



## COMUNICADO DE PRENSA

### **Arranca la Campaña #SoyMéxico para volver a viajar y reconectarse responsablemente a través de las emociones y experiencias que México ofrece**

**Ciudad de México, 30 de junio de 2021.**- A través del exaltamiento de los valores de México como país, este día surge un colectivo conformado por la iniciativa privada, cuya idea es reimpulsar la industria de viajes en nuestro país de manera responsable, luego de tantos meses de sufrir un fuerte impacto económico provocado por la pandemia de Covid-19.

Es así como esta iniciativa detonada por **IAB (Interactive Advertising Bureau) México**, asociación sin fines de lucro cuyo objetivo es integrar y fomentar el crecimiento de la industria a través del desarrollo y difusión de estudios, programas educativos y mejores prácticas en la industria de la publicidad digital y marketing interactivo; está uniendo a los jugadores más representativos de esta industria para generar un impulso a la reactivación del turismo en México para su pronta recuperación.

El punto de partida de este proyecto está vislumbrado a seis meses, en los que la idea es sumar voluntades y esfuerzos para que cada empresa perteneciente a la industria de *travel*, ciudad, estado o municipio se adueñe del concepto denominado **#SoyMéxico** y difunda los materiales de marketing y comunicación creativa donados pro-bono por los diferentes aliados estratégicos que conforman el colectivo (*publishers*, marcas y asociaciones, desarrollo y gestión), para fomentar los viajes por México como un proyecto recurrente y con una visión de tres a cuatro años.

“Este proyecto es sumamente realista y pragmático que ha pasado por una incubación, pre-producción y desarrollo de esta primera etapa a la que hemos logrado integrar y mapear a los aliados estratégicos que nos han permitido implementar plataformas tecnológicas, desde *ad serving* hasta de *social listening* y herramientas de análisis de la conversación que inician justo hoy que es el arranque de esta campaña”, señaló Gabriel Richaud, director General de IAB México.

El concepto creativo de la campaña #SoyMéxico es inspiración de Jorge Cejudo “el Cejas”, el artista vivo con más presencia urbana en la CDMX y el más activo en la última década, cuya creación representa la mano de un corazón que interpreta el acto de dar o recibir y que en origen fue donado por el artista a las asociaciones de hoteles y restaurantes de la Ciudad de México. “Hoy en día, la intención es crecer este símbolo para que sea aprovechada al máximo por toda la industria turística nacional, ubicando en su interior imágenes, texturas, sensaciones o momentos que evoquen toda la riqueza que encierra México como destino turístico”, comentó Jorge Cejudo.

La industria del turismo fue una de las más afectadas durante la pandemia. Por ello, IAB México aprovechó el inicio de la campaña #SoyMéxico para dar a conocer el estudio “**Journey Digital del Viajero Mexicano**” donde se demuestra la capacidad de adaptación del viajero nacional a la



nueva normalidad. El documento arroja información fundamental para generar estrategias efectivas que impulsen su reactivación. El estudio puede consultarse en este [enlace](#).

“En los resultados del estudio nos podemos percatar que existe un interés legítimo por el usuario de retomar las actividades lúdicas con cautela y con responsabilidad”, apuntó Daniel Saavedra, Gerente de Marketing & Business Intelligence de IAB México. “Uno de los aspectos fundamentales para los encuestados es sin duda la seguridad con que puedan salir de sus ciudades, siendo el semáforo epidemiológico, las promociones y descuentos los principales factores que influirán en la decisión de viaje del internauta afín a la categoría”, complementó el ejecutivo.

La campaña #SoyMéxico arranca con 25 destinos piloto de México que gracias a la vinculación de Alchemia Communications Group, agencia de comunicación y marketing integrado, con las asociaciones de turismo de México, la invitación queda totalmente abierta para que cualquier otro destino del país que desee sumarse en adoptar el proyecto, lo realice ya sea como aliado o como embajador, en beneficio de la industria turística con las herramientas y recursos dispuestos por el colectivo durante julio y agosto.

“Estamos entusiasmados en apoyar este magnífico esfuerzo de impulso a la reactivación económica del sector, liderado por IAB México y todos los actores que conformamos este estupendo colectivo, aportando nuestro conocimiento y relación con la industria turística y además con nuestras herramientas de comunicación para lograr alcanzar este anhelado objetivo que es volver a viajar por México”, indicó Lourdes Berho, presidente y CEO de Alchemia Communications Group.

El movimiento #SoyMéxico, comienza sus actividades en el mes de julio y los detalles pueden encontrarse en la página web: [www.soymexico.info](http://www.soymexico.info).

