



INFORME PÚBLICO FITURCA 2023

LOS  CABOS

LOS 
CABOS

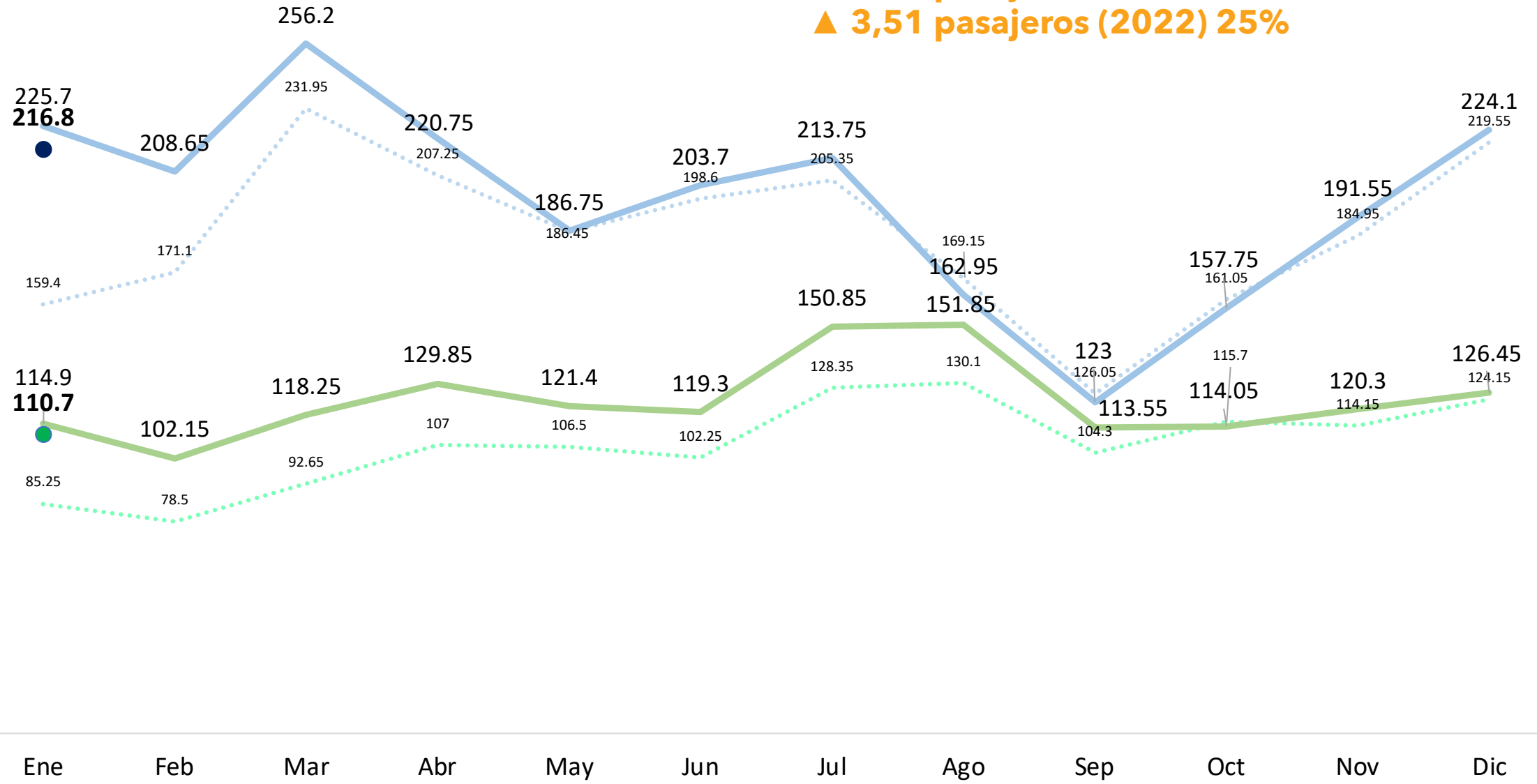
FIDEICOMISO DE TURISMO DE LOS CABOS

LLEGADA DE PASAJEROS AL AEROPUERTO DE LOS CABOS EN 2023 (VS 2021)

PASAJEROS TOTALES HACIA LOS CABOS

▲ 3,85 pasajeros (2023) 9.9%

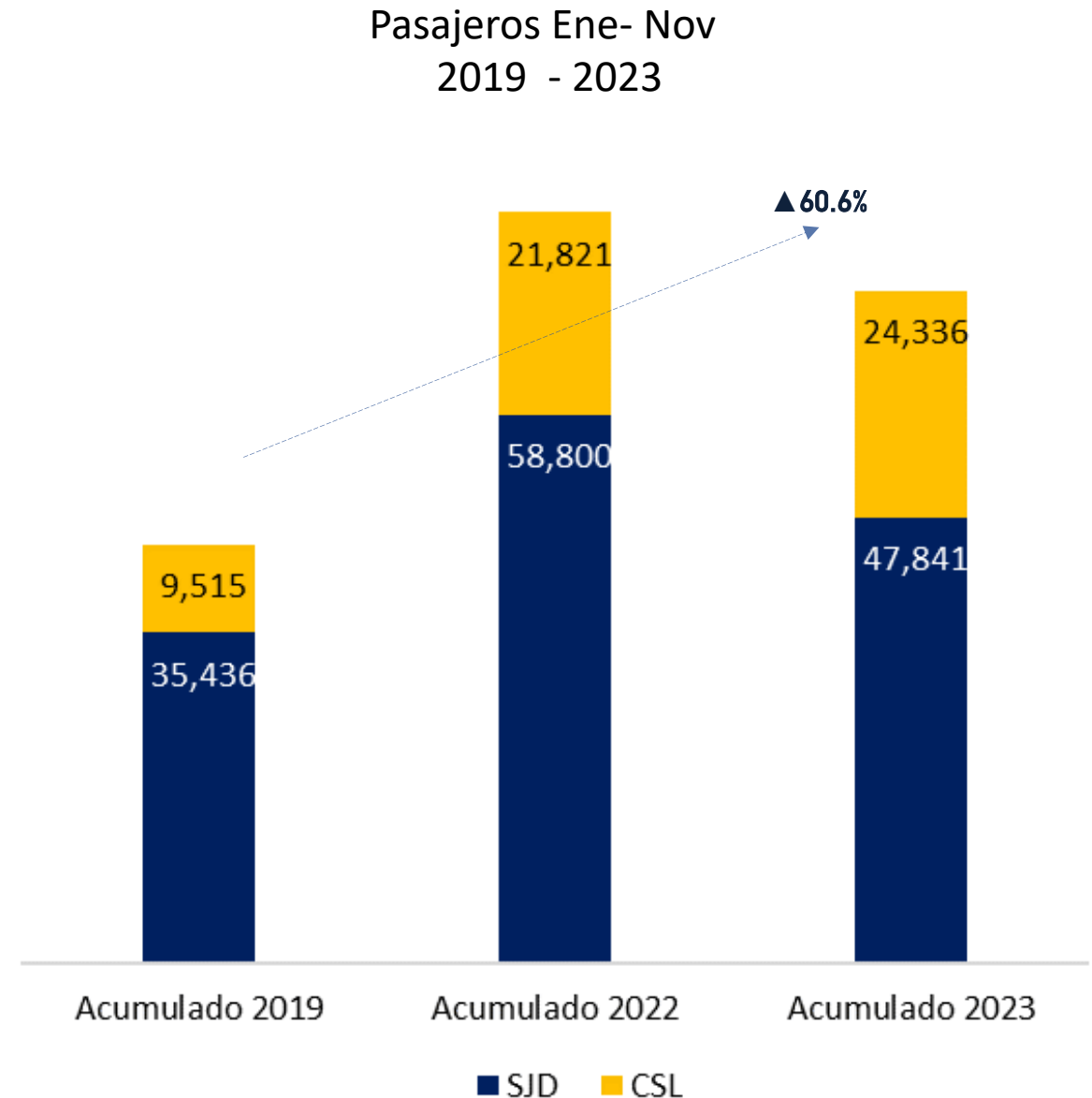
▲ 3,51 pasajeros (2022) 25%



PASAJEROS INTERNACIONALES EN AVIACIÓN PRIVADA

▲ 72.177 mil pasajeros en 2023 (noviembre 2023)

- Un crecimiento del 60,6% respecto a 2019 y un descenso del -25,68% respecto a 2022.
- Llegada de turistas internacionales correspondientes a la aviación privada a los aeropuertos de Cabo San Lucas (CSL) y San José del Cabo (SJD).



PASAJEROS DE MERCADOS EMERGENTES

▲ 61.787 pasajeros

- Crecimiento del flujo turístico diversificando el origen desde mercados secundarios. Esta sección destaca los mercados emergentes, y más adelante en este informe se detallarán las acciones promocionales para estimular la demanda hacia Los Cabos.

ESPAÑA

▲ ▲ Incremento del 47,2% vs 2022 en pasajeros.

Vuelo directo desde Madrid en verano

JAPÓN

▲ Incremento del 251,1% vs 2022 en pasajeros.

Campaña promocional en curso.

ALEMANIA

▲ Incremento del 25,7% vs 2022 en pasajeros.

Trade Shows y casos de negocio para rutas aérea.

	IATA	SIOM	In favor of IATA	In favor of SIOM
United States	2,027,265	1,822,886	204,379	
Canada	164,721	175,660		10,939
Colombia	8,989	1,398	7,591	
United Kingdom	4,003	8,961		4,958
Argentina	903	967		64
Brazil	1,066	1,934		868
France	1,417	2,411		994
Spain	6,157	3,051	3,106	
Peru	2,695	444	2,251	
Germany	1,433	2,709		1,276
Australia	1,031	6,312		5,281
Korea	995	3,976		2,981
Israel	1,393	1,184	209	
Japan	2,840	1,863	977	
Total	2,224,908	2,033,756	218,513	

Indicadores Clave (Dic-2023)

Llegadas EE.UU. Todo México (acum-2023):

12 millones

+3.3% vs 2022

Llegadas Canadá Todo México (acum-2023):

2.1 millones

+45.3% vs 2022

Llegadas EE.UU. SJD (acum-2023):

1.8 millones

+3.4% vs 2022

Llegadas Canadá SJD (acum-2023):

175.6 mil

+42.9% vs 2022

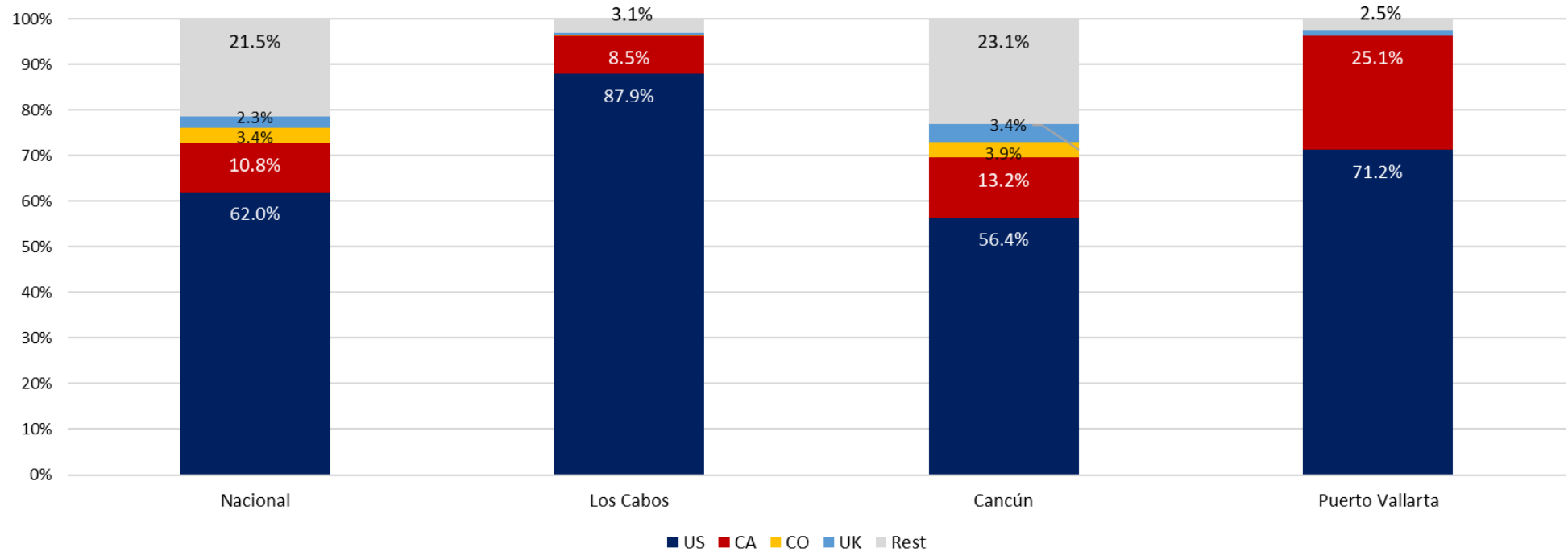
Llegadas Otros mercados a SJD (acum-2023):

82.1 mil

+31.5% vs 2022

Participación de Llegadas por nacionalidad, vía aérea a SJD y competidores selectos

Participación de Llegadas por nacionalidad, vía aérea a SJD y competidores selectos



FUENTE: INM- SIOM

OCUPACIÓN HOTELERA

▲ **70% promedio durante el 2023**

- El número de cuartos disponibles al cierre del 2023 es de 22,372 cuartos.

OCUPACIÓN AIRBNB Y SIMILARES

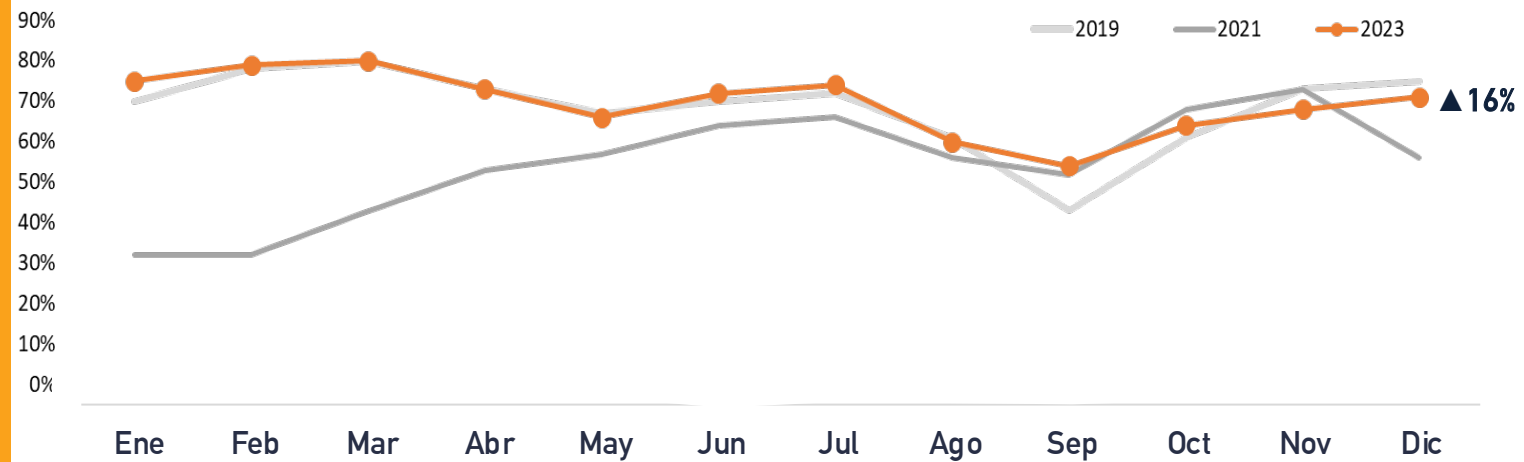
▲ **55% promedio durante el 2023**

TARIFA PROMEDIO

▲ **\$458 dls.** +48.5% vs 2021

RevPAR

▲ **\$327 dls.** +93.6% vs 2021



ACTIVIDADES QUE PREFIEREN LOS VISITANTES

▲ 66% prefieren actividades de naturaleza

Actividades de naturaleza terrestre

▲ 56%

▲ 14%

Cultural y gastronómico

66%

34%

2023

Actividades de naturaleza acuática

▲ 10%

▲ 20%

Bienestar y Eventos

59%

41%

2022

61%

39%

2021

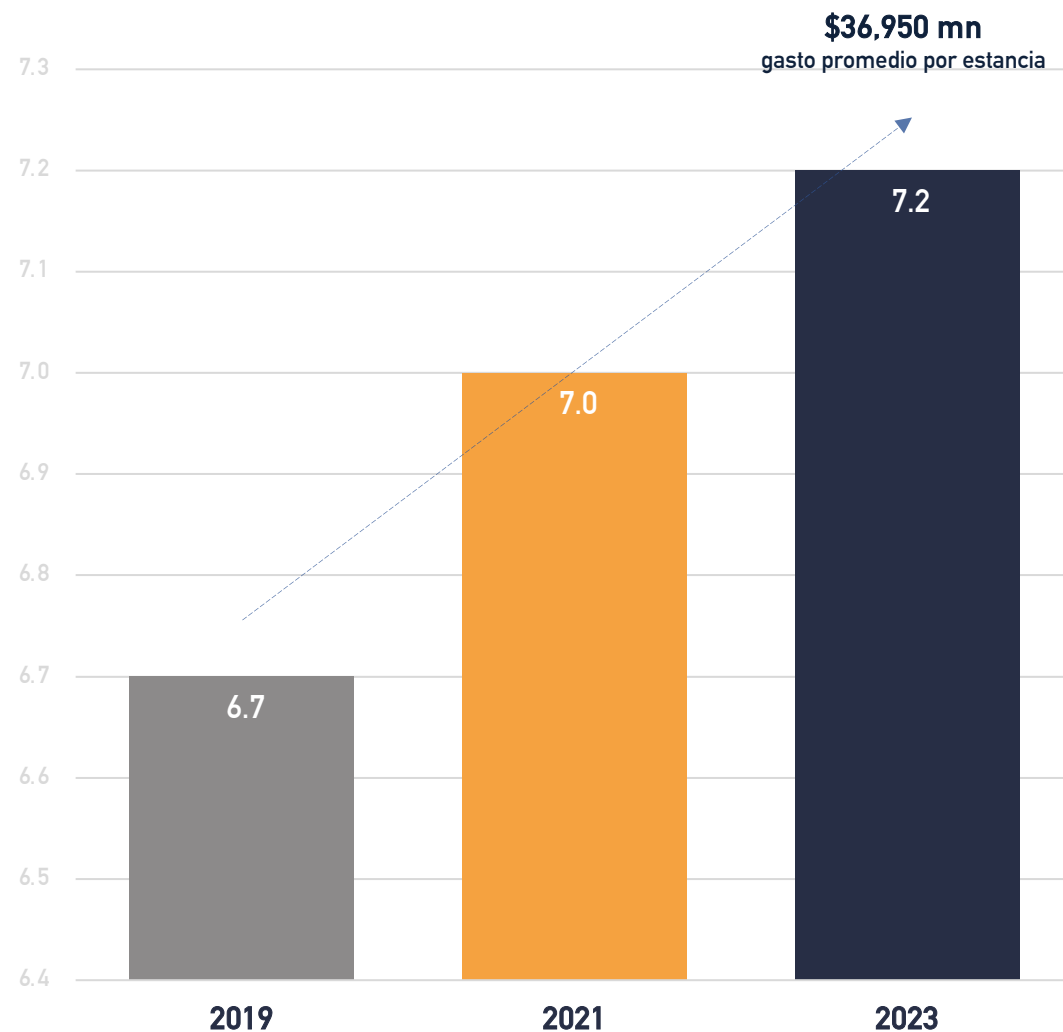
GASTO PROMEDIO (persona/diario)

\$5,359 promedio por día durante el 2023

- En este año se registró un ajuste en el gasto promedio por persona por día y por estancia, respecto al 2019 y 2021. Para el 2023 el **gasto promedio por estancia** alcanzó los **\$36,950 mn**, Los Cabos se mantiene como uno de los destinos turísticos más competitivos.

ESTANCIA PROMEDIO (días)

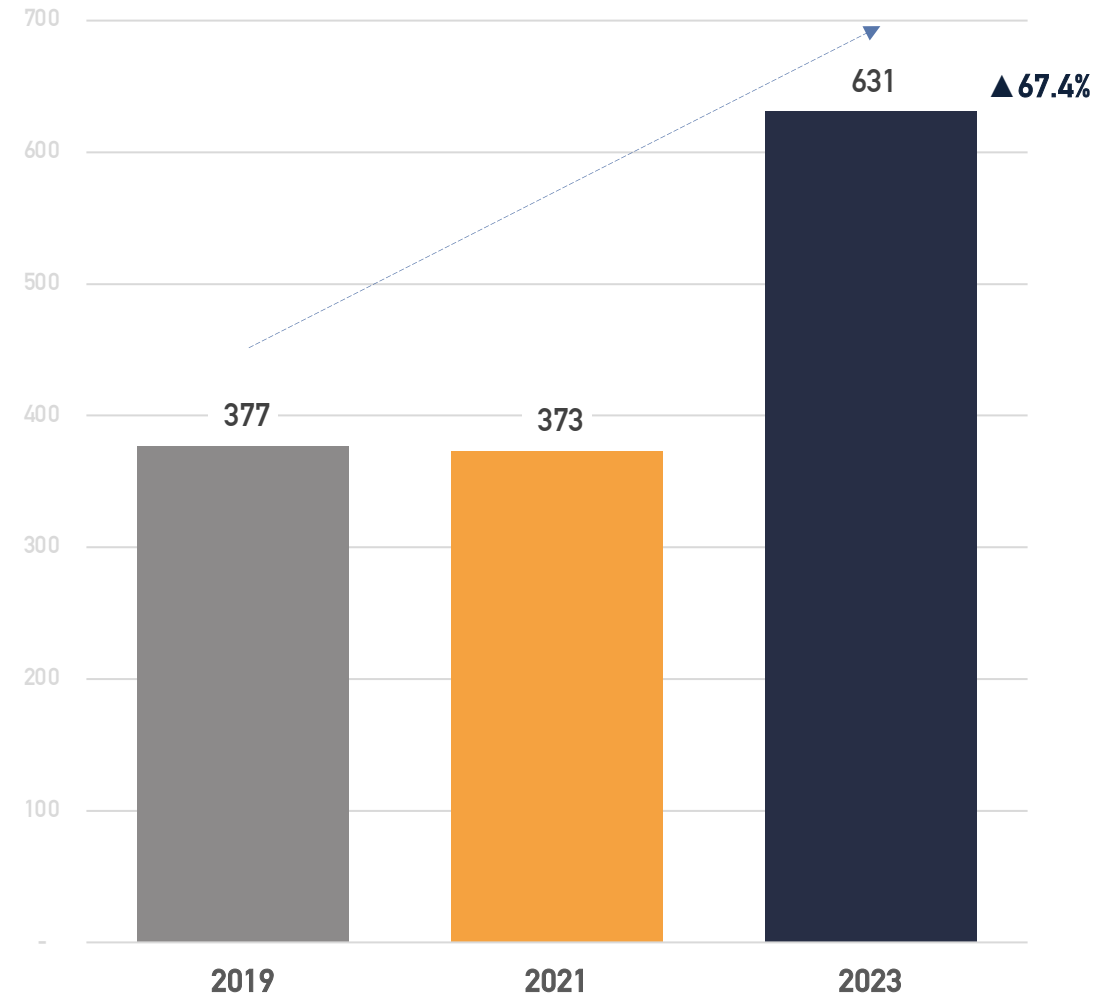
7.2 días



INDUSTRIA DE REUNIONES

▲ 631 RFP'S recibidos

- Durante el 2023 se mantuvo la tendencia de crecimiento para el negocio grupal.
- Un crecimiento durante el 2023 del 69.2% respecto al 2021, lo que confirma el interés de los organizadores de eventos en el destino por la mezcla de atributos para realizar un programa de *meetings* o incentivos.
- El 94% de los planeadores confirma elegir Los Cabos por alto estándar de servicio en toda la cadena de valor.



NIVELES DE PERCEPCIÓN

DEL IMPACTO POSITIVO DEL TURISMO EN LA COMUNIDAD

64%

de los residentes opina que
**EL TURISMO GENERA
EMPLEO Y MEJORA EN SU
CALIDAD DE VIDA**

A.

El 75% de las personas empleadas en sectores relacionados con el turismo cuentan con prestaciones de ley.

B.

El promedio de ingresos mensuales de las familias residentes es de \$12,000 mn con empleos relacionados al turismo con capacidad de ahorro y poder adquirir bienes durables.

C.

55% de los residentes tienen una percepción positiva sobre la imagen del destino y manifiestan una preocupación por el medio ambiente y la riqueza cultural de Los Cabos.

D.

En Baja California Sur el 25.5% de las unidades económicas tienen una actividad relacionada con el turismo, el 40.1% de la población ocupada se emplea en este sector.

E.

El turismo genera 3,919.6 MDP, lo que representa el 30.8% de las remuneraciones del estado.

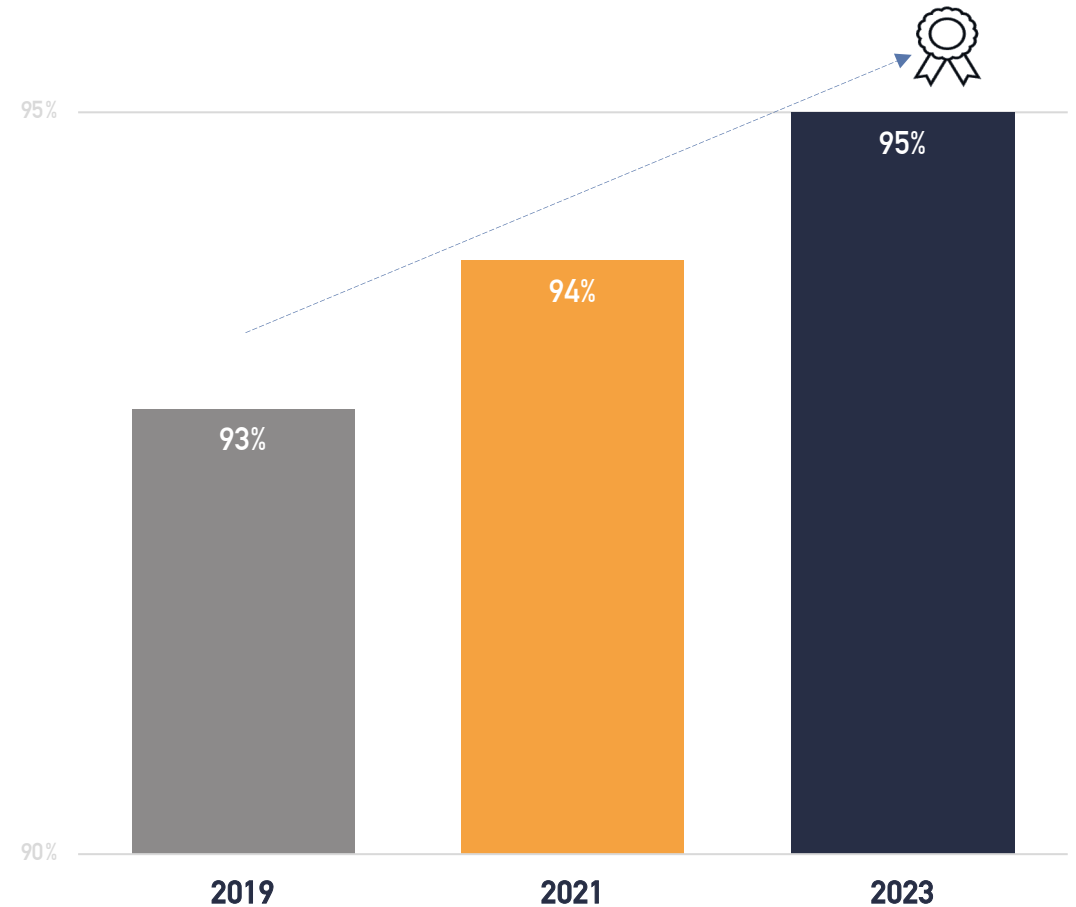
SATISFACCIÓN GENERAL DE LOS TURISTAS

▲ **95% promedio durante el 2023**

- Existe una correlación cualitativa entre la óptima percepción del turismo en la comunidad y la satisfacción general de los visitantes al sobresalir la calidad en el servicio como el indicador más positivo de su experiencia de viaje.

RECOMENDARÍAN LOS CABOS

▲ **92% de los visitantes recomendarían el destino para futuros viajeros.**



CONECTIVIDAD AÉREA

TOTAL DE ASIENTOS OFERTADOS:

▲ **4.6 millones durante el 2023**

+22% asientos versus 2021

TOTAL DE ASIENTOS OFERTADOS INTERNACIONALES

▲ **2.8 millones durante el 2023**

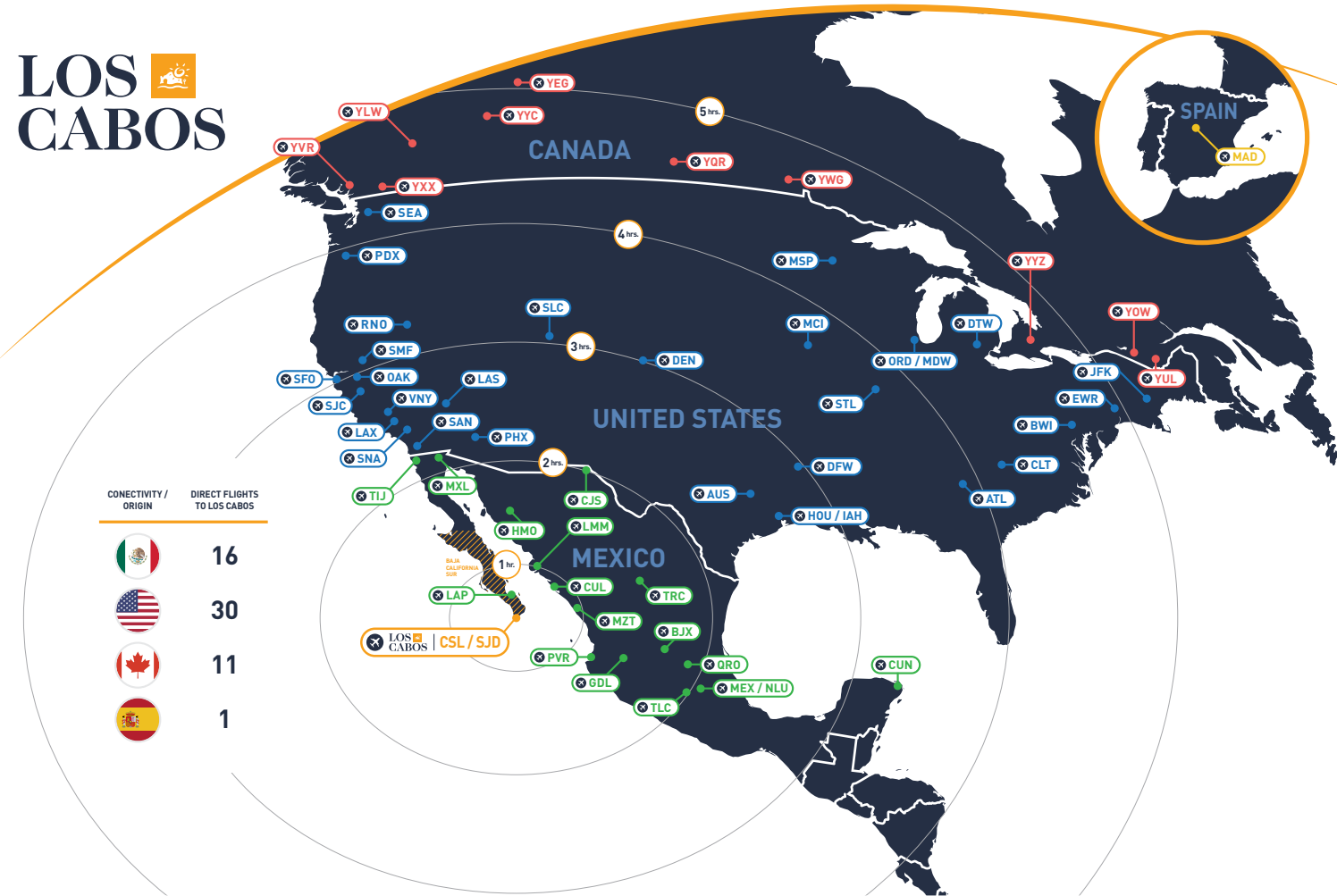
+12% asientos versus 2021

TOTAL DE ASIENTOS OFERTADOS AEROLÍNEAS MEXICANAS:

▲ **1.8 millones durante el 2023**

+42% asientos versus 2021

LOS CABOS



16 aeropuertos NACIONALES

7 nuevas rutas en 2023

2021

- Ciudad de México
- Tijuana
- Guadalajara
- Monterrey
- Culiacán
- León/Guanajuato
- Hermosillo

2023

- Cancún
- Toluca
- Querétaro
- Ciudad Juárez
- Torreón
- Mexicali
- Santa Lucía

30 aeropuertos ESTADOS UNIDOS

4 nuevas rutas en 2023

2021

- Los Angeles, CA
- Dallas
- Houston
- Phoenix
- Seattle
- Denver
- San Francisco
- Chicago
- Atlanta
- New York
- Salt Lake City
- San Diego
- San Jose, CA
- Charlotte
- Minneapolis/St Paul
- Santa Ana
- Portland
- Sacramento
- Austin, TX
- Detroit
- Las Vegas, NV
- Baltimore
- Cincinnati
- Oakland

2023

- Reno
- Fargo
- Kansas City
- Las Vegas, NV

11 aeropuertos CANADÁ

3 nuevas rutas en 2023

2021-2022

- Calgary
- Toronto
- Vancouver
- Montreal
- Edmonton
- Kelowna

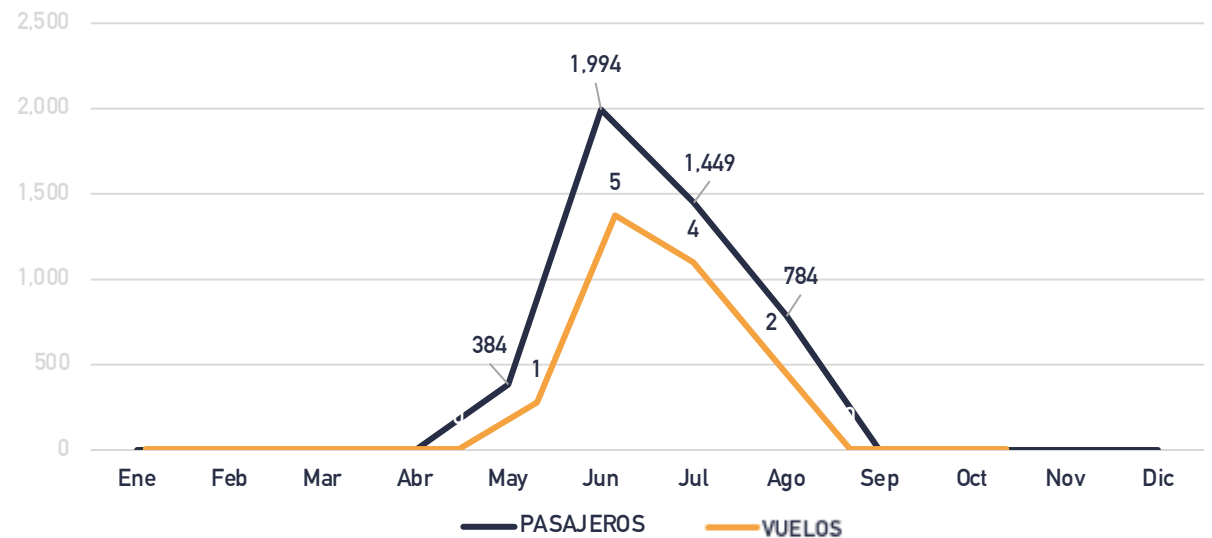
2023

- Victoria
- Regina
- Winnipeg

1 aeropuerto ESPAÑA

12 vuelos en la
temporada 2023

▲ 4,611 pasajeros totales





ADMINISTRACIÓN

Egresos ejercicio 2023 del Fideicomiso de Turismo de Los Cabos

Recursos otorgados para el ejercicio

	Importe anual ejercido	
Gasto de Administración	11,143,237	3%
Gasto de Promoción	84,063,828	22%
Gasto de Mercadotecnia	288,827,423	75%
Total	384,034,488	100%





JURÍDICO - TRANSPARENCIA

Informe 2023 del área jurídica del Fideicomiso de Turismo de Los Cabos

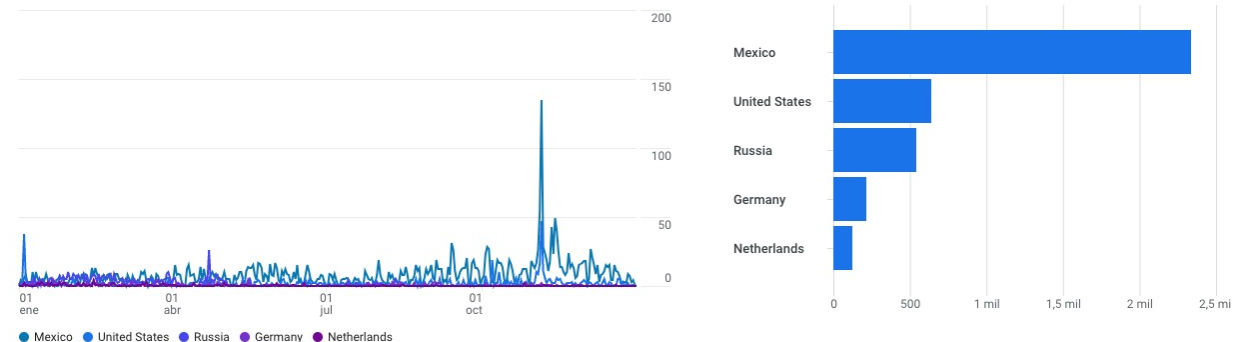
1. Información pública

Durante el año 2023, se recibieron 16 solicitudes de información pública a través de la Plataforma Nacional de Transparencia (<https://www.plataformadetransparencia.org.mx/>), mismas que fueron atendidas en su totalidad dentro de los plazos y términos establecidos en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información del Estado de Baja California Sur, teniendo un cumplimiento del 100% en este rubro.

Visitas al sitio institucional <https://fiturca.com/>



Visitantes por país:



2. Contrataciones públicas

La licitación pública es un proceso participativo por el cual se busca adquirir mejores condiciones de compra para un determinado bien o servicio, el cual se da en concurso libre y público entre posibles proveedores y derivado de una revisión minuciosa se se adjudicará el contrato respectivo por garantizar las mejores condiciones disponibles en cuanto a precio, calidad, financiamiento y oportunidad.

Ahora bien, durante el ejercicio 2023, **FITURCA** efectuó 22 procedimientos de contratación a través de Licitación Pública de carácter Nacional e Internacional, incrementando año con año el número de contrataciones públicas efectuadas bajo esta modalidad en relación con ejercicios anteriores; adjudicando con ellas, un monto aproximado de **\$495'251,968.30**.

Cabe señalar que durante los últimos ejercicios 4 fiscales se ha convocado a 58 Licitaciones Públicas sin que se haya notificado, por parte de la Contraloría General, inconformidades relacionadas con el desahogo de los procesos que emite **FITURCA**.



RELACIONES PÚBLICAS



E.U.A.



CANADÁ



MÉXICO



COLOMBIA



REINO UNIDO



ESPAÑA



ALEMANIA

Los Cabos en Cifras: Estados Unidos al Detalle

Enero – Diciembre 2023

En 2023, Ogilvy aseguró 110 piezas de cobertura, superando los resultados de 2022. Los Cabos experimentó un crecimiento constante en cobertura impulsado por un dinámico gabinete de prensa, un enfoque dirigido para perseguir oportunidades de primer nivel o tier 1, reuniones con medios influyentes y cobertura de visitas de medios.

110

Publicaciones

[107 en 2022, 189 en 2021, 319 en 2020 y 65 en 2019]

2,159,511,733

Impresiones en Medios Obtenidas

[854+ Millones en 2022, 2.7+ Mil Millones en 2021, 3.06+ Mil Millones en 2020 y 433+ Millones en 2019]

\$191,604,261.20

Valor Estimado en Medios

[\$71+ Millones en 2022, \$233+ Millones en 2021, \$258+ Millones en 2020 y 34+ Millones en 2019]

CONSUMIDOR

76 Publicaciones

2.14+ Mil Millones en Impresiones en Medios Obtenidas

\$190+ Millones en Valor Estimado en Medios

17 Viajes de Prensa de Medios e Influenciadores realizados

(+603 Segmentos de Transmisión Sindicados de CBS)

CORPORATIVO

35 Publicaciones

9.99+ Millones en Impresiones en Medios Obtenidas

\$1.5+ Millones en Valor Estimado en Medios

50+ Oportunidades ejecutivas y entrevistas derivadas de eventos, giras de medios y alcance mediático

ASUNTOS CRÍTICOS

7 Comunicados reactivos desarrollados

4 Contenidos y materiales de comunicación creados en relación al manejo de crisis

17 Temas y asuntos críticos gestionados y monitoreo de medios permanente

Los Cabos en Cifras: Canadá al Detalle

Enero – Diciembre 2023

2023 se centró en "Encontrar el Bienestar en Los Cabos": una mirada convincente a la campaña de "Campeones del Bienestar" del destino en 2023. Destacamos cómo Los Cabos ha abrazado el bienestar de una manera que ningún otro destino ha logrado, aprovechando sus tradiciones, belleza natural y experiencias hechas a la medida para empoderar a los visitantes a lograr su plenitud personal. Comunidad, autenticidad, libertad, exploración y equilibrio: estos son los pilares de la experiencia en Los Cabos y son fundamentales para abordar el bienestar en Los Cabos.

73

Publicaciones

103+Millones

Impresiones Obtenidas en Medios

\$10+Millones

Valor Estimado en Medios

CONSUMIDOR

73+ Publicaciones

103+ Millones de Impresiones Obtenidas en Medios

\$10+ Millones de Valor Estimado en Medios

CORPORATIVO

14+ Publicaciones

1+ Millones de Impresiones Obtenidas en Medios

\$1+ Mil de Valor Estimado en Medios

CREACIÓN DE CONTENIDO

11 Boletines

10 Comunicados de Prensa

Múltiples propuestas individuales por correo electrónico y en persona

Los Cabos en Cifras: México al Detalle

Enero – Diciembre 2023

Durante este período, se ha implementado una estrategia de comunicación basada en la promoción del posicionamiento del destino como un punto de referencia turístico en temas como Lujo, Bienestar, Golf y deportes de alto nivel, Aventura y Naturaleza; además de su importancia para el crecimiento de esta industria a través de la expansión de la conectividad aérea nacional e internacional, así como un motor estratégico para impulsar la industria de reuniones internacionales.

1035

Publicaciones

[+71% de crecimiento versus 605 artículos en 2022]

74.4 +Millones

Impresiones en Medios Obtenidas

[+45% más alto comparado con 28.8M en 2022]

\$41.7+ Millones

Valor Estimado en Medios

[+45% de crecimiento versus \$+24.3M en 2022]

CONSUMIDOR

256 Publicaciones

26+ Millones en Impresiones Obtenidas en Medios

\$12+ Millones en Valor Estimado en Medios

8 Viajes de Prensa de Medios e Influencers de Redes Sociales

CORPORATIVOS

793+ Publicaciones

47+ Millones de Impresiones Obtenidas en Medios

\$31.6+ Mil en Valor Estimado en Medios

51+ Entrevistas

ASUNTOS CRÍTICOS

10 Comunicados de Prensa Reactivos

5 Contenidos y materiales de comunicación creados en relación al manejo de crisis

21 Temas y asuntos críticos gestionados y monitoreo de medios permanente

Los Cabos en Cifras: España al Detalle

Enero – Diciembre 2023

La estrategia de comunicación de Los Cabos en España para 2023 ha estado orientada a reforzar y consolidar el posicionamiento de Los Cabos en el mercado español; un turista que apuesta por destinos turísticos que combinen naturaleza y gastronomía, y que se siente muy atraído por lugares que ofrezcan experiencias únicas e inolvidables. ²/₉

236

Impactos registrados

+336,6 Millones

Audiencia alcanzada

770.461 €

Valor publicitario

CONSUMIDOR

212 impactos registrados

+239,3 millones de personas alcanzadas

+661.114 euros en valor publicitario

4 viajes con medios de comunicación e *influencers*

CORPORATIVO*

24 impactos registrados

+97,5 millones de personas alcanzadas

109.347€ en valor publicitario

14 entrevistas de alto impacto con medios tier 1 y 2

*Cifras obtenidas de los impactos registrados durante FITUR 2023, el media trip de mayo y los viajes de prensa.

ASUNTOS CRÍTICOS

Durante el año, Román ha monitorizado los impactos registrados a partir de situaciones de crisis, principalmente relacionadas con huracanes que han afectado a Los Cabos durante 2023.

Los Cabos en Cifras: Reino Unido al Detalle

Junio – Diciembre 2023

Palm comenzó a trabajar con el Fideicomiso de Turismo de Los Cabos a finales de junio de 2023. Al centrarse en publicaciones de primer nivel o *tier 1* y en influenciadores de medios de alto impacto, Palm logró generar una excelente cobertura para Los Cabos dentro de los medios del Reino Unido.

195

Publicaciones

127.7+ Millones

Circulación Total/MUU
(usuarios únicos mensuales)

£1.5+ Millones

Equivalencia del Valor Publicitario

CONSUMIDOR/INDUSTRIA

42 Publicaciones

90,109,648 Circulación Total/MUU

£1,260,726.94 en
Equivalencia del Valor Publicitario

£3,762,062.11 en Valor de RP

VIAJES DE PRENSA

153 piezas de cobertura *aún se esperan 2
piezas en Forbes y 1 reseña en The Independent

37,603,906 Circulación Total/MUU

£321,486.45 en Equivalencia del
Valor Publicitario

£964,189.35 en Valor de RP

ASUNTOS CRÍTICOS

1 Tema de apoyo en crisis

Los Cabos en Cifras: Colombia al Detalle

Julio – Diciembre 2023

552

Publicaciones

32,802,193

Alcance

USD \$924.429

Valor Publicitario (USD)

CONSUMIDOR

109 Publicaciones

20,115.734 Alcance

USD \$109.007 Valor RP

CORPORATIVO

40 Publicaciones

10,957.507 Alcance

USD \$42.398 Valor RP

REDES SOCIALES

403 Publicaciones

1,730.952 Alcance

USD \$773.024 Valor RP

Los Cabos en Acción: Alemania, Austria y Suiza al Detalle

Febrero – Diciembre 2023

“Ver para Creer” - Viaje de Prensa B2B

Enero 2023

LuxusInsider.de

- LuxusInsider.de es la única publicación comercial en línea de Alemania especializada en promover vacaciones de lujo de alta gama. Los temas, hoteles, socios, cruceros, todo es seleccionado a mano en esta plataforma. Resultado del viaje de familiarización: promoción de contenido extendido sobre Los Cabos en la plataforma.

touristik aktuell (impreso y en línea)

- "Touristik Aktuell" es una revista comercial para la industria turística, dirigida a operadores turísticos, agencias de viajes y otros interesados de la industria. Resultado del viaje de familiarización: 3 artículos completos en 2023 + en línea.

Connoisseur Circle (Impreso y en línea)

- Revista cliente de Dertour. Resultado del viaje de familiarización: extensa característica de experiencia de destino de primera mano seguida por dos advertoriales de doble página.

“Ver para Creer” - Viaje de Prensa de Medios Impresos

Octubre 2023:

Der Tagesspiegel, Ulf Lippitz:

El periódico tiene una audiencia estable de 360.000 lectores a nivel nacional. Es especialmente leído por el cuerpo político y los políticos de nuestro gobierno en Berlín. El periódico en línea tiene 9,23 millones de usuarios únicos.

Resultado de un viaje de cuatro días: extenso reportaje de viaje en 4 páginas completas, ¡en lugar de dos!

“Ver para Creer” - Viaje de Bloggers e Influencers

Junio 2023:

- **Victoria Urbanek / chronic-wanderlust.com** / buceadora y escritora de viajes / periodista colaboradora de revistas y periódicos de viajes. Resultado del viaje de familiarización: Cuatro blogs, publicaciones en Instagram y destacados pendientes.
- **Anne Steinbach & Clemens Sehi / travellersarchive.de** Resultado del viaje de familiarización: Cinco blogs muy investigados con excelentes fotos, publicaciones en Instagram y destacados pendientes.
- **Daniel Tischer / southtraveler.de Especialista en América Latina** Resultado de este viaje: blog largo y detallado en su muy aclamado sitio de blogs. Publicación impresa en revistas de actividades al aire libre programada para junio de 2024.

Entrevistas Programadas y Realizadas

ITB 2023 Berlín

Presentación de Rodrigo Esponda, Director General del Fideicomiso de Turismo de Los Cabos, a medios de comercio de viajes y consumidores interesados organizando reuniones individuales y durante un evento nocturno.

Creación de contenido relevante

Serie de contenido patrocinado en Revistas B2B

Desarrollamos una serie de cuatro contenidos patrocinados temáticos y los propusimos a medios de interés especial.



CREATIVIDAD Y PRODUCCIÓN INTERNACIONAL 2023

Desarrollo y lanzamiento de la campaña *Wellness Champions* en 3 fases

Fase 1 (octubre 2022- marzo 2023)

Introducción de Los Cabos como el destino premium de *Wellness* ante las 3 audiencias consumidores, cooperativas y trade.

Fase 2 (marzo del 2023 - sept 2023)

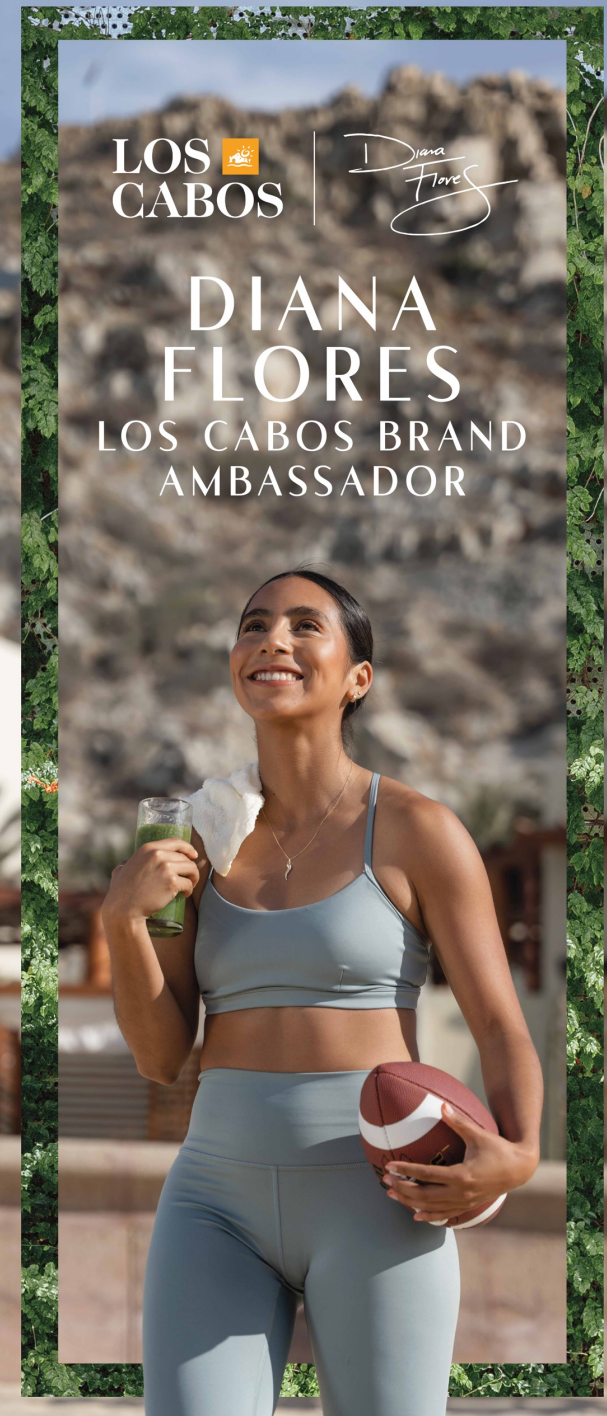
Desarrollo y fortalecimiento de la campaña introduciendo nuevos conceptos creativos centrados en la narración de historias para resaltar la amplia variedad de experiencias que Los Cabos tiene para ofrecer y fortalecer el posicionamiento como destino de *wellness*.



Fase 3: Embajadora de la marca Diana Flores (sept 2023 a Dic 2023)

La tercera fase de la campaña marcó el comienzo de una nueva era de *Wellness* y fortaleció el posicionamiento del destino.

- ✓ Selección de la primera embajadora de Marca: **Diana Flores**, atleta profesional y campeona mundial de fútbol bandera y embajadora global de *flag Football* de la NFL.
- ✓ Se realizó una importante producción de foto y una serie de videos con Diana Flores, centrados en los mensajes de *wellness* desde la perspectiva de la atleta.
- ✓ **Lanzamiento de la Fase 3** a través del Evento de Lanzamiento en la Ciudad de Nueva York , donde asistieron medios de comunicación, socios clave, influencers y una aparición del Comisionado de la NFL Roger Goodell.



Campaña integral *Wellness Champions 360* fase 2 y fase 3

Se desarrollaron más de **350** materiales creativos digitales e impresos para cumplir con el plan de marca y medios dirigido a las 3 audiencias, consumidores, trade y campañas cooperativas a través de múltiples canales.

SOCIAL	PÁGINA WEB	CORREO ELECTRÓNICO	DIGITAL / OOH	MEDIOS DIGITALES E IMPRESOS	BRAND PARTNERSHIPS
Facebook	Micrositios	Consumidor trade	Pantallas digitales	Afar	49ers de la NFL
Instagram	Contenido del blog	COOP	Programatic	CondNast	PGA
Pinterest			Medios digitales	We all Grow Latina	ATP
Twitter			OOH		
LinkedIn					
YouTube					

La campaña *Wellness Champions* ha recibido importante reconocimiento de la industria con 6 premios internacionales.



**MUSE
CREATIVE
AWARD**

CATEGORÍA:
*Campaña de
marketing
integrada*



**MAGELLAN'
AWARD**

CATEGORÍA:
*Campaña de
marketing
integrada*



**MARCOM
CREATIVE
AWARD**

CATEGORÍA:
*Campaña de
publicidad/mark
eting para
destinos*



**MAGELLAN'
AWARD**

CATEGORÍA:
*Destino ecológico
"sostenible"
para destinos*



**MUSE
CREATIVE
AWARD**

CATEGORÍA:
*Vídeo -
Ecológico /
Respetuoso con
el medio
ambiente*



**VIDDY
AWARD**

CATEGORÍA:
*Vídeos de
formato largo
>3 minutos /
Ecológico /
Respetuoso con
el medio
ambiente*



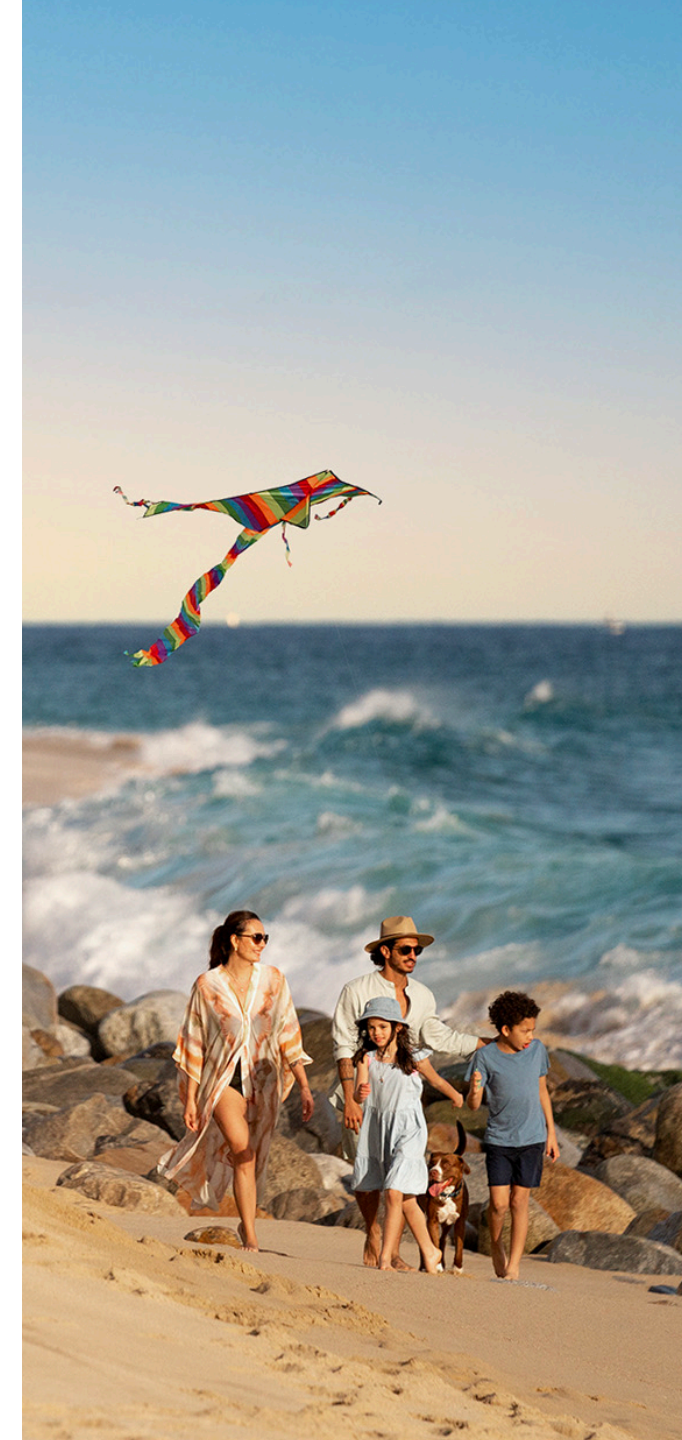
CREATIVIDAD Y PRODUCCIÓN NACIONAL 2023

Durante 2023

1. Se consolidó la imagen de marca.
2. Se fortalecieron nuestras propiedades publicitarias (identidad, slogan, *look and feel*, narrativa, personalidad, *brand voice* y valores de marca).
3. Se incrementó la efectividad de la comunicación tanto en penetración, alcance e impacto.
4. Se mejoraron las métricas mediáticas de nuestras campañas.
5. Se creó una ruta de efectividad para acercarnos a nuestros segmentos y audiencias clave.

2023

REPRESENTA PARA
LOS CABOS,
LA CONSOLIDACIÓN
DE NUESTRA ESTRATEGIA
DE MARCA Y
LA INSTRUMENTACIÓN
DE LA CAMPAÑA
MÁS EXITOSA
DE LOS ÚLTIMOS AÑOS.



La comunicación estratégica del destino y de la marca, pone el foco en la instrumentación de la **segmentación** de campañas para responder a las necesidades de los principales nichos de mercado.

DESCUBRE
LOS  **CABOS**

Campaña paraguas de marca

Mensajes genéricos que promocionan el destino

Campaña segmentada

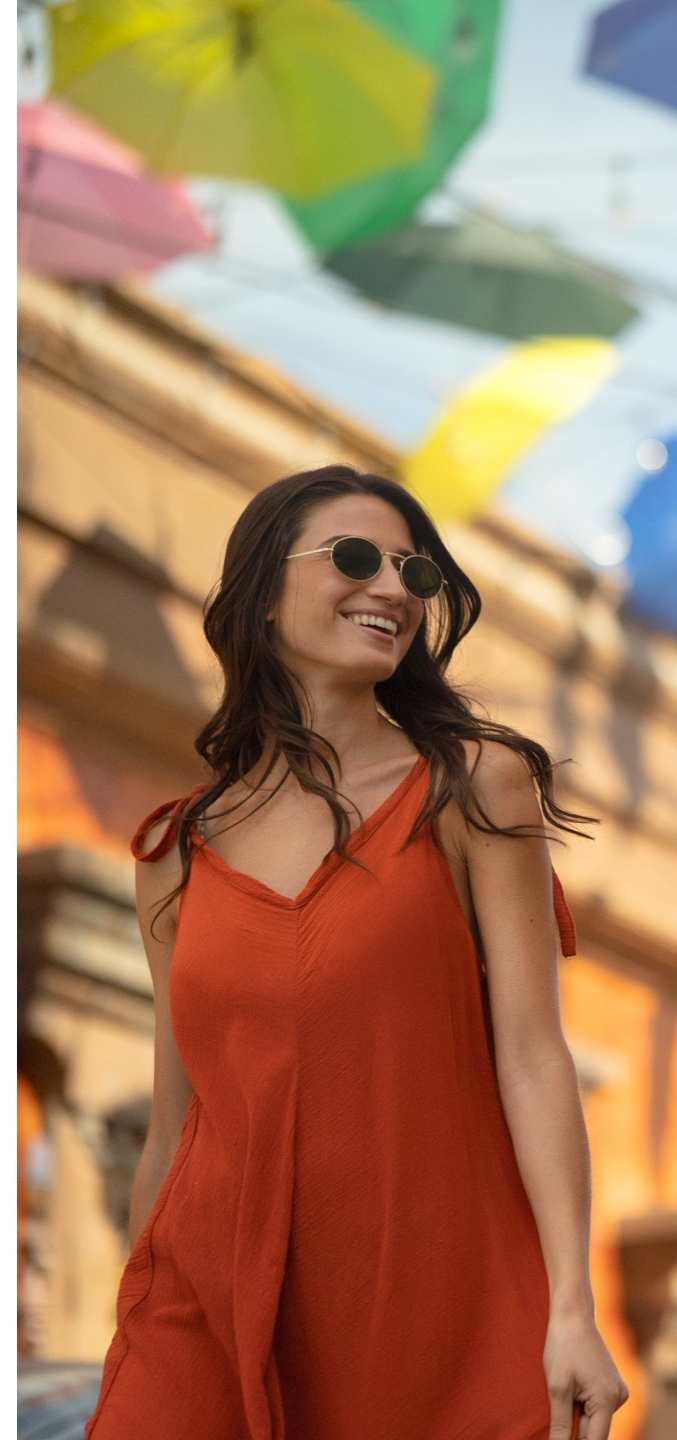
Mensajes específicos para los cuatro públicos clave

Parejas con
familias
jóvenes

Mujeres
+30 años

Millenials
Gen Z

LGBT



Realizamos campañas masivas y se produjeron piezas y mensajes específicos para los cuatro nichos clave.

10
CAMPAÑAS

617
PIEZAS

3

ALWAYS ON

4

TEMPORALIDADES

Wellness

Semana Santa

Verano

Fin de Año

1

CRECIMIENTO
DE COMUNIDAD
EN *FACEBOOK*

1

*BRAND
AWARENESS*

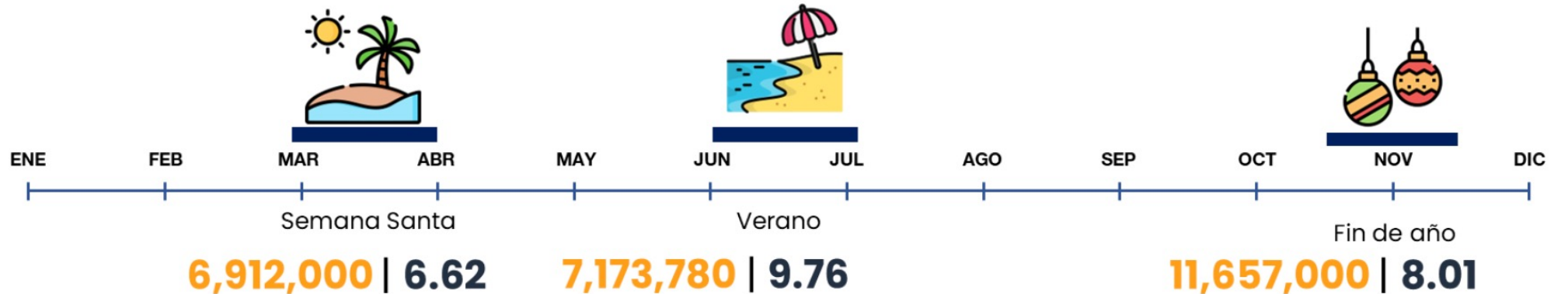
Diana Flores

1

PROGRAMA
ESPECIALISTAS
DE LOS CABOS

Medios *Offline*

Tuvimos tres temporalidades clave: **Semana Santa**, **verano** y **fin de año**, con las que logramos incrementar el *Brand Awareness* del destino y hacer sinergia promocional con la campaña digital.



34. | UNIMEDIOS

+25M IMPACTOS

Medios *Online*

La eficiencia de la campaña se ve reflejada en los niveles **récord** de penetración de los últimos tres años, superando todos los *KPI's* planteados con los siguientes alcances.



+232.4M

168% ↑

138.3 KPI estimado



+36.1M

343% ↑

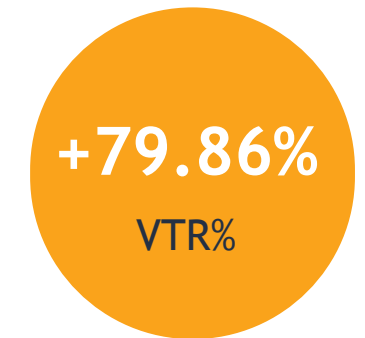
10.55 KPI estimado



+3.1M

147% ↑

2.1 KPI estimado





MARKETING DIGITAL
INTERNACIONAL Y NACIONAL

Resultados anuales

Enero 01 – Diciembre 31, 2023

USUARIOS NUEVOS NACIONAL PÁGINA
MERCADO DE HABLA ESPAÑOLA

2.0M+

INTERNACIONAL PÁGINA
MERCADO DE HABLA INGLESA

1.9M+

TOTAL DE VISITAS
A BLOG (COMBINADO)

650K+

TOTAL DE USUARIOS
(ambas páginas)

3.9M+

COMPARADO AL 2022

1.4M+

Crecimiento de **178.57%**.
Esto significa que las
visitas casi se triplicaron
en ese período de tiempo.

TIEMPO PROMEDIO DE
USUARIO (COMBINADO)

1:40s

TOTAL DE VISTAS DE
PÁGINAS (COMBINADO)

7M+

DESCARGAS GUÍAS
INFORMATIVAS DE
LOS CABOS (COMBINADO)

31K+

TOP VISITORS



E.U.A.



MÉXICO



CANADÁ



ESPAÑA



REINO UNIDO



COLOMBIA



AUSTRALIA



ALEMANIA



PROGRAMA ESPECIALISTA EN LOS CABOS

ENTRENAMIENTO | PROGRAMA DE RECOMPENSAS



CRM

18,083 TOUR AND TRAVEL 626 MEETINGS
64,927 WEBSITE LEADS 1,402 SOCIOS
5,067 ESPECIALISTA EN LOS CABOS

NICHE E-BLAST

Meetings | Weddings | Golf

AUTOMATIZACIONES

Welcome series | Luxury series

BASES DE DATOS DEBOLETINES

INDUSTRIA (ESP / ING)	CONSUMIDOR (ESP / ING)
1,506 / 12,137 suscriptores	4,536 / 26,153 suscriptores



APLICACIONES MÓVILES

DESCARGAS

903

400



WEBSITE



Visita LosCabos.travel
SITIO WEB EN ESPAÑOL

Visit LosCabos.travel
SITIO WEB EN INGLÉS

2,000,000 Usuarios
01m:10s. Sesión promedio
1.28% Sesiones

1,900,000 Usuarios
01m:30s. Sesión promedio
1.54% Sesiones

LOS CABOS



ECOSISTEMA DIGITAL

FECHA: ENERO 1 - DICIEMBRE 2023



REDES SOCIALES



Los Cabos México
338,001 Likes | 4.20% ER

Los Cabos Tourism
330,812 Likes | 1.81% ER



@visitaloscabos_mx
18K Seguidores | 1.5% ER

@LosCabosTourism
90K Seguidores | 1.46% ER

@LosCabosMeetings
1K Seguidores



@LosCabosTourism
2K Followers



Los Cabos Tourism
12K Seguidores | 8.50% ER



LOS CABOS TOURISM
2,260 Suscriptores
14.6M Vistas
75K Duración promedio de visualización



@visitaloscabos
22K Seguidores | 5.3% ER



@visitaloscabos_mx
66K Seguidores

@LosCabosTourism
45K Seguidores | 4.6% ER



LOS CABOS VIP SUMMIT

LosVipSummit.com



OTT

LosCabosWelcome.com



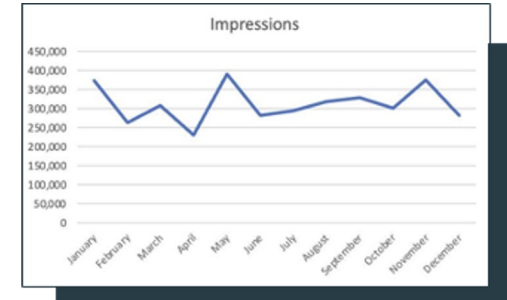
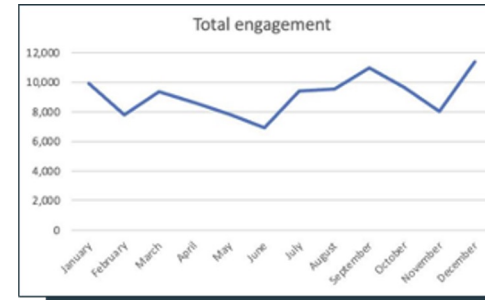
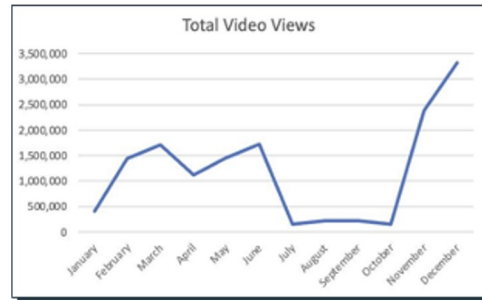
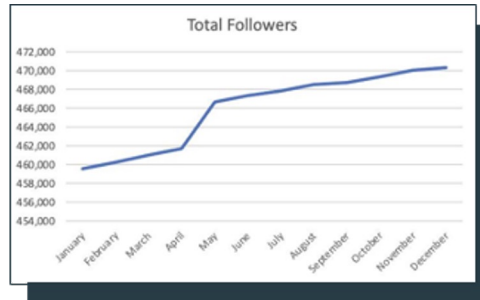
EXTRANET

Para socios

Resultados anuales

Enero 01 - Diciembre 31, 2023

Orgánico








 @loscabostourism

Seguidores
Obtenidos
470,306

Posteos
ejecutados
658

Impresiones
3,747,248

Interacciones
109,368

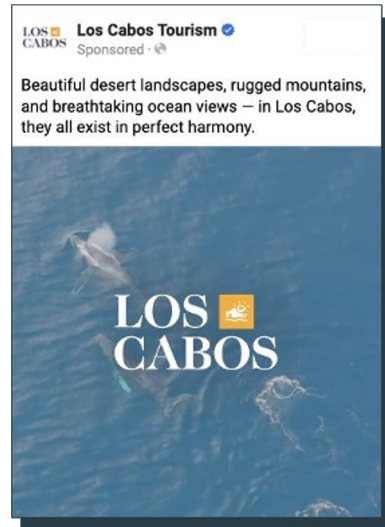
Visitas
en videos
14,321,587

Clics en enlace
a la web
10,000

Resultados anuales

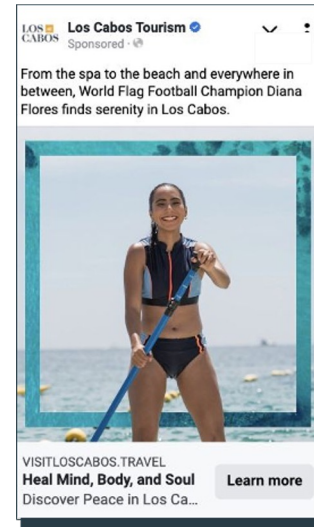
Enero 01 - Diciembre 31, 2023

Top 3 campañas publicitarias resultados



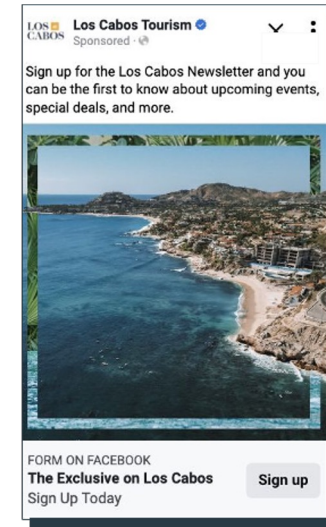
Campaña de *Awareness* (Reconocimiento)

15s *Nature teaser (Phase 2)*
11,606,743 Impressions
CPM of \$1.26 USD



Campaña de Tráfico

What Wellness Looks Like (Phase 3)
95,913 Link Clicks
CPC of \$0.28 USD



Generación de *Leads* *Newsletter (Phase 1)*

2,470 Email Sign-Ups
19% of all Leads for the year

Resultados anuales Enero 01 - Diciembre 31, 2023

Top 3 envíos de Newsletter



Envío a Consumidor
Octubre | *E-Newsletter*
58.5% open rate
3.63% click rate
6.2% click to open rate



Envío a Consumidor
Marzo | *E-Newsletter*
55.8% open rate
2.07% click rate
3.7% click to open rate



Envío a Industria
Septiembre | *E-Newsletter*
41.8% open rate
2.58% click rate
6.2% click to open rate

Resultados anuales

Resultados generales de campaña *Wellness*

Diana Flores

RESULTADOS ORGÁNICOS

26,820,206

Impresiones

7,738,195

Vistas de video

3,123,363

Video views
al 100%

\$0.01

CPV

\$0.03

CPV 100%

259,457

Link clicks

RESULTADOS DE ANUNCIOS

26,820,206

Impresiones

7,738,195

Vistas de video

3,123,363

Video views
al 100%

\$0.01

CPV

\$0.03

CPV 100%

259,457

Link clicks





Resultados anuales

Enero 01 - Diciembre 31, 2023

Orgánico

Overview

Enero - Diciembre 2023

				
Comunidad	337,783	18,438	22,280	65,800
Interacción	110,870	67,847	7,056	141,175
Alcance	3,7 M	277,146	216,475	3,7 M
Engagement rate	2.94%	24.4%	3.25%	3.6%







Resultados anuales

Enero 01 - Diciembre 31, 2023

Orgánico

Comparativa

2022 - 2023

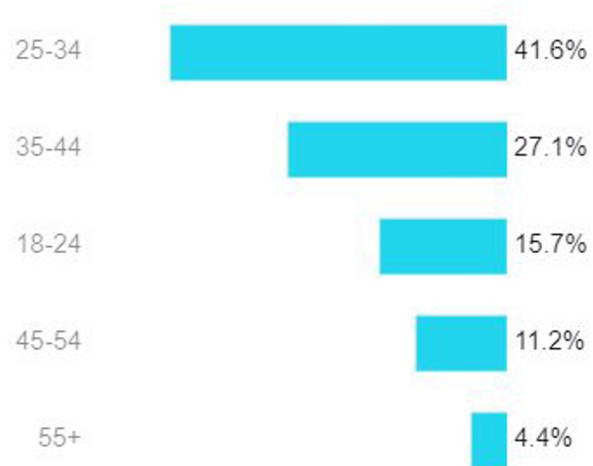
	 2022	 2023	 2022	 2023	 2022	 2023
Comunidad	10,478	18,438	230,484	337,783	21,806	22,280
Interacción	34,184	67,847	55,136	110,870	3,784	7,056
Alcance	98,162	277,146	1,308,450	3,764,617	60,683	216,475

TikTok

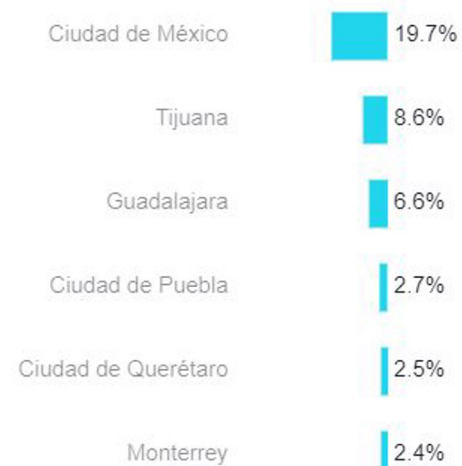
Overview

En mayo de 2023 abrimos el perfil en esta red, siendo la única cuenta oficial de promoción turística, considerando a nuestros competidores, que ha destacado en ella.

Edad



Mejores ciudades





CAMPAÑAS COOPERATIVAS

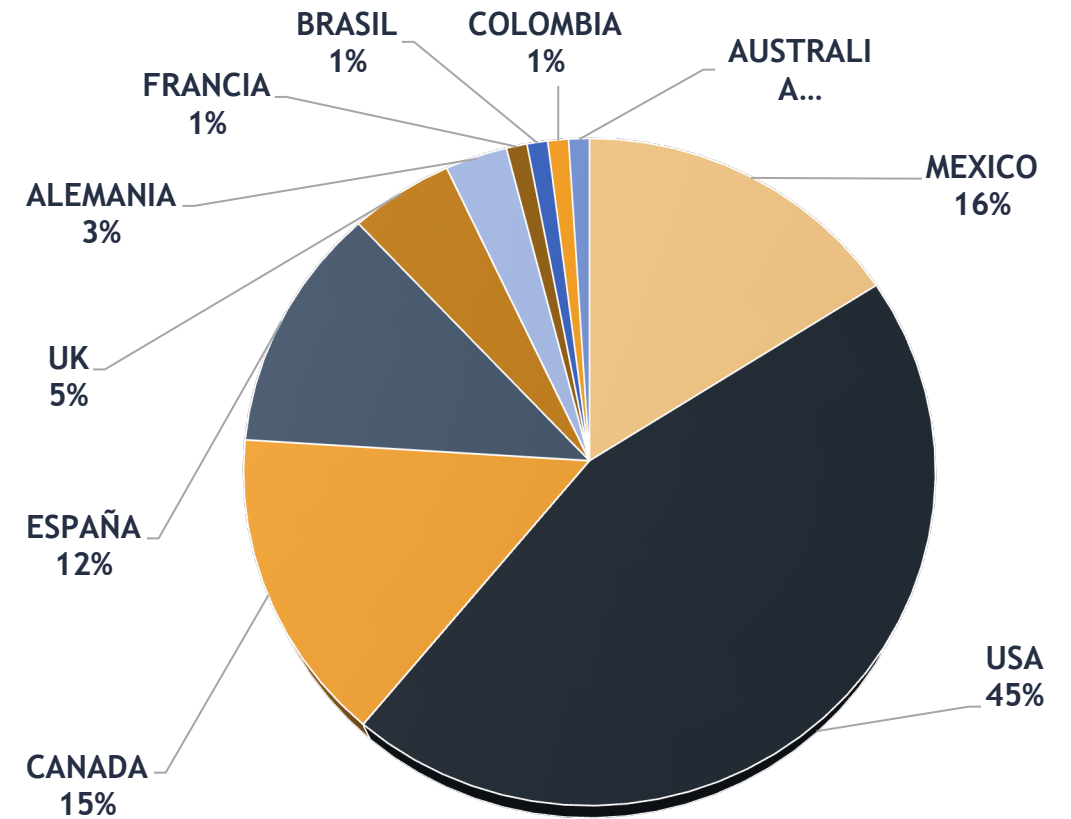
COOPS & MEDIA

Inversión 2023 por mercado

130 millones de pesos inversión total en:

Introducción de Los Cabos como el destino premium de *Wellness* ante las 3 audiencias consumidores, cooperativas y trade.

- ✓ Coop
- ✓ Consumidor
- ✓ Trade
- ✓ Nicho

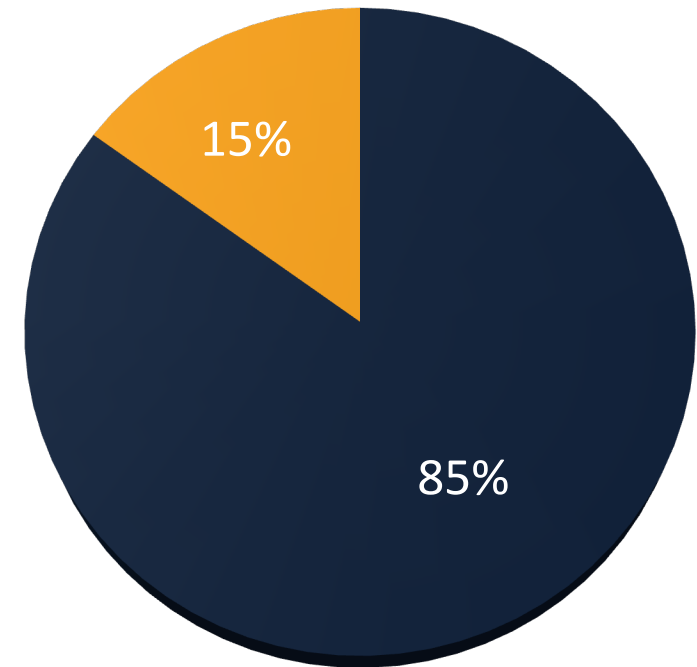


COOPS & MEDIA

Inversión 2023 por mercado

65 millones de pesos de inversión en 74 campañas coop.

- 64 CAMPAÑAS INTERNACIONALES
- 10 CAMPAÑAS NACIONALES

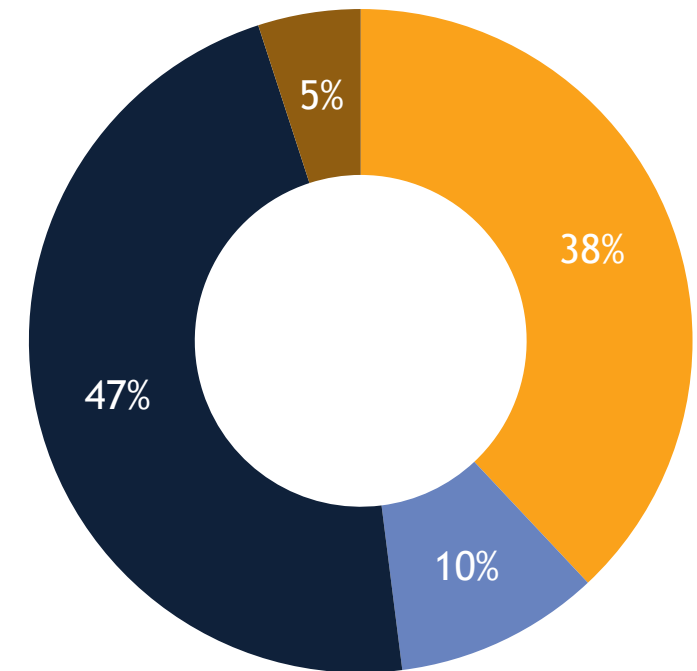


COOPS & MEDIA

Inversión 2023 por mercado

Estrategia 2023:

- ✓ Canales de consumo para generar conciencia y consideración utilizando IA, Geofencing, Connected TV, Audio, Digital, Social, Búsqueda y Contenido Personalizado.
- ✓ Campañas de cooperación para concretar ventas y convertir.
- ✓ Campañas comerciales para interactuar con agentes de viajes mediante:
 - Invitándolos a capacitarse en Especialista Los Cabos.
 - Proporcionando materiales e información para vender el destino.
 - Manteniéndolos informados regularmente sobre actualizaciones del destino.



■ CONSUMIDOR ■ TRADE ■ COOP ■ NICHOS

COOPS & MEDIA

Campaña al consumidor

Resultados estimados 2023:

250.8

MILLONES DE
IMPRESIONES

+65%

DEL OBJETIVO

3.8

MILLONES DE
CLICKS

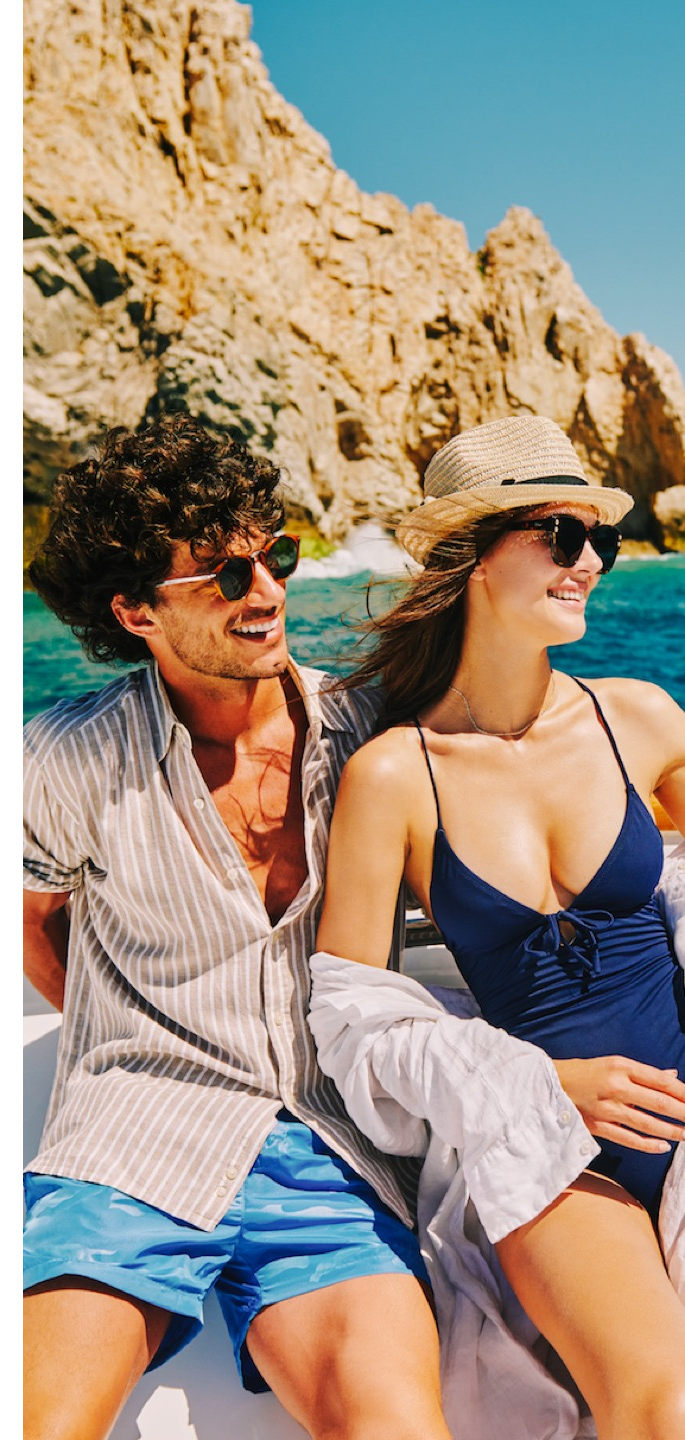
0.2% CTR EN *PROGRAMATIC*

1.05% CTR EN SOCIAL

0.32% CTR EN *NATIVE*

35.7

MILLONES DE
VISTAS EN VIDEO



COOPS & MEDIA Campaña al trade

Resultados estimados 2023:

5.4

MILLONES DE
IMPRESIONES

5,213

VISITAS AL
CONTENIDO

25,394

CLICKS
TOTALES

808

GRADUADOS
LOS CABOS *SPECIALIST*



COOPS & MEDIA

Campañas Industria de Reuniones

Resultados estimados 2023:

3.7

MILLONES DE
IMPRESIONES

2,058

VISITAS AL
CONTENIDO

89,796

CLICKS
TOTALES

84

GUÍAS DESCARGADAS
DE *MEETINGS* Y *RFP'S*





DESARROLLO DE PRODUCTO TURÍSTICO

Desarrollo de Producto Turístico

El desarrollo de las guías de destino tiene como objetivo mantener una oferta integral y auténtica, documentar todas las experiencias disponibles para que puedan ser compartidas y disfrutadas por los visitantes.

Esto permite brindar una experiencia completa y enriquecedora, en sintonía con la autenticidad de la región, ofreciendo una gama diversa de actividades y atractivos para los turistas.



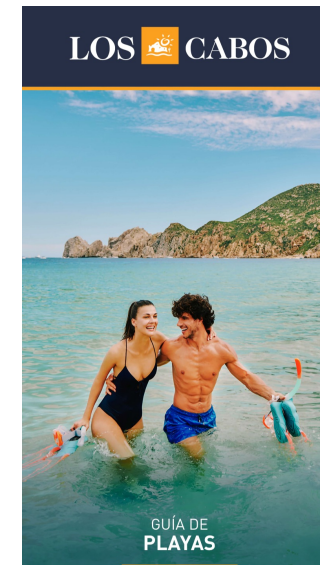
Guías de Los Cabos

Descubre las guías que te permitirán conocer más de Los Cabos.

DESCUBRE MÁS

Las GUÍAS INTERACTIVAS incrementaron el número de descargas

5.5K DESCARGAS



Guía de Playas



Guía de Eventos Sustentables

Página de Sustentabilidad en Los Cabos



Los Cabos preocupado por la Sustentabilidad

Jacques-Yves Cousteau as "Aquarium of the World" and UNESCO as "a gem for conservation, invaluable for local science and economic development based on tourism and fishing 80% of fisheries production in Mexico".

Within our natural assets, we have been fortunate enough to have:

- Two RAMSAR sites in Los Cabos and 11 in BCS.
- Two UNESCO World Heritage Sites in BCS.
- Five most biodiverse and productive maritime regions in the world.
- One-third of the world's marine mammals.
- Nine hundred fish species, of which 90 are endemic.

Experiencias en **comunidades rurales**

El Fideicomiso de Turismo de Los Cabos trabaja con comunidades rurales cercanas, alineando sus esfuerzos con los objetivos de la Secretaría de Turismo y Economía de Baja California Sur.

La integración positiva de las comunidades rurales cercanas a las áreas turísticas es un proyecto beneficioso tanto para los turistas interesados en experimentar la cultura local como para las propias comunidades. Este enfoque no solo enriquece la experiencia del visitante, sino que también brinda oportunidades para que las comunidades se beneficien del turismo responsable.

Pilares para el impacto positivo del turismo en comunidades rurales:

- ✓ Historia y cultura autóctona
- ✓ Comunidad y promover sus costumbres
- ✓ Gastronomía rural y tradicional
- ✓ Sustentabilidad

Año con año ha crecido en número de visitantes a comunidades rurales. En 2023 un **31% de visitantes** visitaron comunidades alrededor de Los Cabos.

Apoyo a los artesanos y productores con el fin de acercar turistas responsables a la comunidad local los beneficios económicos de Los Cabos.

La ruta rural incluye lugares fascinantes, cada uno con su propia oferta única:

**Desarrollo de Producto Turístico
en Comunidades Rurales:**

El Triunfo

Pueblo Minero Fundado en 1748

San Antonio

Pueblo Histórico

El Rosario

Rancherías y Productores Locales

La Candelaria

Molienda Tradicional

Buena Fortuna

Reserva y Cocina Botánica

Santiago

Pueblo en La Sierra de La Laguna

Miraflores

Comunidad Rural y Cabalgatas

Costa Azul

Rancho Regional

Cabo Pulmo

"El Acuario del Mundo"



Colaboración interinstitucional

Una de las estrategias clave para el Fideicomiso implica fortalecer alianzas con organizaciones comprometidas en liderar iniciativas de desarrollo sostenible que puedan conllevar beneficios significativos para Los Cabos y Baja California Sur.

ASOCIACIONES - DEPENDENCIAS	OBJETIVO	COMUNIDAD IMPACTADA
Artesanos locales	Compras a proveedores locales para impulsar la economía de la comunidad y fortalecer la cadena de suministro regional. Además de contribuir a reducir la huella ambiental al disminuir la necesidad de transporte de larga distancia, promoviendo así un desarrollo económico más sostenible.	Productores locales
Cámaras y asociaciones civiles y empresariales	La colaboración con asociaciones y cámaras regionales es esencial para fortalecer la infraestructura empresarial, promover el crecimiento económico y la inversión en la región, generando empleo y mejorando la calidad de vida de sus habitantes. Además, facilita la resolución de problemas comunes y permite aprovechar recursos y conocimientos compartidos para un desarrollo sostenible.	AFEET · AMEXME AMJE · MIFEL COPARMEX y otras
Comité de sustentabilidad de la AHLC	Participación en el comité de sustentabilidad que busca promover el desarrollo sostenible del turismo en la región, mediante la identificación y implementación de prácticas y estrategias que promuevan la preservación del entorno natural y cultural, al mismo tiempo que se fortalece la competitividad y el atractivo del destino turístico de Los Cabos.	Los Cabos
Asociaciones filantrópicas	Apoyar asociaciones filantrópicas es importante para un organismo de promoción turística, ya que muestra un compromiso con la responsabilidad social corporativa, fortaleciendo la imagen y la reputación del destino turístico. Además, al colaborar con organizaciones dedicadas a causas sociales, se contribuye al bienestar de la comunidad local, lo que puede atraer a turistas interesados en el turismo ético y sostenible, generando un impacto positivo en el sector y en la región en su conjunto.	Casa Hogar Fundación Letty Coppel Corazón de niño

Colaboración interinstitucional

ASOCIACIONES - DEPENDENCIAS	OBJETIVO	COMUNIDAD IMPACTADA
MAPTUR	Apoyo para recopilar y analizar información relevante sobre las zonas de interés de los cabos, asegurando que el mapa refleja de manera precisa y actualizada la oferta turística de la zona para ayudar a los visitantes a disfrutar al máximo de su experiencia en Los Cabos.	Los Cabos y sus alrededores
Clúster de Turismo de Salud y Bienestar	El objetivo de promocionar el turismo de salud y bienestar es atraer a viajeros que buscan servicios médicos de alta calidad y experiencias de bienestar, impulsando así la economía local y la infraestructura de atención médica, al tiempo que se promueve un estilo de vida saludable y se posiciona la región como un destino de referencia en este sector en crecimiento.	Los Cabos La Paz
Asociación de Concierges	Colaboración con la asociación de concierges es esencial para la industria hotelera y el turismo. Los concierges son expertos en brindar recomendaciones y experiencias personalizadas a los visitantes, lo que mejora la satisfacción de los huéspedes y la reputación del hotel. Esta colaboración fortalece la hospitalidad y la industria turística en general, generando beneficios económicos y promoviendo la fidelidad de los clientes.	Los Cabos
CERCA	Promover en los canales de comercialización la visión de cerca la cual es lograr la transformación de las fuentes de energía en el estado de baja california sur y de todas las fuentes contaminantes para tener un impacto positivo en la calidad ambiental y en la salud pública de nuestras comunidades y ciudades.	Los Cabos y sus alrededores
Ligo Ciencia e Innovación S.A.S.	Identifica y asesora proyectos ambientales en los cabos, con el propósito de incluirlos en los canales de distribución, brindándoles una mayor visibilidad y la posibilidad de acceder a oportunidades de apoyo.	Los Cabos
IMPLAN / ITES	Participación en mesas de trabajo para evaluar el programa santiago sostenible de innovadores locales, liderado por IMPLAN, ITES y comunidad de Santiago, con el fin de lograr impactos positivos y significativos en la comunidad de Santiago. Estas reuniones buscan identificar oportunidades y mejoras que beneficien de manera notable a la comunidad local.	Santiago
CANIRAC	En colaboración con la cámara nacional de la industria de restaurantes y alimentos condimentados (CANIRAC) se busca posicionar a los cabos como un destino gastronómico a nivel mundial.	Los Cabos



PROMOCIÓN - *LEISURE*

Trade 2023

24%

de los visitantes al
destino reserva por medio
de agencias de viajes.



648,999
visitantes

Descripción	Eventos	Travel advisors
Reuniones durante eventos	66	7,264
Entrenamientos virtuales	37	3,184
<i>Fam Trips</i>	45	515
Ferias International	7	6,000

Descripción	Markets	Cities	Partners	Travel advisors
Los Cabos <i>Roadshow</i>	6	18	35	733

Connected with
17,696
 Travel Agents



Mercados emergentes: **AUSTRALIA**

420 agents trained

- ✓ ID Roadshow (215)
- ✓ Los Cabos Roadshow (153)
- ✓ Individual trainings (34)

3 trade fam trips

- ✓ Virtuoso (5)
- ✓ Flight Centre Travel Group (9)
- ✓ Post-VIP Summit fam trip (4)

Sydney world Pride

Event in partnership with Tequila Patron we create a special landing page with 375 entries

Los Cabos Roadshow

- ✓ 3 agent events (Melbourne, Brisbane and Sydney)
- ✓ 1 media lunch
- ✓ 6 sales calls/trainings



Mercados emergentes: **BRASIL**

2,180 agents trained

- ✓ 5 Ferias turísticas
- ✓ 6 Road shows
- ✓ 4 Fam trip owners & sales awards 2023 BWT operador
- ✓ 1 Convención BWT
- ✓ 1 Conferencia de la diversidad
- ✓ 30 Reuniones con TO's
- ✓ 1 Evento Los Cabos Experience
- ✓ 9 Atención a hoteles

Participación en ferias

- ✓ WTM Latin America
SÃO PAULO
- ✓ 18o Encuentro del Sector de Ferias y Eventos (ESFE)
SÃO PAULO
- ✓ ILTM Latinoamérica
SÃO PAULO
- ✓ Expo LGTB+
RIO DE JANEIRO
- ✓ Festival de Turismo de Gramado



Mercados emergentes: **REINO UNIDO**

170 agents trained

- ✓ 10 Individual trainings
- ✓ 166 meetings
- ✓ 6 events (WTM, Lata Expo, Connections, Virtuoso Connects)
- ✓ 5 Fam trip (48 Pax)

Los Cabos Roadshow UK

- ✓ 3 agent events (London, Manchester, Cheltenham)
- ✓ Los Cabos member of Lata (Latin America Travel association en UK) and Abta, connection with 5000 members.



Mercados emergentes: **ESPAÑA**

415 agents trained

- ✓ Training with partners: Lastminute, Catai, El Corte Inglés, B Travel
- ✓ Roadshow with Avoris (Zaragoza/ Huesca/ León)
- ✓ Event with NUBA (Sevilla) | 150
- ✓ Roadshow Aviareps
- ✓ Events: Nego, Avasa, AIG7
- ✓ Fam Trip 3 (20 pax)



Mercados emergentes: **ALEMANIA** (+ SUIZA + AUSTRIA)

714 agents trained

- ✓ Inclusion of Los Cabos with 56 Tour Operators
- ✓ Two key tour operators feature Los Cabos DER Touristik (8 pages DERTOUR Deluxe, 11 pages Meiers Weltreisen) & FTI (8 pages)
- ✓ 4 Roadshows - over 400 agents educated about Los Cabos
- ✓ 1 Consumer-Event - 80 consumers
- ✓ 1 ITB-Party - 65 guests
- ✓ 4 Webinars - 182 agents reached (+ 57 presentations during Sales Calls)
- ✓ 29 Newsletter/Coop Marketing - 141.318 reach
- ✓ 9 Trade Magazine advertisements
- ✓ Fam trip with 11 agents
- ✓ BOOT (fair) - 237.000 visitors



INDUSTRIA DE REUNIONES

Industria de reuniones

Presencia en eventos y relacionamiento con clientes

- Asistencia a 33 Eventos de la industria con citas de negocios.
- Participación en las ferias más relevantes de la industria: IMEX Américas (145 *leads* generados) y Frankfurt (42 *leads* generados), IBTM Américas y IBTM World.
- Se conectó con reuniones de negocios con **3,500** planeadores de eventos.
- Presencia en los mercados primarios: USA, México, Canadá y mercados secundarios: Europa (FITUR, American Express Europa), Latinoamérica (FLEXPO), Reino Unido (Meetings Show).

Algunos indicadores:

CVENT:

La recepción de RFP's (Solicitudes de propuesta grupal) en CVENT en el acumulado logrando un crecimiento de 4% Vs 2022.

Reportes de producción con socios estratégicos como Helmsbriscoe y Martiz registran crecimiento de acuerdo con los siguientes indicadores:

Helmsbriscoe:

1. **Ingresos por Reservas (USD):** Incremento del **12.58%** en los ingresos por reservas en 2023 en comparación con 2022.

2. **Noches de Habitación Reservadas:** Incremento del **3.18%** en el número de cuartos noche reservadas en 2023 en comparación con 2022.

Maritz:

1. **Ingresos por Reservas (USD):** Incremento del **21%** en los ingresos por reservas en 2023 en comparación con 2022.

2. **Noches de Habitación Reservadas:** Incremento del **20%** en el número de cuartos noche reservadas en 2023 en comparación con 2022.

Colaboradores y profesionalización

- ✓ Continuidad con el Consejo Asesor de Clientes en la estrategia de la industria de reuniones en el destino
- ✓ *Professional Exchange*
- ✓ Clúster de reuniones
- ✓ Inicio de la primera generación de CMP

Socios estratégicos

1. PCMA
2. MPI
3. SITE
4. Helmsbriscoe
5. Martiz
6. IMEX
7. AMCI
8. Global Cynergies

VIP Summit 2023

Mercados participantes

- ✓ USA
- ✓ México
- ✓ Canadá
- ✓ Reino Unido
- ✓ España
- ✓ Colombia
- ✓ Brasil
- ✓ Japón
- ✓ Francia
- ✓ Australia

- Socios comerciales: **68**
- Socios del destino: **77**
- Total de asistentes: **360**
- Total de reuniones de negocios: **1,600**

Evento sustentable con acciones de cuidado al medio ambiente y de ayuda a la comunidad local.

Desarrollo de **rutas aéreas**

Eventos

- ✓ Routes World (18 Reuniones de negocio)
- ✓ Routes Americas (17 Reuniones de negocio)

2023

- ✓ Confirmado nuevamente la ruta en 2023 desde **Madrid, España** y se esperan más de 6,000 nuevos turistas.
- ✓ Nuevas rutas e incremento de frecuencias desde **Estados Unidos y Cánada**.
- ✓ Nueva ruta de **Europa** en desarrollo para invierno 2024.

ESTRATEGIA 2024 & *BEYOND*

HAGAMOS #LOS CABOS UNA MARCA TURÍSTICA GLOBAL



2024 & MÁS

ANÁLISIS SITUACIONAL



2024 & MÁS

PRIORIDADES / OBJETIVOS

1. Mantener el interés del mercado estadounidense
2. Recuperar Canadá
3. Mantener relevancia México
4. Hacer crecer los mercados emergentes
5. Estrategia dedicada para las Reuniones



2024 & MÁS

PROSPECTIVA 2024: 4.2 MILLONES DE VISITANTES

✓ U.S.A.	2.5 M
✓ CANADA	200 K
✓ MEXICO	1.7 M
✓ SPAIN	15 K
✓ GERMANY	14 K
✓ U.K.	12 K
✓ COLOMBIA	13 K
✓ AUS	10 K
✓ JAP	7 K



2024 & MÁS

PROYECTOS CLAVE

1. Patrimonio e historia
2. Ecosistema Digital Global
3. Metaverso
4. Plataforma Nueva Guía
5. FITURCA's / FIPROTUR's → Story telling
6. Excelencia gastronómica **Michelin +++**
7. Certificaciones de sostenibilidad Green Globe
8. Boletín de comunicación aeronáutica



REVISIÓN
DE LOS
PRINCIPIOS
DE MARCA

✓ **Pilares**

✓ **Elementos principales**



GRACIAS

