de la OMT

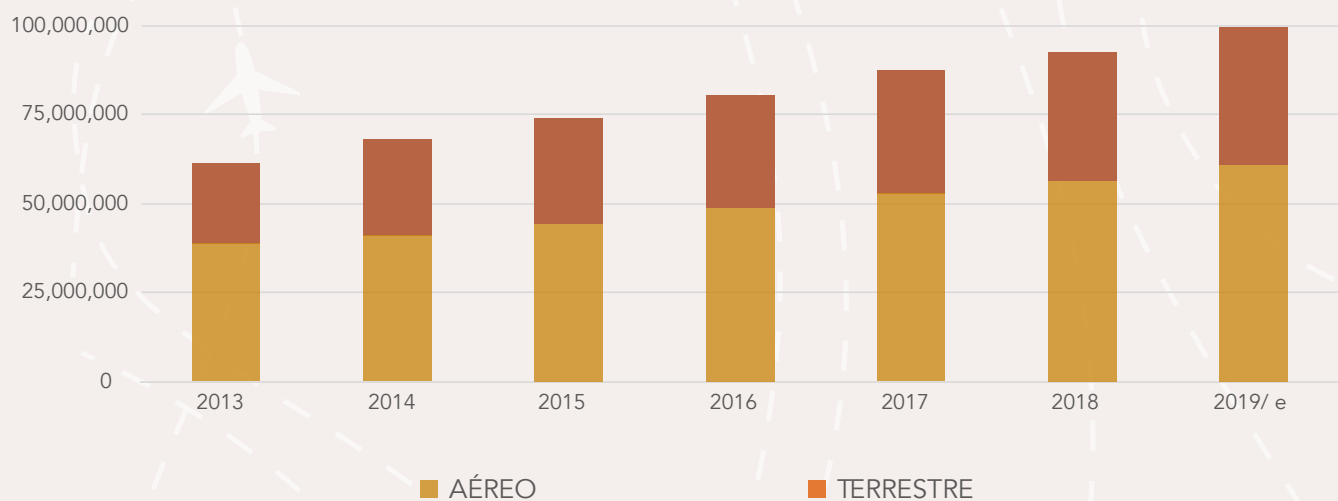
05.

EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS



En años recientes, el volumen de viajeros de Estados Unidos al exterior ha tenido un comportamiento con un gran impulso ante la buena marcha de la economía norteamericana.

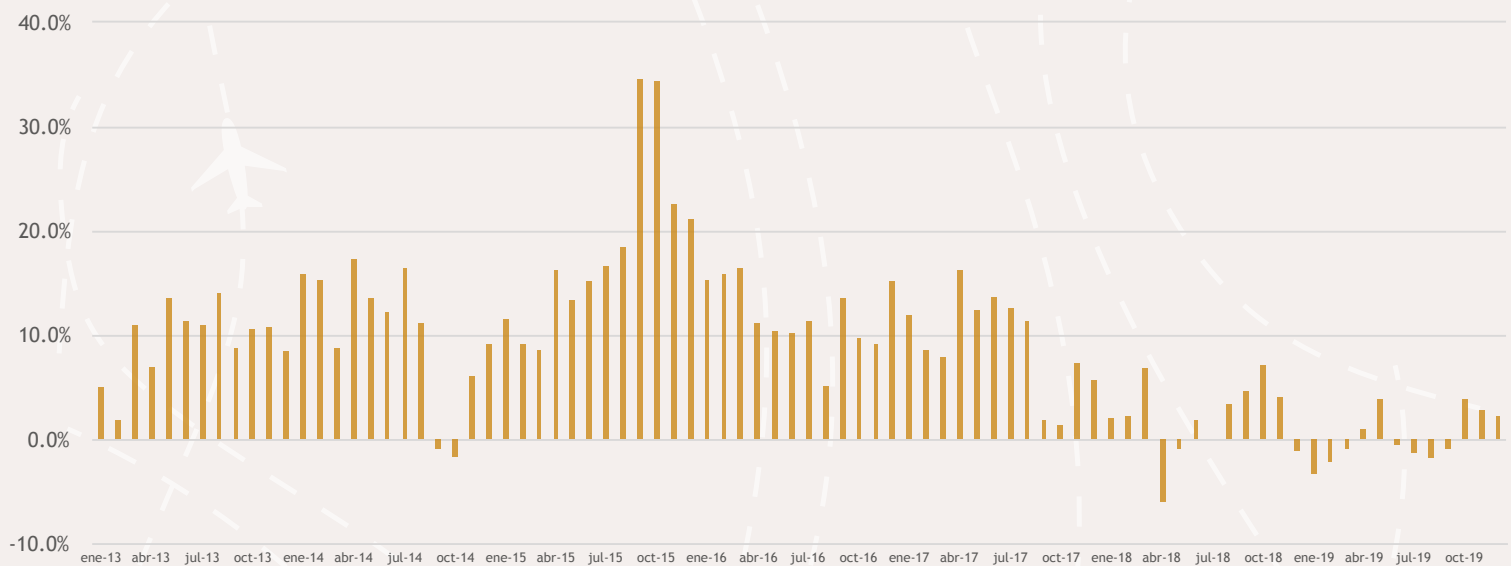
EVOLUCIÓN DEL TURISMO DE ESTADOS UNIDOS AL EXTERIOR 2013-2019. MILES



Fuente: elaboración propia con datos de National Travel and Tourism Office y estimaciones Cicotur para 2019

Hasta 2017 México se benefició de esta tendencia, pero a partir de agosto de ese año, se observa un patrón de desaceleración e incluso de caída interanual de turistas norteamericanos por vía aérea.

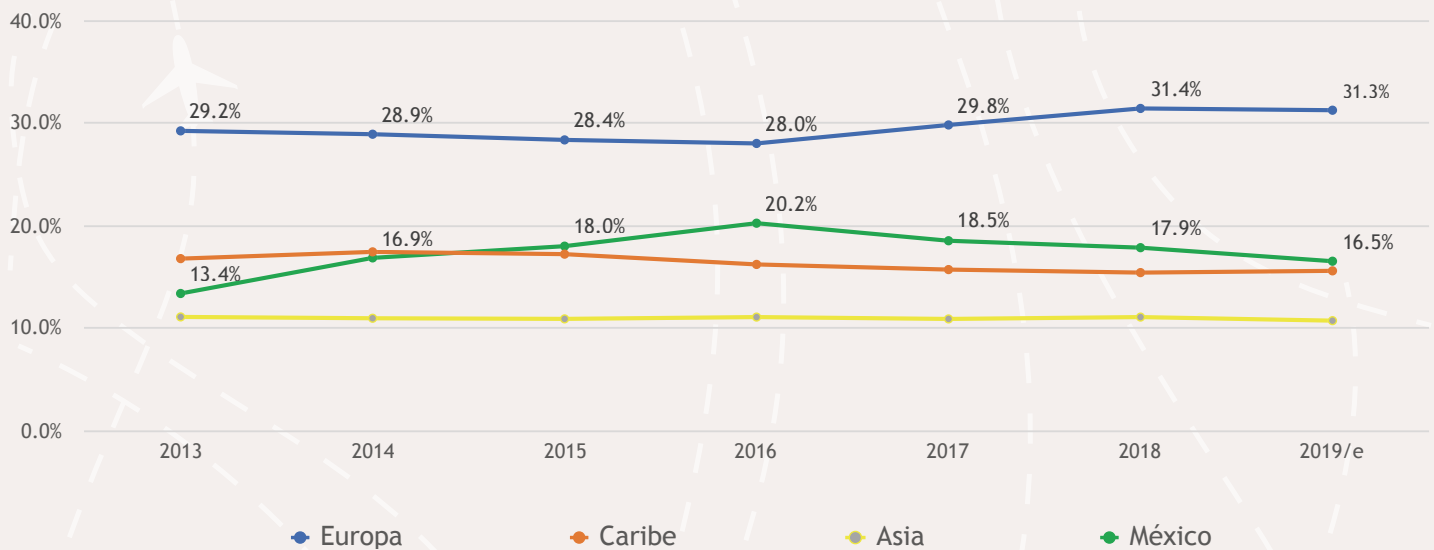
VARIACIÓN INTERANNUAL DE LAS LLEGADAS DE TURISTAS ÁEREOS DE ESTADOS UNIDOS POR VÍA AÉREA. ENERO 2013-DICIEMBRE 2019



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

Como consecuencia de lo anterior, México ha perdido participación de mercado en el mercado de viajes de Estados Unidos al exterior: 3.7 puntos porcentuales entre 2016 y 2019

PARTICIPACIÓN DE MERCADO POR REGIÓN DE DESTINO DE LOS TURISTAS NORTEAMERICANOS AL EXTERIOR. 2013-2019



/e ESTIMADO

Fuente: elaboración propia con datos de National Travel and Tourism Office y estimaciones Cicotur para 2019

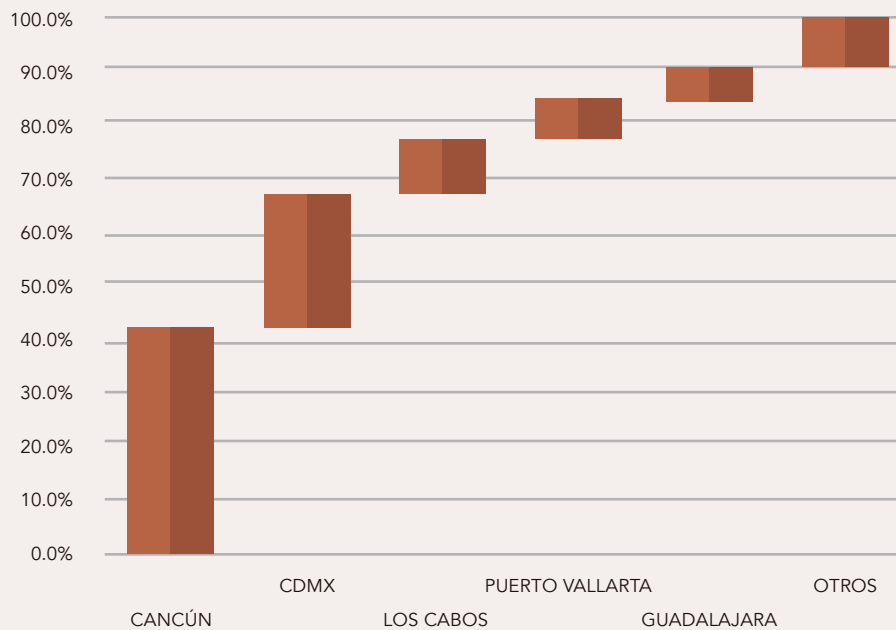


06.

LOS PUNTOS DE INGRESO

Es palpable el fenómeno de concentración de turistas aéreos internacionales pues el 91.0% de ellos se concentra en solo 5 aeropuertos

PARTICIPACIÓN ACUMULADA TURISTAS AÉREOS POR PUNTO DE INGRESO



TOP 10 PUNTOS DE INGRESO POR VÍA AÉREA. 2019

	Llegadas	Participación	Participación acumulada
	7'813,83		
Cancún	8	42.3%	42.3%
	4'624,63		
CD MX	4	25.0%	67.3%
	1'771,99		
Los Cabos	3	9.6%	76.9%
	1'494,32		
Puerto Vallarta	4	8.1%	85.0%
	1'104,81		
Guadalajara	9	6.0%	91.0%
Monterrey	270,442	1.5%	92.5%
Silao	192,020	1.0%	93.5%
Cozumel	177,136	1.0%	94.5%
Mazatlán	130,632	0.7%	95.2%
Querétaro	110,965	0.6%	95.8%
Otros	777,885	4.2%	100.0%

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

LOS 10 PRINCIPALES MERCADOS EN LOS 5 PRIMEROS PUNTOS DE ENTRADA

	Cancún		CDMX		Los Cabos		Puerto Vallarta		Guadalajara	
	Mercado	Llegadas	Mercado	Llegadas	Mercado	Llegadas	Mercado	Llegadas	Mercado	Llegadas
1	Estados Unidos	4'031,683	Estados Unidos	1'869,183	Estados Unidos	1'590,519	Estados Unidos	991,555	Estados Unidos	1'042,839
2	Canadá	1'200,500	Colombia	302,621	Canadá	158,138	Canadá	438,006	Canadá	7,105
3	Reino Unido	428,450	Canadá	270,743	Australia	3,738	Reino Unido	32,433	Arabia Saudita	3,976
4	Colombia	225,421	Brasil	193,435	Reino Unido	3,559	Australia	2,426	China	3,319
5	Argentina	214,090	Perú	179,034	Andorra	2,251	Finlandia	2,346	Colombia	3,016
6	Brasil	155,441	España	142,868	Corea del Sur	1,385	Colombia	2,053	Panamá	2,813
7	Alemania	150,653	Argentina	129,668	Alemania	754	Uruguay	1,958	Uruguay	2,628
8	España	146,795	Guatemala	124,210	India	748	Arabia Saudita	1,704	Alemania	2,205
9	Francia	139,241	Costa Rica	123,766	China	741	Argentina	1,498	Yemen	2,114
10	Chile	89,026	Ecuador	119,283	Brasil	740	Alemania	1,483	Brasil	1,826

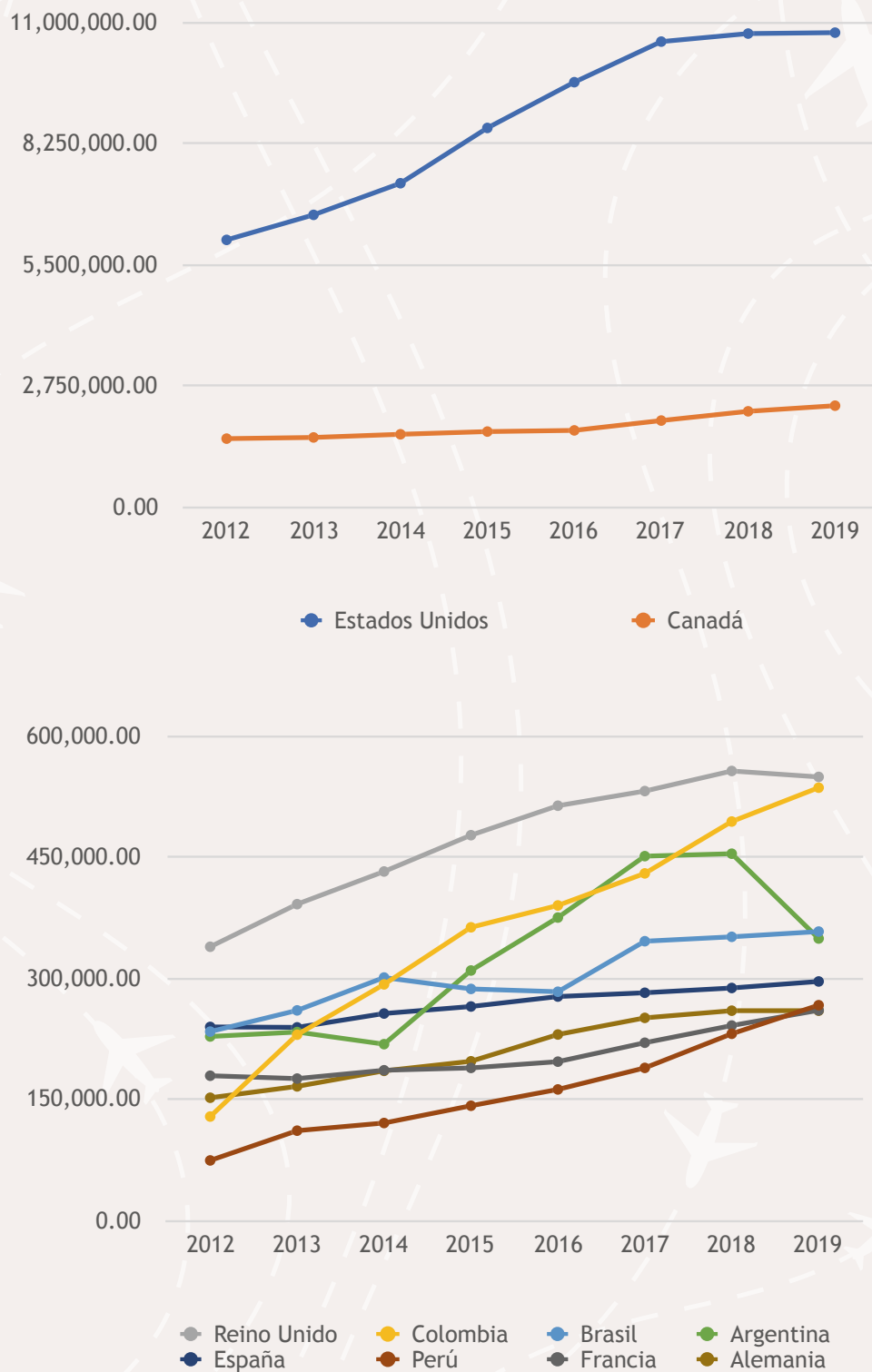
Fuente: elaboración propia con datos de la Unidad de Política Migratoria

07.

EVOLUCIÓN DE LOS MERCADOS 2012-2019



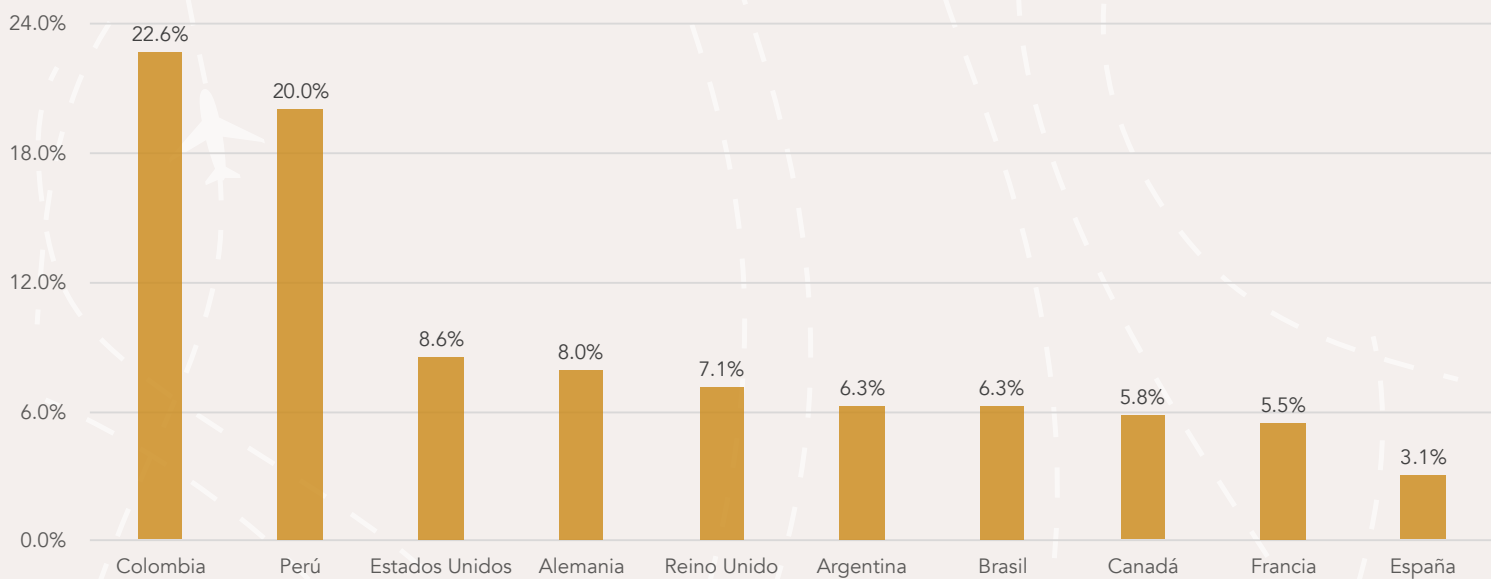
EVOLUCIÓN DEL TOP 10 DE MERCADOS EMISORES AÉREOS ENTRE 2012 Y 2019



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

En los 7 años recientes es notable el empuje observado en los mercados sudamericanos, sin que se pueda dejar de mencionar el crecimiento sostenido de Estados Unidos, aun sobre bases altas

TASA MEDIA ANUAL DE CRECIMIENTO DEL TOP 10 DE MERCADOS EMISORES AÉREOS A MÉXICO. 2012-2019



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



06. CONCLUSIONES Y RETOS



No hay lugar a dudas de que el mercado aéreo es el más importante para el país.



La relevancia de este grupo de viajeros debe ser puesta en el contexto del efecto que su gasto tiene para contribuir a mantener equilibrios macroeconómicos, así como en la generación de empleo y el aliento al desarrollo regional.



A pesar de los esfuerzos hechos en el tiempo, es claro que la concentración de puntos de entrada al país es un reto mayor y el camino estratégico de la diversificación tiene un largo trecho por recorrer.



En la misma lógica de concentración, la dependencia del mercado norteamericano es, también, un reto, aunque se debe poner en la justa perspectiva, pues los flujos turísticos en el mundo se desplazan en su mayoría de manera intrarregional.



Las acciones de política pública sí tienen un efecto en el segmento estudiado. Así, la dinámica de crecimiento del mercado estadounidense se explica –al menos en parte– por el nuevo tratado bilateral aéreo suscrito en agosto de 2016; así como la supresión de visas de países sudamericanos como Brasil, Colombia, Perú y, más recientemente, Ecuador. Parece razonable afirmar que las acciones de promoción, tanto de la marca país, como de algunos destinos individuales también producen un aumento en la demanda.



Del otro lado, la inseguridad, magnificada por las alertas de viajes –Travel Advisories– es un freno importante. Otros factores coyunturales también erosionan la demanda, como la plaga de sargazo y la falta de promoción.

CONCLUSIONES



Si bien los últimos 3 meses de 2019 tuvieron un mejor comportamiento, en términos generales se puede hablar de un año de crecimientos bajos en el mercado turístico que ingresa al país por vía aérea. Por tanto, debe entenderse el significado de la pérdida de participación de mercado en Estados Unidos, al tiempo que se debe reconocer que los resultados alcanzados en él no corresponden con un mercado que en 2019 creció al 6.6%.



A pesar de los esfuerzos realizados en el tiempo, el mercado asiático tiene una presencia modesta en el volumen de viajeros. No obstante, se debe perseverar en su atracción pues ya es más grande que el mercado centroamericano en llegadas, con un gasto presumiblemente mucho mayor.



Si bien las estadísticas del turismo internacional han madurado en el tiempo, tanto con el procesamiento de la información migratoria por parte de la autoridad competente, como por el nuevo operativo del Inegi, es deseable que en el corto plazo se realicen esfuerzos para perfeccionar el conocimiento de los mercados, procesando variables como estadía y gasto medio, por tipo de mercado y por destino turístico.



Fuera de Cancún y Ciudad de México, no hay una presencia relevante en rutas originadas en mercados distintos a Estados Unidos y Canadá. Por tanto, se debería trabajar coordinadamente entre los destinos turísticos, los grupos aeroportuarios y las autoridades



correspondientes para fomentar la conectividad hacia otros destinos y desde otros orígenes.



En particular, parece haber mercados que ofrecen oportunidades para la diversificación dentro de los que destacan Brasil que empieza a recuperar el ritmo mostrado al principio de la década, Ecuador que dirige la mayor parte del flujo al aeropuerto de la Ciudad de México, Italia cuyo mercado se ha diluido en el tiempo y Rusia que puede recuperar su sitio en el top 15 en un corto plazo.



Es indispensable el que los destinos que hoy invierten en promoción internacional, sean capaces de medir la eficacia de sus acciones promocionales a través de mejores procesos de evaluación.



Entendiendo que en un relativo corto plazo el mundo puede entrar en un proceso recesivo, es necesario que se fortalezcan las acciones del Consejo para la Diplomacia Turística, incluyendo la asignación de fondos públicos para la promoción turística.



Anáhuac
México

COMITÉ RECTORAL

Dr. Cipriano Sánchez García L.C., Rector

Dra. Sonia Barnetche 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

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/