



Gobierno de
México

Turismo
Secretaría de Turismo

Plan México Turismo

**Acciones y avances del
Plan México**

13 de junio de 2025



2025
Año de
**La Mujer
Indígena**

Relevancia del turismo en México

SUPERACIÓN DE LA POBREZA

Contribuyó con el 9.7% del total entre 2018 y 2022.

LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES

6to. país más visitado del mundo.

CAPTACIÓN DE DIVISAS

3er lugar en captación de divisas
15vo. lugar a nivel mundial.

PIB TURÍSTICO

Ascendió a 2.6 billones de pesos en 2023,
+4.4% vs 2022.

PIB NACIONAL

8.6%

El turismo es uno de los sectores más dinámicos de la economía nacional, más grande que la agricultura, minería y construcción.

EMPLEO TURÍSTICO

5 millones de empleos generados en el primer trimestre de 2025, +3% vs 2024.

Primer empleador de jóvenes y segundo empleador de mujeres.

POTENCIA TURÍSTICA

1er. País en recursos naturales.
5to. país en volumen de turismo interno
5to. país del mundo en recursos culturales.
7mo. lugar mundial en sitios que son Patrimonio Cultural de la Humanidad.
111 Áreas Naturales Protegidas con vocación turística.



2025
Año de
La Mujer
Indígena

Ranking Mundial del Turismo Internacional

Principales destinos turísticos en el mundo:

Con información del Barómetro de la OMT, se presenta la posición de México en el Ranking de Turismo Internacional de 2023:

6° lugar por llegada de turistas internacionales.

15° lugar por ingreso de divisas por turismo.



2025
Año de
La Mujer
Indígena

Ranking Mundial de países por la llegada de turistas 2023

Clasificación		País	Turistas (millones)		Variación %
2022	2023		2022	2023	
1	1	 Francia	93.2	100	7.3%
2	2	 España	71.7	85.2	18.9%
3	3	 Estados Unidos	50.8	66.5	30.9%
5	4	 Italia	49.8	57.2	14.9%
4	5	 Turquía	50.5	55.2	9.3%
6	6	 México	38.3	41.9	9.5%
7	7	 Reino Unido	30.7	37.2	21.1%
8	8	 Alemania	28.5	34.8	22.3%
9	9	 Grecia	27.8	32.7	17.6%
10	10	 Austria	26.2	30.9	17.9%

Fuente: Barómetro de Turismo Internacional de la ONU Turismo. Vol. 22
Última actualización: Septiembre 2024

Top
10
mercados
emisores de
México

Entradas aéreas de turistas extranjeros por país de Residencia						
	País		Enero - Marzo		Participación	Variación %
			2024 p/	2025 p/	2025	2025-2024
1		Estados Unidos	3,669,172	3,858,103	63.00%	5.10%
2		Canadá	1,074,779	1,215,012	19.80%	13.00%
3		Argentina	86,586	114,719	1.90%	32.50%
4		Reino Unido	95,425	91,557	1.50%	-4.10%
5		Colombia	132,618	81,237	1.30%	-38.70%
6		Francia	81,746	73,609	1.20%	-10.00%
7		Alemania	71,028	66,925	1.10%	-5.80%
8		Chile	56,806	56,383	0.90%	-0.70%
9		España	56,917	51,424	0.80%	-9.70%
10		Costa Rica	48,521	49,022	0.80%	1.00%
		Otros	540,213	463,233	7.60%	-14.20%
		TOTAL	5,913,811	6,121,224	100.00%	3.50%



2025
Año de
La Mujer
Indígena

Objetivo fijado para Turismo en el Plan México

Ser el **5to país** más
visitado del mundo
en el 2030.



2025
Año de
La Mujer
Indígena

METAS GENERALES 2025 - 2030



Tasa de crecimiento 2030

46%



Tasa de crecimiento 2030

12%



Tasa de crecimiento 2030

27%



Tasa de crecimiento 2030

9%



Tasa de crecimiento 2030

9.8%



Tasa de crecimiento 2030

31.5%



Tasa de crecimiento 2030

3.3%



Tasa de crecimiento 2030

30%



Tasa de crecimiento 2030

40.5%



Tasa de crecimiento 2030

40.5%



2025
Año de
La Mujer
Indígena

2025 METAS ESPECÍFICAS

* Requiere una fuerte colaboración de otras instituciones.

M1

NUEVOS MERCADOS

Consolidar los nuevos mercados emisores prioritarios de Norteamérica, América Latina, Europa y Asia

M2

CARTERA DE INVERSIÓN

Incorporar 30 mil millones de dólares en inversiones turísticas al Portafolio de Inversión para la Prosperidad Compartida.

M3

MARCA PAÍS

Posicionar la marca país de México en el top 10 mundial

MÉXICO

M7

CONTENIDO NACIONAL

Incrementar el contenido nacional en el turismo: 12% de contenido nacional mediante productos agroalimentarios, artesanales y textiles en la industria hotelera, restaurantera y en alimentos y bebidas.

M6

DIVERSIFICACIÓN Y CONSOLIDACIÓN

Consolidar las vocaciones turísticas regionales y diversificar la oferta desarrollando nuevos segmentos turísticos.

M5

TREN MAYA

Incrementar los usuarios del tren maya, alcanzando un 20% de pasajeros internacionales y un 60% de ocupación en los hoteles Mundo Maya.

M4

INFRAESTRUCTURA

Promover la mejora de infraestructura turística por hasta 15,000 MDP e impulsar la digitalización de los destinos turísticos.

M8

PROFESIONALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN

Incrementar en 30% la profesionalización, verificación y certificación turística.

M9

CONECTIVIDAD

Fortalecer la conectividad a los destinos turísticos: aumentar los pasajeros en 21%, los vuelos en 14% y el turismo internacional en los nuevos trenes en 5%.

M10

SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

Contar con 20 actores turísticos certificados en 70 de los principales destinos turísticos y playas limpias en los principales destinos de sol y playa.



2025
Año de
La Mujer
Indígena

2
0
3
0

Necesidades estratégicas para alcanzar la meta del 5to país más visitado

Colaboración y concurrencia de instituciones clave

- Secretaría de Relaciones Exteriores. (M1 y M3)
- Secretaría de Relaciones Exteriores. (M1 y M3)
- Instituto Nacional de Migración. (M1 y M9)
- Grupos aeroportuarios públicos de SEDENA, MARINA y ASA. (M9)
- Empresas sectorizadas a la SEDENA. (M5)
- Agencia Federal de Aviación Civil. (M9)
- Instituto Nacional de Antropología e Historia. (M1)
- Guardia Nacional. (M1 y M3.7)
- Secretaría de Seguridad y Protección Ciudadana (M1 y M3.7)



5º país más visitado del mundo

Reinversión para potenciar el turismo

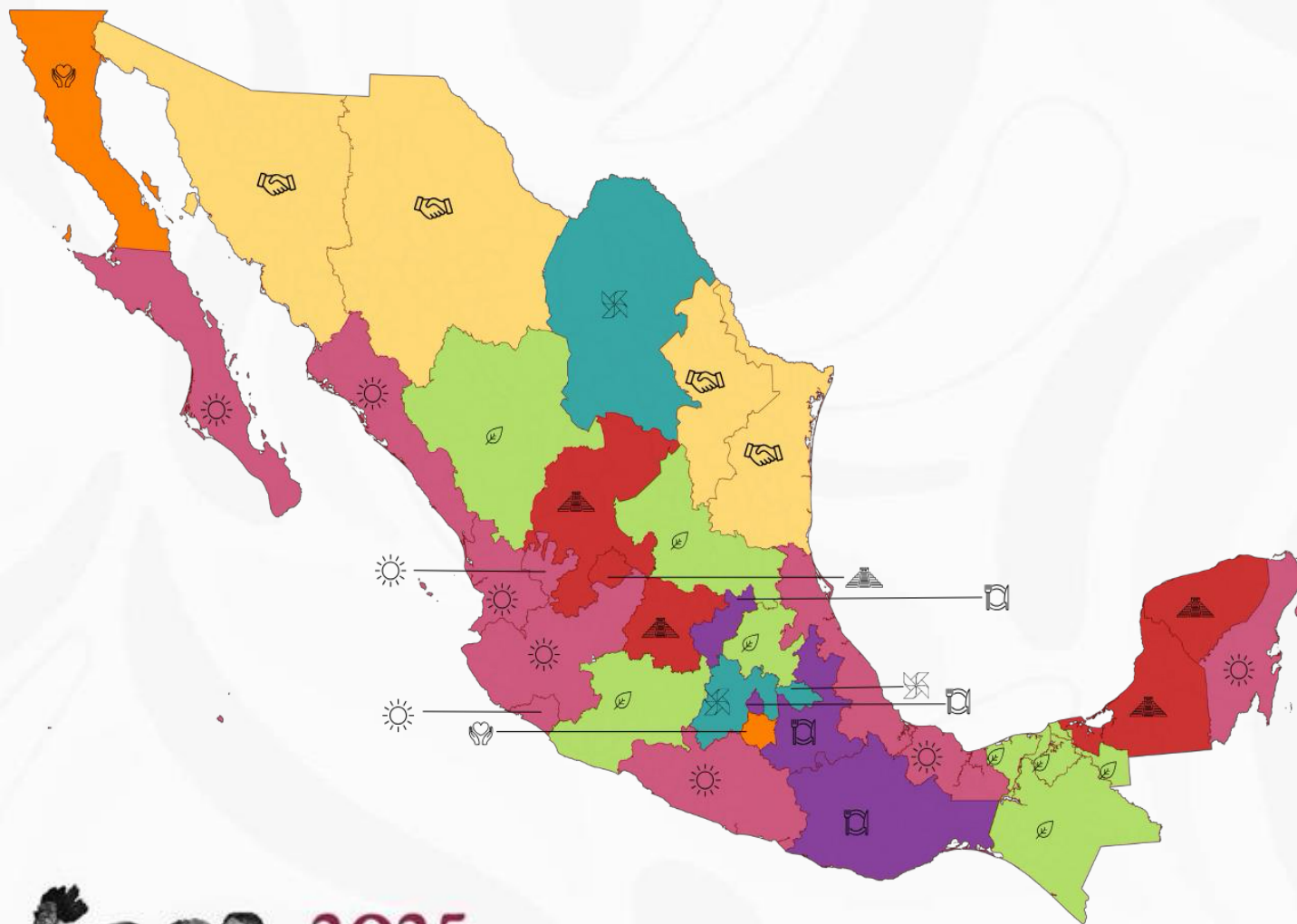
Entre mayor número de turistas entren a México, se obtendrá una mejor recaudación de DNR. Esto tiene efectos positivos más allá del turismo y puede alcanzarse con una reinversión parcial dirigida a reforzar la tendencia positiva del sector, en aspectos tales como:

- **Incrementar la infraestructura turística.**
- **Difusión masiva de la identidad, cultura y atractivos mexicanos.**
- **Activaciones en los mercados emisores prioritarios para México.**
- Defensa y fortalecimiento de la imagen de México y de la marca país para contrarrestar críticas al Tren Maya y percepciones negativas de seguridad pública en el extranjero.



2025
Año de
La Mujer Indígena

Segmentos dominantes conforme al perfil del turista y sus metas de crecimiento al 2030



- Salud y Bienestar **7%**
- Sol y Playa **40%**
- Turismo de Naturaleza **36%**
- Turismo de Negocios **25%**
- Turismo Cultural y de Pueblos Mágicos **25%**
- Turismo cultural y gastronómico **25%**
- Turismo Cultural Arquitectónico/Arqueológico **25%**



2025
Año de
La Mujer
Indígena

Nota: Elaboración propia con información recopilada de fuentes estatales oficiales y estudios públicamente disponibles por cada estado.