



The Portrait of the International Mexican Traveller

(El retrato del viajero internacional mexicano)



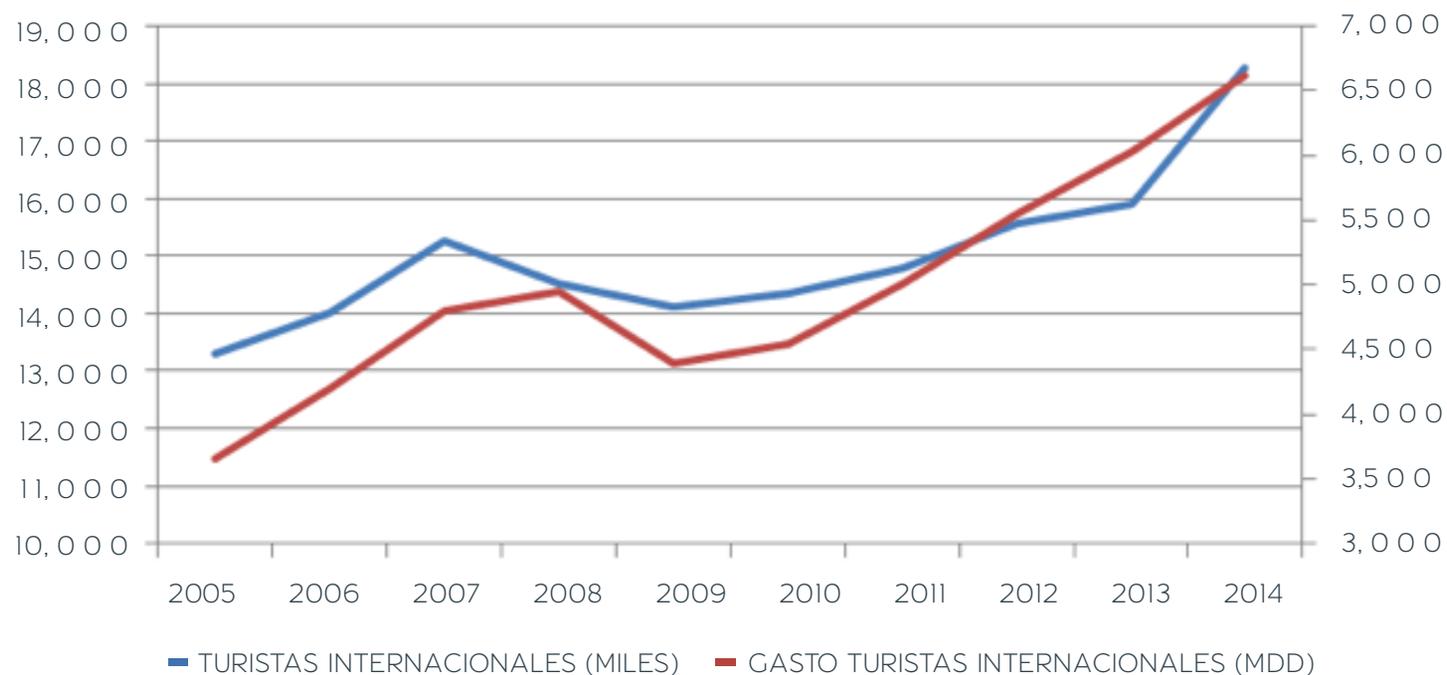
El Mercado

DE TURISMO DE VIAJES AL EXTRANJERO DE MÉXICO CADA DÍA ES MÁS RELEVANTE :

- ¿Sabías que en el 2014 los mexicanos realizaron 18.2 millones de viajes al extranjero y ha aumentado 37% desde el 2005?
- ¿Tenías presente que lo que gastan los mexicanos fuera de su país es 80% superior al 2005 y que México se ubica entre los 30 países que más gastan en sus viajes al extranjero?
- México es el tercer mercado egresivo más grande de América, ubicándose detrás de EEUU y Canadá.
- México representa el segundo mercado emisor para Estados Unidos; uno de los más importantes para Canadá y es cada vez es más relevante en Europa, Centro y Sudamérica.
- 9 de cada 10 viajes de los mexicanos al extranjero son de corta distancia (es decir, con destino dentro del continente) y el resto son viajes de larga duración.
- Dos terceras partes de los viajes que realizan los mexicanos al extranjero son reservados con menos de dos meses de anticipación, sin embargo el tiempo de planeación ha aumentado, así como la estadía promedio y el gasto per cápita.
- El mexicano que viaja al extranjero cada vez está más preparado y es más exigente, por lo que requiere un mayor conocimiento de sus preferencias para poder adaptarse a sus necesidades y aumentar su llegada

Conoce las últimas tendencias del turista mexicano en el exterior.....

VIAJES Y GASTO DE LOS MEXICANOS EN EL EXTRANJERO (BANCO DE MÉXICO)





Objetivo

DEL PROYECTO:

Descubrir, conocer y determinar el perfil del viajero mexicano que viaja al extranjero así como sus hábitos de viaje, preferencias, gustos y niveles de satisfacción a fin de recabar información que

permita a quienes desarrollan oferta turística para ellos, contar con elementos para el desarrollo de productos, diseño de campañas de promoción e inteligencia comercial.



¿Si usted es...?

ESTE PROYECTO LE INTERESA:

-
- Países, provincias o destinos turísticos que reciban actualmente o busquen recibir un mayor número de turistas mexicanos: Ministerios o secretarías de turismo, organizaciones de promoción turística, oficinas de congresos y visitantes.
 - Empresas relacionadas con el medio turístico: aerolíneas, cadenas hoteleras, centros comerciales, casinos, operadores, agentes de viajes.



¿Qué proponemos hacer?

- Revisión de fuentes secundarias para determinar la situación actual del turismo egresivo mexicano y obtener información macroeconómica, estadísticas y otros estudios.
- Desarrollo de una encuesta cuantitativa a nivel nacional, a turistas que viajen al extranjero . Se

propone un levantamiento por internet y con una muestra lo suficientemente grande (3,600 casos efectivos) como para poder segmentar y agrupar a los turistas por preferencias, hábitos y características. Se busca la representatividad nacional así como de las principales regiones del país, para determinar mercados emisores regionales relevantes.

²Niveles socio económico A/B y C+, de acuerdo a la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación (AMAI).

³Con un intervalo de confianza del 95% y un error muestral de +/- 5%.

TEMAS A CUBRIR EN LA ENCUESTA

- *Perfil socio demográfico y psicográfico del turista mexicano que viaja al extranjero.*
- *Tendencias actuales de mercado egresivo mexicano en cuanto a gustos y preferencias de viajes y actividades en el extranjero.*
- *Tamaño del mercado y sus características.*
- *Análisis del proceso de planificar, idear, decidir y adquirir el viaje (uso y consumo de medios, fuentes de información e influyentes).*
- *¿Por qué viajan a determinado destino y por qué no?*
- *Hábitos de viaje: frecuencia, tamaño e integración del grupo, gasto, temporalidad, tipo de transporte, duración, entre otros.*
- *Elementos que generan atracción, repulsión, repetición, satisfacción y lealtad.*
- *Análisis geográfico de mercados emisores mexicanos. Análisis por destinos específicos y comparativos contra otros destinos.*
- *Resolución de preguntas específicas, temas particulares, pruebas de conceptos, entre otros.*

¿QUÉ OFRECEMOS?

<i>Nivel</i>	<i>Beneficios</i>
<i>Patrocinador</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Estudio general sobre el perfil que viaja al extranjero. - 4 preguntas específicas (a elección del cliente se podrá procesar con el resto de la publicación). - Logo en el documento. - Presencia comercial en la conferencia de prensa. - Mención en los comunicados de prensa. - Presentación personalizada. <p style="text-align: center;"><i>16,500 USD</i></p>
<i>Suscriptor</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Estudio general sobre el perfil que viaja al extranjero. <p style="text-align: center;"><i>10,000 USD</i></p>
<i>Adicionales</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Preguntas adicionales: posibilidad de un cliente de agregar cuestiones específicas de su interés (con la posibilidad de que los resultados no se divulguen). <i>1: 2,000 2: 3,800 3: 5,600 4: 7,200 5: 9,000</i> - Muestra específica para obtener representatividad para un destino en especial (incluye análisis de los que viajan contra los que no viajan). - Resolución de asuntos concretos: pruebas de concepto, planes de negocios, y desarrollo de planes estratégicos. - El precio se determinará de acuerdo a las solicitudes.



Fechas Clave:

31 DE MARZO / Cierre de recepción de patrocinadores.

ABRIL Y MAYO / Levantamiento de datos, procesamiento y elaboración del documento.

JUNIO / Publicación del estudio, conferencia de prensa y presentación de resultados.



Quienes somos:



- **Brands Travel** Somos una boutique de marketing, comunicacion y medios, especializados en aquellas industrias relacionadas con los viajes. Con un enfoque creativo y poco tradicional, borramos las barreras entre ser un proveedor de servicios de marketing y ser un desarrollador de negocios para nuestros clientes



- **STA Consultores** es una empresa de consultoría especializada en investigación y planeación, la formulación de estrategias y la medición en las industrias de turismo y reuniones en México y el Mundo (www.staconsultores.com).



- **FACTUM Mercadotécnico** se dedica a la realización de estudios de mercado desde hace 24 años, incluyendo diversos en el sector turismo para empresas públicas y privadas, nacionales e internacionales. Es socio fundador de la AMAI (www.factum-marketing.com)



Contacto:

BRANDS TRAVEL

USA

Carlos Ulibarri

carlosuo@brandstravel.com

México

Karla Arana

karana@brandstravel.com