### **Brand USA concluye exitosamente en México su Sales Mission 2025**

Del 12 al 17 de enero, Brand USA generó más de 1,750 oportunidades de negocio entre operadores turísticos, agencias de viajes y OTAs, reuniendo a 25 organizaciones de Estados Unidos en las ciudades de Monterrey, Ciudad de México y Guadalajara.

**Ciudad de México, 17 de enero de 2025 – Brand USA**, la organización oficial de marketing turístico de los Estados Unidos, llevó a cabo su Sales Mission anual en México, visitando algunas de las ciudades más importantes del país. Con la participación de 25 empresas —incluyendo estados, ciudades, atracciones turísticas y un operador receptivo— el evento facilitó más de 1,750 reuniones de negocios entre los delegados y miembros clave de la industria, como operadores turísticos, agencias de viajes y OTAs, además de capacitar a más de 300 agentes de viajes en sesiones de formación especializadas.

*"El mercado mexicano es innegablemente vital para el éxito del turismo estadounidense y para la misión de Brand USA de impulsar las visitas internacionales a nuestro país. Este mercado desempeña un papel fundamental en el fomento de la demanda de destinos, atracciones y experiencias estadounidenses. La misión de ventas de Brand USA va más allá de la creación de oportunidades de negocio: se trata de fortalecer relaciones, empoderar a los profesionales del turismo en México y sentar las bases para un crecimiento sostenido. Al conectar a nuestros socios con actores clave en México, nos aseguramos de que Estados Unidos siga siendo una de las principales opciones para los viajeros mexicanos, al tiempo que creamos nuevas oportunidades para satisfacer y superar la demanda en 2025 y más allá",* dijo Malcolm Smith, Senior Vice President, Global Markets & Chief Trade and Product Development Officer.

Durante la agenda de cinco días, la misión de ventas de Brand USA fortaleció relaciones y aseguró nuevas oportunidades de colaboración entre ambos países. A lo largo de las tres ciudades visitadas -Monterrey, Ciudad de México y Guadalajara-, las reuniones B2B entre delegados y tour operadores destacaron la importancia del mercado mexicano como piedra angular de los esfuerzos de promoción turística de Estados Unidos, así como las sesiones de capacitación a más de 300 agentes de viajes.

**Entre los delegados que asistieron a esta Brand USA Sales Mission se encontraban:**

* [Choose Chicago](https://www.choosechicago.com/)
* [Destination DC](https://washington.org/es/)
* [Discover Destinations](https://discover-destinations.com/)
* [Discover Puerto Rico](https://www.discoverpuertorico.com/)
* [Fredericksburg Texas CVB](https://www.visitfredericksburgtx.com/)
* [Grapevine Convention & Visitors Bureau](https://www.grapevinetexasusa.com/)
* [Kentucky Department of Tourism](https://www.kentuckytourism.com/)
* [Las Vegas Convention and Visitors Authority](https://www.lvcva.com/)
* [Los Angeles Tourism & Convention Board](https://www.discoverlosangeles.com/)
* [Macerich Shopping Centers & Fashion Outlets](https://www.macerich.com/)
* [Maverick Helicopters](https://www.maverickhelicopter.com/)
* [Travel Nevada](https://travelnevada.com/)
* [Travel Santa Ana](https://www.travelsantaana.com/)
* [Utah Office of Tourism](https://travel.utah.gov/)
* [Visit Austin](https://www.austintexas.org/)
* [Visit California](https://www.visitcalifornia.com/mx/)
* [Visit Corpus Christi](https://www.visitcorpuschristi.com/)
* [Visit Dallas](https://es.visitdallas.com/)
* [Visit Galveston](https://www.visitgalveston.com/)
* [Visit Houston](https://www.visithoustontexas.com/)
* [Visit Oakland](https://www.visitoakland.com/)
* [Visit Salt Lake](https://www.visitsaltlake.com/)
* [Sheridan Travel & Tourism](https://sheridanwyoming.com/)
* [Visit Seattle](https://visitseattle.org/)
* [Wyoming Office of Tourism](https://travelwyoming.com/)

Eventos como éste refuerzan el compromiso de Brand USA de dar forma a una visión audaz para el futuro del turismo receptivo. Esto incluye aprovechar los conocimientos del mercado para establecer nuevos récords, al tiempo que se aprovechan los puntos fuertes del pasado y se fomenta la colaboración con los profesionales del turismo de México.

#### **Panorama del mercado mexicano**

En 2023, México y Canadá juntos representaron más del **50% de las llegadas internacionales** a los Estados Unidos, con México consolidando su posición como la **segunda mayor fuente** **de turistas internacionales.** En septiembre de 2024, la ampliación de la capacidad aérea permitió a 12,3 millones de mexicanos explorar una gama más amplia de destinos estadounidenses, un **aumento del 18%** en comparación con el mismo período de 2023. Se espera que esta cifra alcance los **17,1 millones** a finales de año y supere los **22 millones** en 2025, superando los niveles previos a la pandemia y contribuyendo significativamente al objetivo de dar la bienvenida a 86,2 millones de visitantes internacionales al año.

Además, los viajeros mexicanos han demostrado un notable crecimiento en el gasto turístico, alcanzando los **21,000 millones** de dólares en 2023. Este aumento reafirma la posición de México como el **segundo mayor** **mercado** en términos de gasto turístico. Factores como la proximidad geográfica, la expansión de la clase media mexicana y las crecientes conexiones aéreas directas han consolidado aún más a Estados Unidos como destino preferido y piedra angular de la industria turística.

#### **Nuevas incorporaciones al equipo directivo**

Brand USA acaba de anunciar incorporaciones estratégicas a su equipo directivo para seguir reforzando sus esfuerzos de promoción de Estados Unidos como destino turístico de primer orden. Estos cambios pretenden impulsar la innovación y mejorar la capacidad de la organización para navegar por el cambiante panorama turístico. La ampliación del equipo directivo refleja el compromiso de Brand USA con la creación de programas impactantes y el fomento de conexiones más sólidas con socios internacionales.

#### **Novedades en Estados Unidos - Destacados para 2025**

Brand USA también desveló las novedades más interesantes de Estados Unidos para 2025, con una amplia gama de atracciones, eventos y destinos. Desde el lanzamiento de nuevos museos y lugares de interés cultural hasta experiencias mejoradas en parques nacionales y centros urbanos, Brand USA sigue mostrando la riqueza y diversidad de experiencias de viaje disponibles para los visitantes. Estos esfuerzos se alinean con la misión de la organización de inspirar a los viajeros internacionales para que exploren las enormes oportunidades que ofrece Estados Unidos.

Para más detalles sobre estos anuncios, visite la sala de prensa de Brand USA:

* [Incorporaciones al equipo directivo](https://www.thebrandusa.com/media/newsroom/brand-usa-announces-new-additions-leadership-team)
* [Novedades en EE.UU. 2025](https://www.thebrandusa.com/whatsnew)

Brand USA mantiene su compromiso de fomentar conexiones significativas y promover Estados Unidos como destino turístico de primer orden. Con cada iniciativa, la organización sigue tendiendo puentes entre los mercados estadounidense e internacional, inspirando a los viajeros de todo el mundo a explorar las diversas y dinámicas experiencias que ofrece el país. Para más información, visite [www.thebrandusa.com](https://www.thebrandusa.com/) o póngase en contacto directamente con el equipo de Brand USA.

###

**Acerca de Brand USA**

Brand USA, la organización de marketing de destinos para los Estados Unidos, fue establecida por la Ley de Promoción de Viajes como la primera asociación público-privada del país para promover a los Estados Unidos como un destino de viajes de primer nivel y comunicar las políticas y procedimientos de viajes de los EE. UU. a los viajeros de todo el mundo. La misión de la organización es aumentar las visitas internacionales a los EE. UU. para impulsar la economía estadounidense y mejorar la imagen de los Estados Unidos en todo el mundo. Constituida como Corporación de Promoción de Viajes en 2010, la entidad público-privada inició operaciones en mayo de 2011 y opera como Brand USA. Según estudios de Oxford Economics, en los últimos cuatro años las iniciativas de marketing de Brand USA han ayudado a dar la bienvenida a 4,3 millones de visitantes incrementales a los EE. UU., beneficiando a la economía estadounidense con casi $30 mil millones en impacto económico total, lo que ha sustentado, en promedio, 51,000 empleos incrementales al año.

**Brand USA Media Contacts:**

Chris Heywood | Senior Vice President, Public Relations & Chief Communications Officer: [cheywood@thebrandusa.com](mailto:cheywood@thebrandusa.com)

Andrew Felts | Senior Manager, Media Relations & Communications: [afelts@thebrandusa.com](mailto:afelts@thebrandusa.com)

**Contacto para prensa:**

Carolina Trasviña | Public Relations Director: [ctrasvina@thebrandusa.mx](mailto:ctrasvina@thebrandusa.mx)

Mariana Espíritu | Public Relations Manager: [mespiritu@thebrandusa.mx](mailto:mespiritu@thebrandusa.mx)

**Contactos para la industria turística:**

Maricarmen Maldonado | Trade Director: [mmaldonado@thebrandusa.mx](mailto:mmaldonado@thebrandusa.mx)

Regina Baca | Trade Manager: [regina@salesinternacional.com](mailto:regina@salesinternacional.com)