

SIERRA MADRE: 21 AÑOS DE CRECIMIENTO EXPONENCIAL CON VISIÓN NATIONWIDE

Diego Ontañón

Sub Director
de Operadora Turística Sierra Madre

En una industria donde muchos prometen disrupción y pocos sobreviven a las crisis, Operadora Turística Sierra Madre cumple 21 años con una narrativa que no empieza en una sala de juntas corporativa, sino en un tapanco. Literalmente.

En conversación amplia y sin filtros, Diego Ontañón reconstruye la historia de la empresa: su origen familiar, la ruptura con el retail, la pandemia como parteaguas y la obsesión permanente por el servicio.

El resultado es una radiografía honesta de una mayorista que decidió no vender directo, no dejar de creer y no abandonar al agente cuando el mundo se detuvo.



EL ORIGEN: UN TAPANCO, UNA REPRESENTACIÓN Y UNA VISIÓN CLARA

Sierra Madre nace en 2005 como respuesta a una necesidad muy concreta. Una pequeña red minorista en Monterrey recibe la propuesta de representar a un potente tour operador español: Eurovips. Lo que pudo haber sido un proyecto temporal se convirtió en el embrión de una mayorista.

“

“Sierra Madre nace por la necesidad de una pequeña red minorista que existía en Monterrey... y nace en un pequeño tapanco de una agencia de viajes.”



La fundadora fue Rosa María Cantú de Hinojosa, propietaria de la reconocida agencia regiomontana La Silla Tours. Desde el inicio, la operación tenía un enfoque claro: servir a agencias. Sin embargo, el verdadero punto de inflexión llega entre 2012 y 2014, cuando la empresa se desvincula completamente del retail y se consolida como operadora independiente.

“Ya nace como una operadora totalmente independiente, con una gestión totalmente independiente y dedicada a dar servicio a las agencias locales.”

La primera etapa fue regional: Monterrey, Saltillo, Reynosa, Matamoros. Después, el crecimiento fue más estructurado. En 2014, Diego Ontañón se incorpora con una visión de expansión organizada.

“Empieza esa segunda etapa de un crecimiento más organizado, más exponencial y con una visión más... nationwide.”

EL RELEVO GENERACIONAL: MIGUEL ENTRA EN ESCENA

Miguel Hinojosa, hijo de la fundadora, asume la dirección tras un proceso de preparación y formación.



“Miguel es el heredero de la agencia mayorista fundada por su madre... él es el primer propietario y director general de esta empresa.”

Ese relevo marcó la separación definitiva de La Silla Tours y consolidó el ADN mayorista de Sierra Madre.

**EL RELEVO GENERACIONAL:
MIGUEL ENTRA EN ESCENA**

Miguel Hinojosa, hijo de la fundadora, asume la dirección tras un proceso de preparación y formación.

“Miguel es el heredero de la agencia mayorista fundada por su madre... él es el primer propietario y director general de esta empresa.”

Ese relevo marcó la separación definitiva de La Silla Tours y consolidó el ADN mayorista de Sierra Madre.

UNA FRASE QUE RESUME 21 AÑOS

Cuando se le pide resumir dos décadas en una sola frase, Ontañón no duda:

“Al servicio exclusivo de las agencias de viajes.”

No es una frase de marketing. Es una declaración estructural. Sierra Madre nunca vendió directo al pasajero final y nunca pretendió hacerlo.

“La empresa nace así, nace pensando siempre en el servicio exclusivo a las agencias de viajes.”



visittampabay.com

LA PANDEMIA: EL MOMENTO QUE LO CAMBIÓ TODO

Si hay un episodio que define la resiliencia de la empresa, es la pandemia.

“El mismo que estás pensando tú... la pandemia.”

El 20 de marzo de 2020 fue el día en que entendieron que el turismo internacional se detenía. Pensaban que serían tres o cuatro meses. No fue así.

“Pensábamos en 2, 3, 4 hasta 5 meses como un escenario trágico.”

La conversación con su hijo —recién salido de una subespecialidad en infectología— fue reveladora.

“Me dijo: ‘No, pa, yo creo que esto por lo poco se va a ir a 2 años.’”

El dilema fue brutal: cerrar o reinventarse.

“Si se cierra el mundo, que nosotros solo vendemos internacional, ¿qué vamos a hacer?”

La respuesta fue apostar por turismo nacional. Y ahí encontraron un nicho inesperado.

“Nunca dejes de creer.”

Esa frase, tomada del mundo del fútbol, se convirtió en mantra empresarial.

Mientras grandes operadores luchaban por reacomodar pasajeros, Sierra Madre encontró oportunidad en el caos.

“Los agentes de viaje estaban cabreadísimos... necesitábamos decirles: aquí estamos nosotros.”

El resultado fue un boom nacional que salvó la operación y abrió una nueva línea estratégica.

LOS DESTINOS QUE IMPULSAN EL CRECIMIENTO

El turismo nacional fue el salvavidas en pandemia. Pero hacia adelante, la apuesta es clara:

“Hoy Europa, Medio Oriente y Oriente son los grandes destinos que nos van a impulsar.”

Japón, Indochina, Australia, Nueva Zelanda. Destinos antes complejos por conectividad hoy son más accesibles.

“Hoy ya es muy fácil llegar a esos destinos.”

Estados Unidos, en cambio, enfrenta incertidumbre geopolítica.

“Me gustaría decir Estados Unidos... pero viendo el panorama actual, es aventurarse.”

**TECNOLOGÍA VS SERVICIO:
EL GRAN EQUILIBRIO**

En una industria obsesionada con la automatización, Sierra Madre apuesta por el balance.

“El cliente quiere servicio.”

La IA puede crear itinerarios perfectos, pero cuando el hotel en Estrasburgo no aparece, la diferencia es humana.

“Llamó por teléfono y le contestó una computadora... y lo que quiere es llegar al hotel.”

La misión es clara: rapidez digital sin perder respaldo humano.

“La cotización la quiero ahorita... y la quiero ahorita.”

El sistema debe dar velocidad. El equipo debe dar certeza.

“Cuando se logre ese equilibrio... ahí está el futuro.”

EL CONSEJO AL DIEGO DE HACE 21 AÑOS

La última pregunta es personal.

¿Qué le diría al Diego que empezó?

La respuesta vuelve al mantra.

“Nunca dejes de creer.”

**MÁS QUE UNA EMPRESA,
UNA CONVICCIÓN**

Sierra Madre no es la historia de una expansión meteórica financiada por capital extranjero. Es la historia de una empresa que nació en un tapanco, que sobrevivió a la mayor crisis del turismo moderno y que decidió mantenerse fiel a un principio incómodo en tiempos de desintermediación: el agente importa.

21 años después, el discurso no gira en torno a cifras, sino a convicciones.

Servicio. Honestidad. Exclusividad para el trade.

En un mundo donde muchos se reinventan cada temporada, Sierra Madre eligió algo más difícil: mantenerse coherente.

Y como repite Diego Ontañón una y otra vez:

“Nunca dejes de creer.”



travelreport.mx