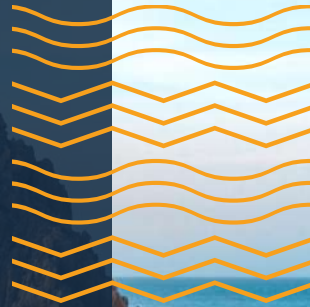


LOS CABOS



LOS CABOS
FIDEICOMISO
DE TURISMO



INFORME DE ACTIVIDADES FITURCA 2024

FEBRERO 2025



ÍNDICE

- Indicadores del Destino _____ 3
- Administración y presupuesto _____ 20
- RP y MKT en el mercado nacional _____ 25
- RP y MKT en mercados estratégicos _____ 35
- Ecosistema digital _____ 65
- Actividades de promoción y desarrollo con la industria _____ 77
- Segmentos especiales _____ 89
- Industria de reuniones _____ 93
- Conectividad aérea _____ 99
- Desarrollo de producto integrando a la comunidad _____ 105
- VIP Summit _____ 111
- Estrategia 2025 _____ 113
- La comunidad local _____ 116



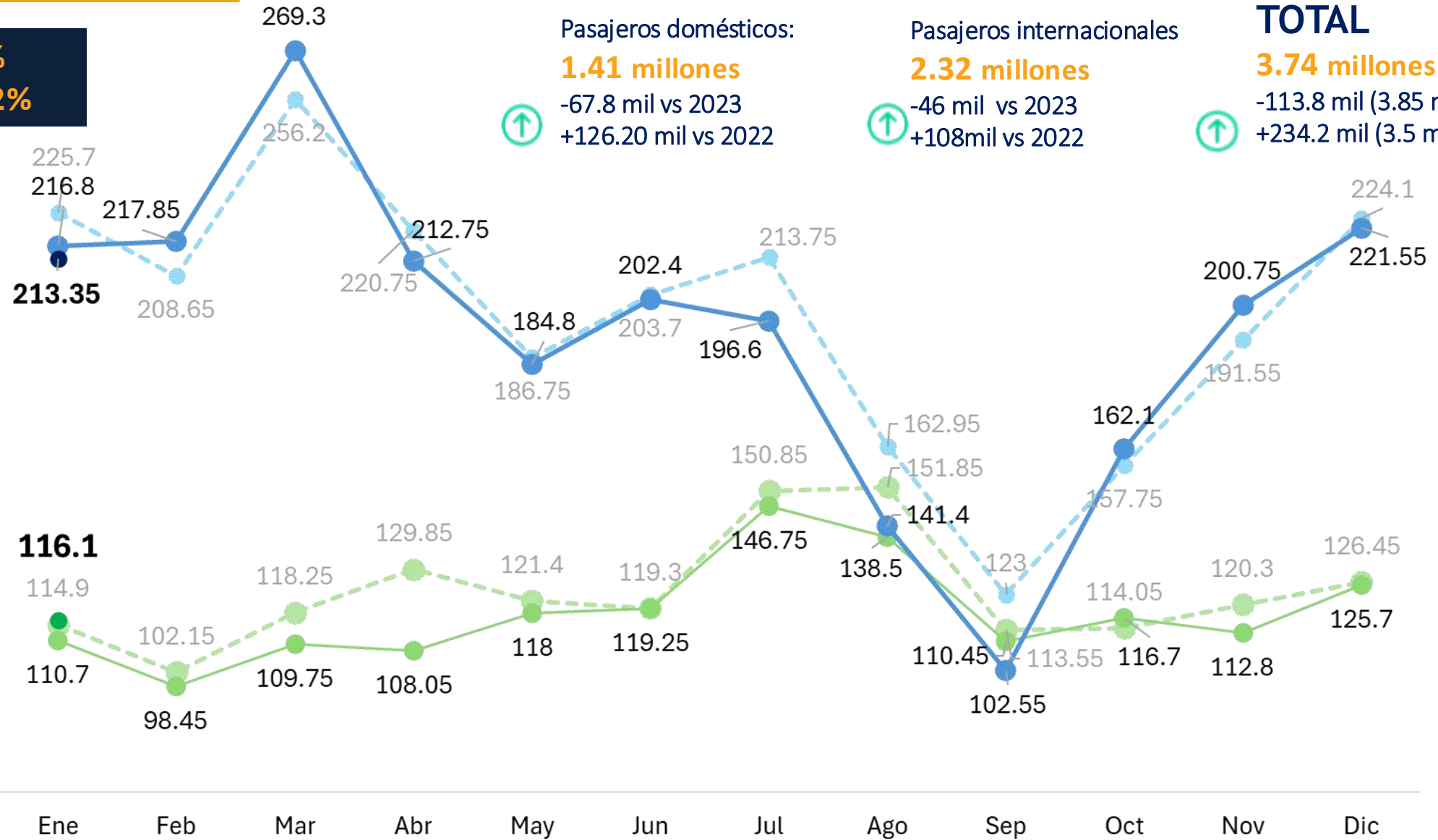


INDICADORES DEL DESTINO



LLEGADA DE PASAJEROS AL AEROPUERTO DE LOS CABOS EN 2024

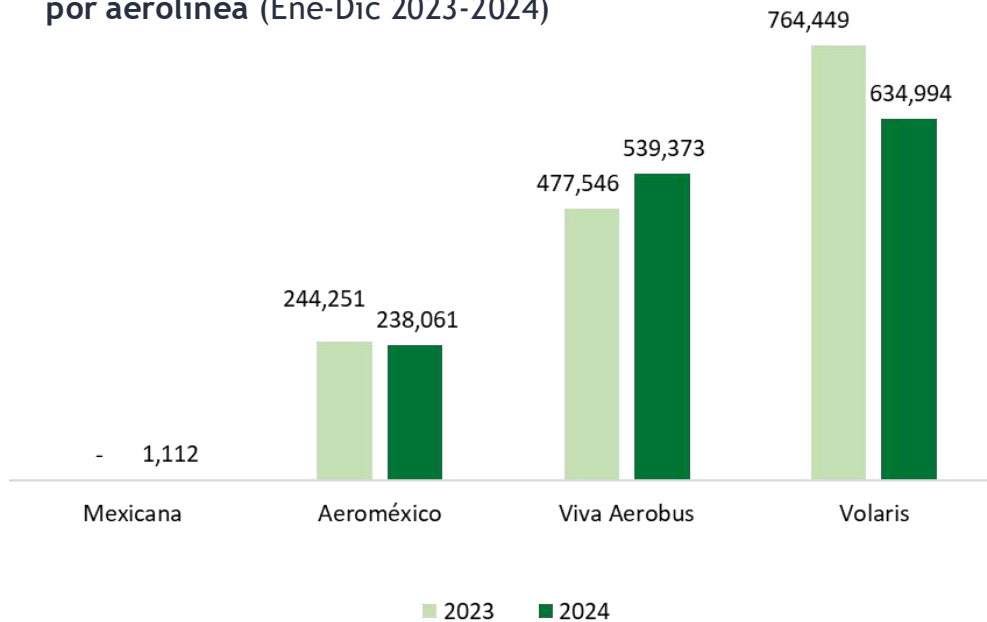
Doméstico: **38%**
Internacional: **62%**



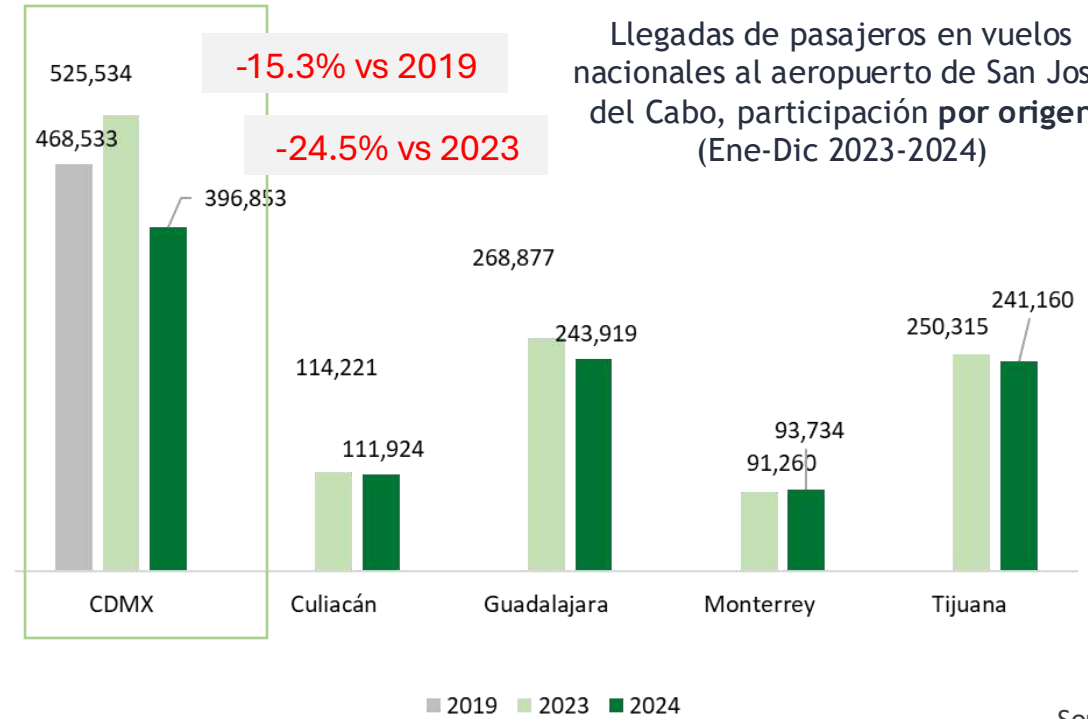
Source: GAP

LLEGADA DE PASAJEROS AL AEROPUERTO DE LOS CABOS EN 2024

Llegadas de pasajeros en vuelos nacionales al aeropuerto de San José del Cabo, participación por aerolínea (Ene-Dic 2023-2024)



Llegadas de pasajeros en vuelos nacionales al aeropuerto de San José del Cabo, participación por origen (Ene-Dic 2023-2024)



Source: GAP

FUENTE:
PAXIS

Pasajeros acumulados:
1.41 millones
-4.6% vs 2023



Por origen:

GDL: 22.4% +0.9 pp vs 2023
CDMX: 36.5% -5.5 pp vs 2023
TIJ: 21.2% +2.2 pp vs 2023
MTY: 8.6% +1.3 pp vs 2023

Por aerolínea:

AM: 16.8% +0.5 pp vs 2023
VIV: 38.2% +6.2 pp vs 2023
VOI: 44.9% -6.3 pp vs 2023



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

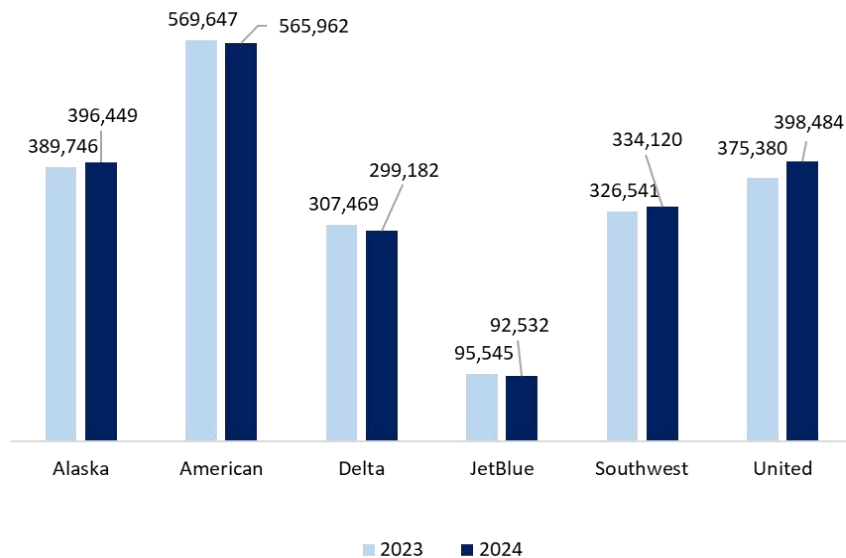
LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS

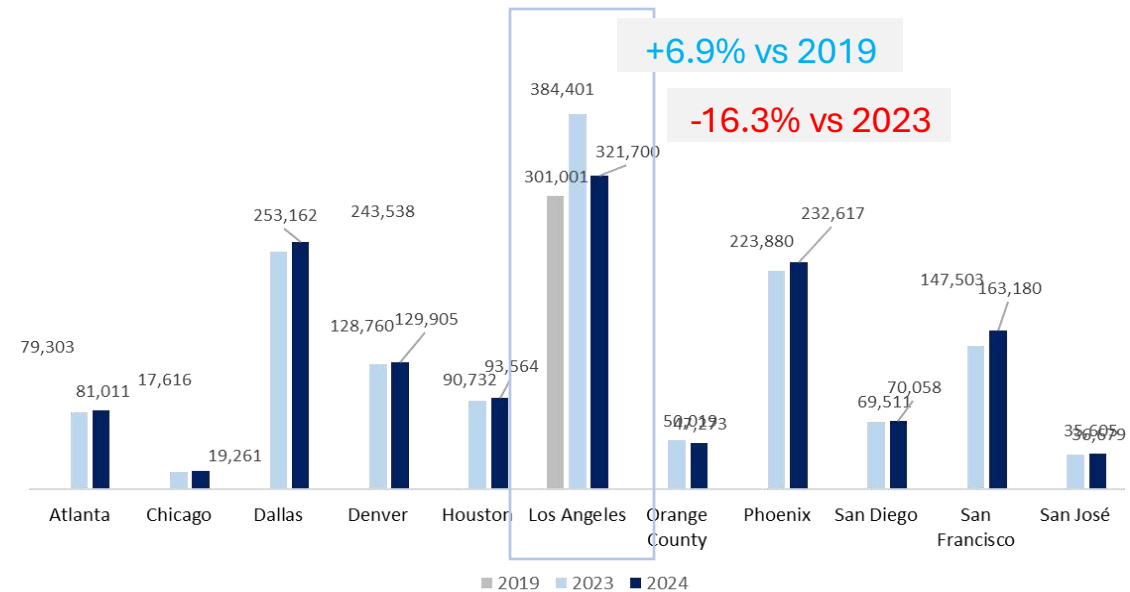


LLEGADA DE PASAJEROS AL AEROPUERTO DE LOS CABOS, EE.UU., ACUMULADO ENE-DIC-2024

Llegadas de pasajeros en vuelos internacionales al aeropuerto de San José del Cabo, participación por aerolínea EEUU (Ene-Dic 2023-2024)



Llegadas de pasajeros en vuelos internacionales al aeropuerto de San José del Cabo, participación por origen EEUU (Ene-Dic 2023-2024)



Source: GAP

FUENTE: PAXIS

Pasajeros acumulados: **2.1 millones**
-1% vs 2023



Por origen:

DFW: **12.1%** +0.6 pp vs 2023
LAX: **15.3%** -2.8 pp vs 2023
PHX: **11.1%** +0.5 pp vs 2023
DEN: **6.2%** 0.1 pp vs 2023

Por aerolínea:

AS: **18.9%** +0.5 pp vs 2023
AA: **27%** +0.1 pp vs 2023
DL: **14.3%** -0.2 pp vs 2023
UA: **19%** +1.3 pp vs 2023



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



Conectividad Aérea, Resumen (próximos 6 meses)

Indicadores clave
(Dic-2024)

Factor de ocupación
aerolíneas domésticas
(Feb a Jul-2024)

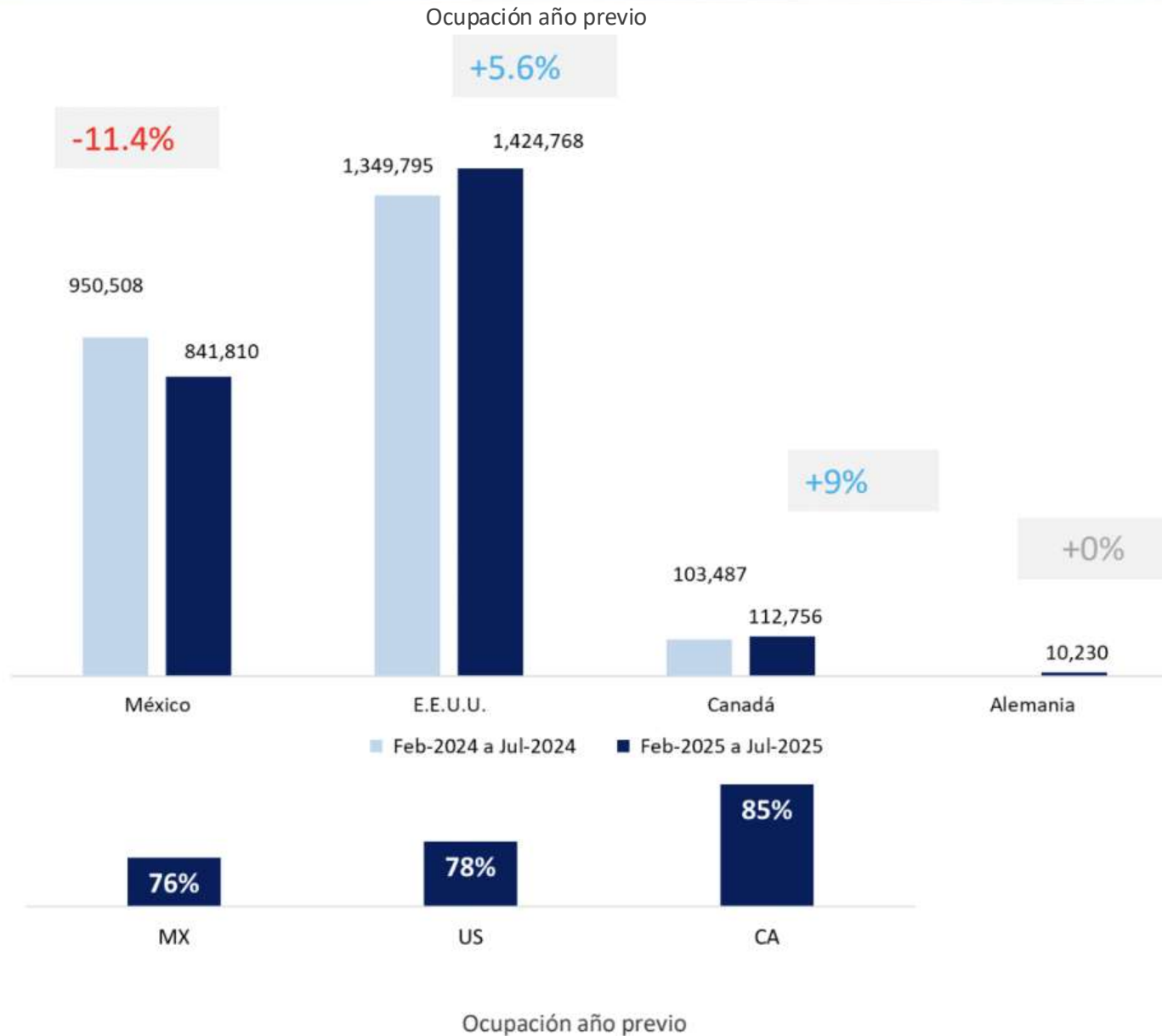
77%

Factor de ocupación
aerolíneas
estadounidenses
(Feb a Jul-2024)

77%

Factor de ocupación
aerolíneas
canadienses
(Feb a Jul-2024)

87%



Fuente: OAG



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

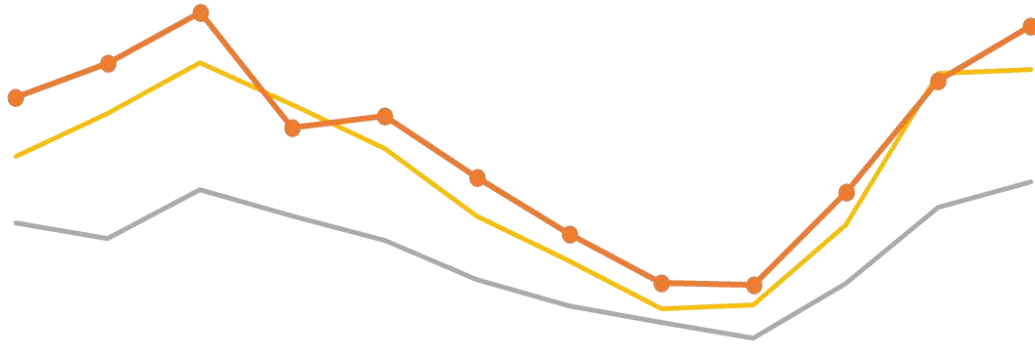
LOS CABOS



PASAJEROS INTERNACIONALES EN AVIACIÓN PRIVADA

▲ 93,079 pasajeros en 2024

- Llegada de turistas internacionales correspondientes a la aviación privada a los aeropuertos de Cabo San Lucas (CSL) y San José del Cabo (SJD).



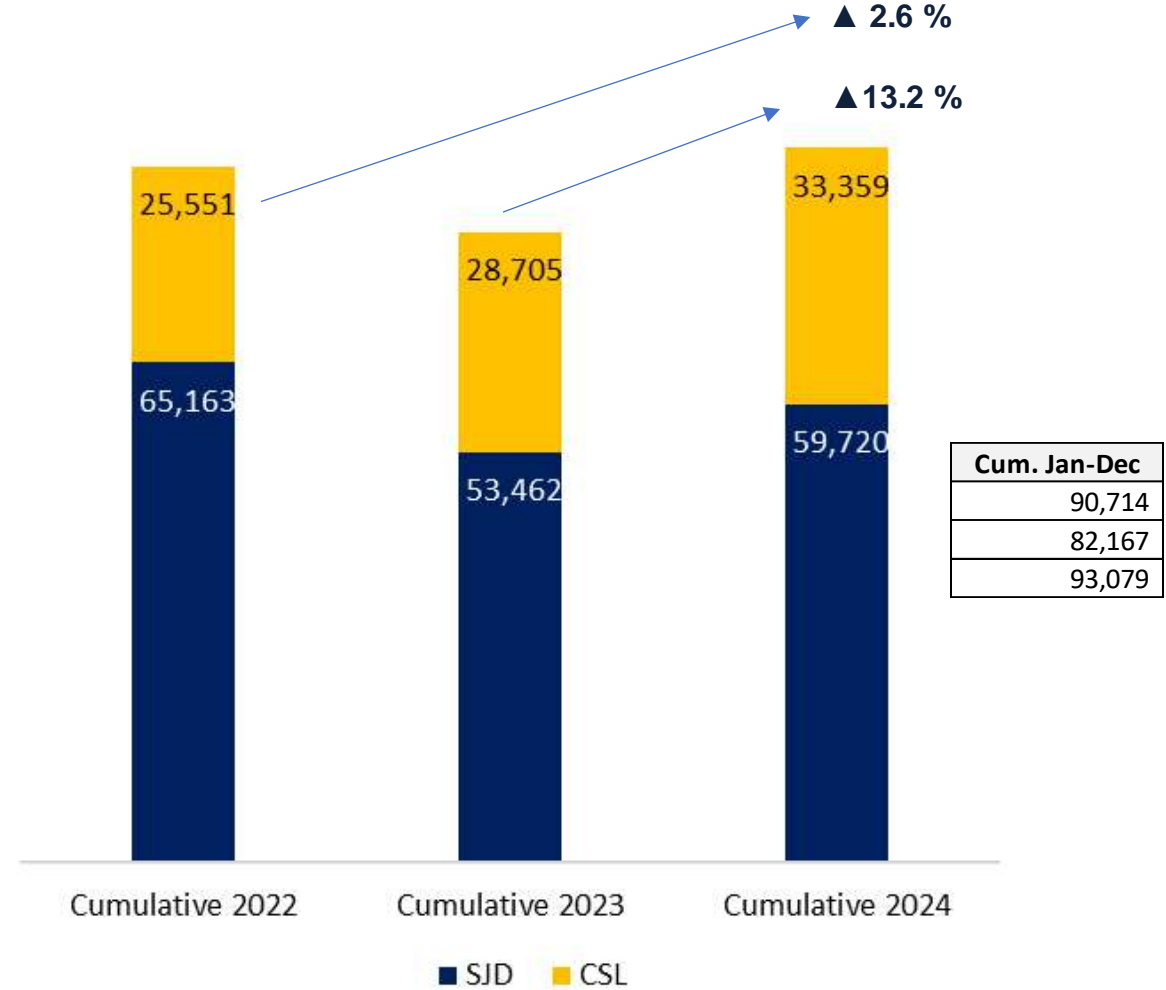
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
2019	5,210	4,703	6,247	5,420	4,663	3,431	2,600	2,096	1,600	3,300	5,681	6,476
2023	7,280	8,636	10,230	8,903	7,540	5,427	4,004	2,512	2,635	5,139	9,871	9,990
2024	9,139	10,195	11,777	8,189	8,547	6,624	4,856	3,316	3,271	6,153	9,660	11,352

2019 = 51,427

2024 = 93,079

81%

Pasajeros Ene- Nov 2022 - 2024



- Un crecimiento del 2.6% con respecto al 2022 y un incremento del 13.2% con respecto al 2023.

FUENTES: INM- SIOM; GAP



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



Indicadores Clave
(Dic-2024)

ADR (Los Cabos+)

(Prom. 2024):

\$481

(+1.5% vs 2023)



ADR (Mayakobá+)

(Prom. 2024):

\$710

(-5.5% vs 2023)



ADR (R. Nayarit+)

(Prom. 2024):

\$266

(-6.4% vs 2023)



ADR (Punta Cana)

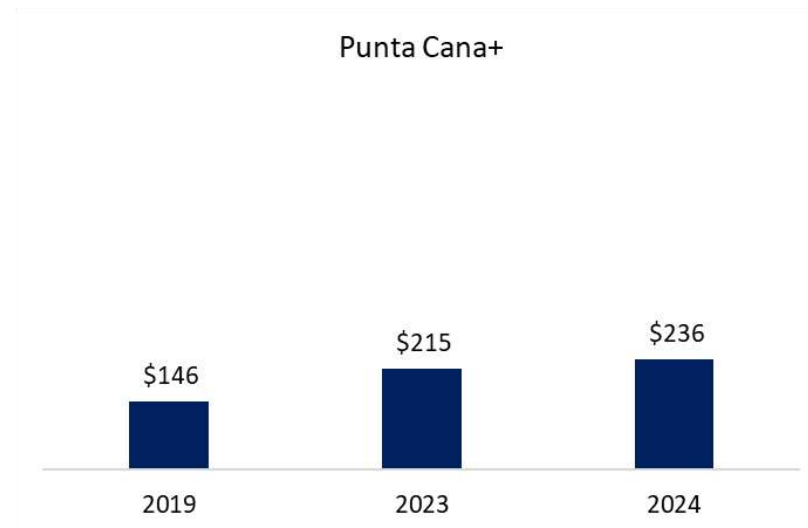
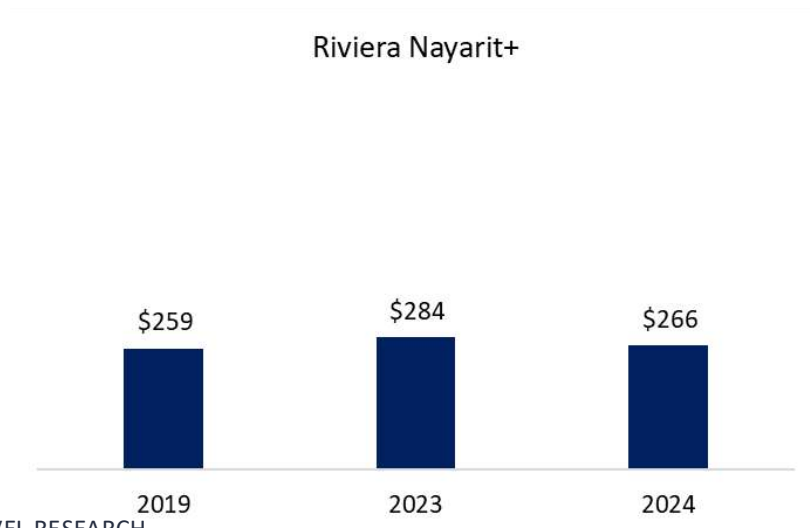
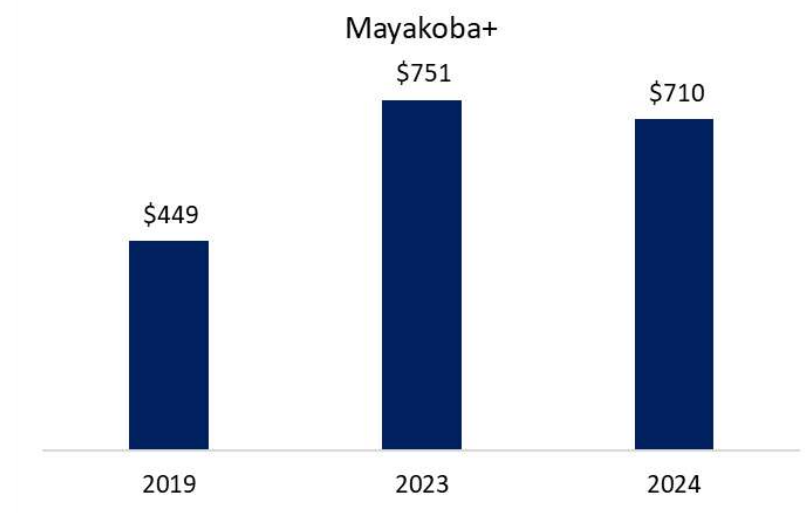
(Prom. 2024):

\$236

(+9.8% vs 2023)



TARIFA DIARIA PROMEDIO PARA LOS CABOS Y COMPETIDORES SELECTOS (2019, 2023-2024)



FUENTE: SMITH TRAVEL RESEARCH



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



**Indicadores clave
Plan Europeo (EP)
(Dic-2024)**

OCUPACIÓN Y TARIFA EN CATEGORÍA DE HOTELES DE LUJO

Ocupación (Dic-2024):

80.0%



11.0pp vs Dic-2023

Tarifa Promedio (Dic-2024):

\$ 1,829.77



0.8% vs Dic-2023

Ocupación acumulada

(Ene -Dic 2024):

71.4%



2.2pp vs Ene-Dic 2023

Tarifa Promedio acumulada

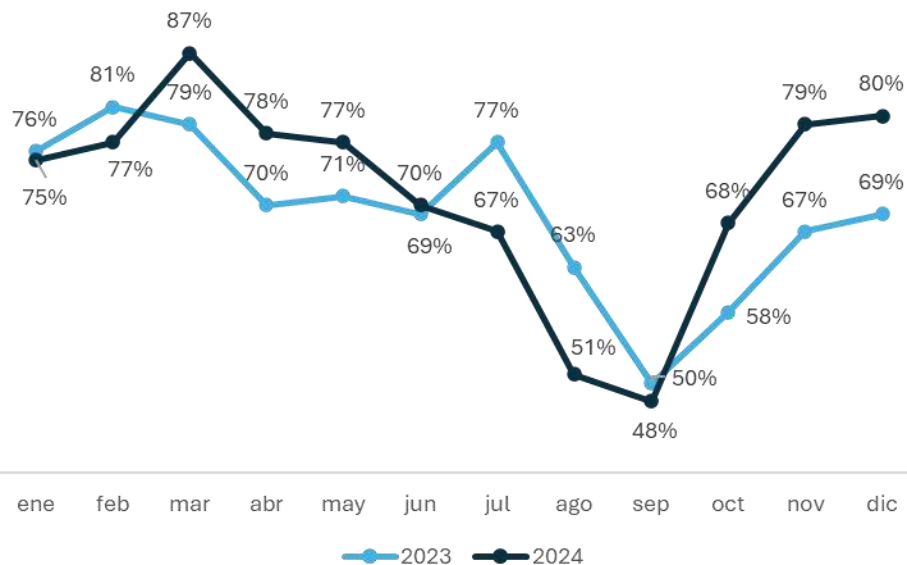
(Ene -Dic 2024):

\$ 1,283.33



-4.0% vs Ene-Dic 2023

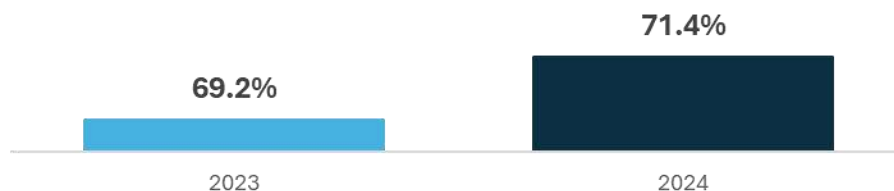
Ocupación Plan Europeo (EP)



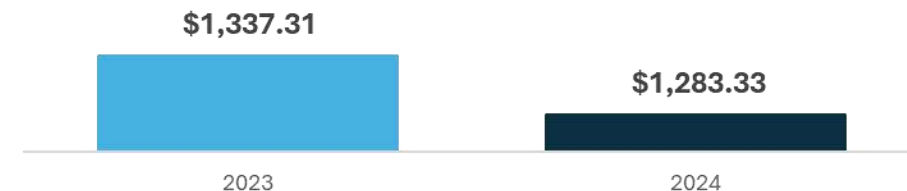
Tarifa Promedio Plan Europeo (EP)



Ocupación acumulada 2023/2024
Periodo Ene - Dic



Tarifa Promedio acumulada 2023/2024
Periodo Ene - Dic



Fuente: Reporte Estadístico – AHLC

Nota: Solo se reportan datos incluidos en los reportes de la AHLC



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



Indicadores clave Plan Europeo (EP) (Dic-2024)

OCUPACIÓN Y TARIFA EN CATEGORÍA DE HOTELES DE 5 ESTRELLAS

Ocupación (Dic-2024):

76.0%

11.0pp vs Dic-2023



Tarifa Promedio (Dic-2024):

\$ 574.52

4.8% vs Dic-2023



Ocupación acumulada

(Ene -Dic 2024):

68.9%

7.8pp vs Ene-Dic 2023



Tarifa Promedio acumulada

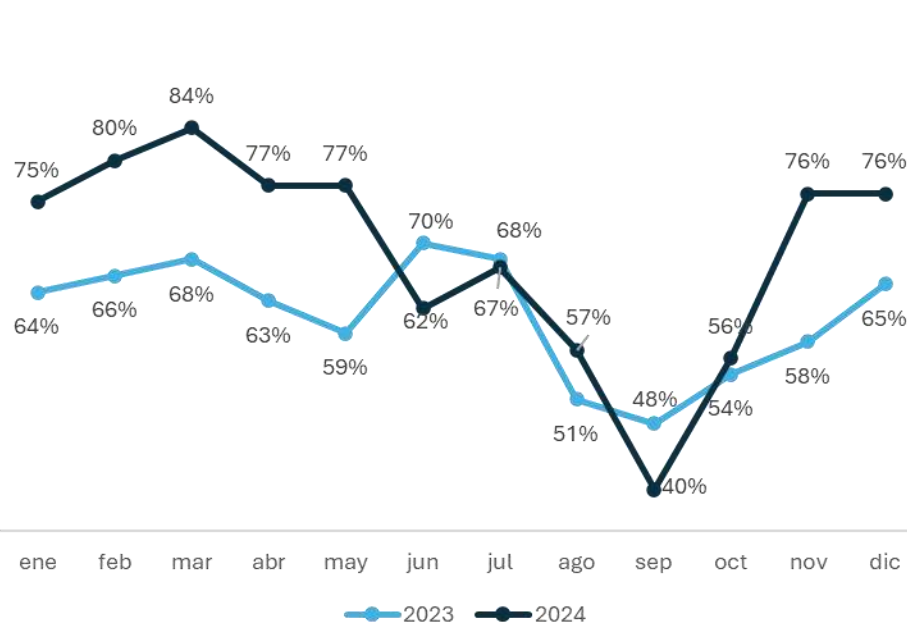
(Ene -Dic 2024):

\$ 466.61

0.6% vs Ene-Dic 2023



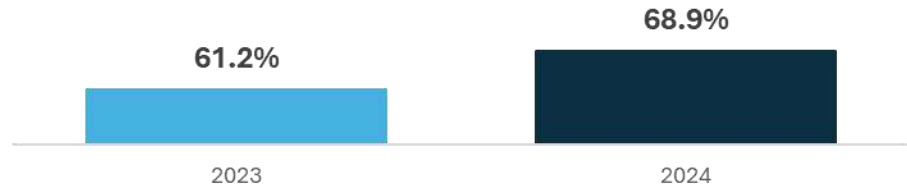
Ocupación Plan Europeo (EP)



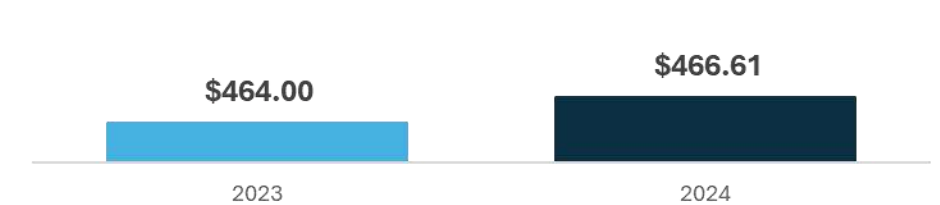
Tarifa Promedio Plan Europeo (EP)



Ocupación acumulada 2023/2024
Periodo Ene - Dic



Tarifa Promedio acumulada 2023/2024
Periodo Ene - Dic



Fuente: Reporte Estadístico – AHLC

Nota: Solo se reportan datos incluidos en los reportes de la AHLC



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



Indicadores clave
Todo Incluido (AI)
(Dic-2024)

OCUPACIÓN Y TARIFA EN CATEGORÍA DE HOTELES DE 5 ESTRELLAS

Ocupación (Dic-2024):

74.0%

32.0pp vs Dic-2023



Tarifa Promedio (Dic-2024):

\$ 481.60

2.5% vs Dic-2023



Ocupación acumulada

(Ene -Dic 2024):

56.9%

15.2pp vs Ene-Dic 2023



Tarifa Promedio acumulada

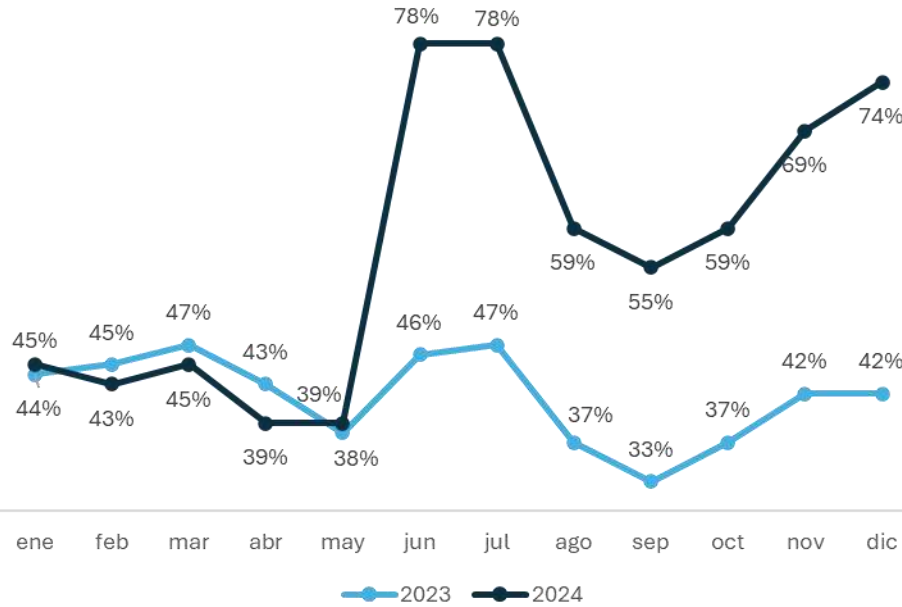
(Ene -Dic 2024):

\$ 435.91

4.1% vs Ene-Dic 2023



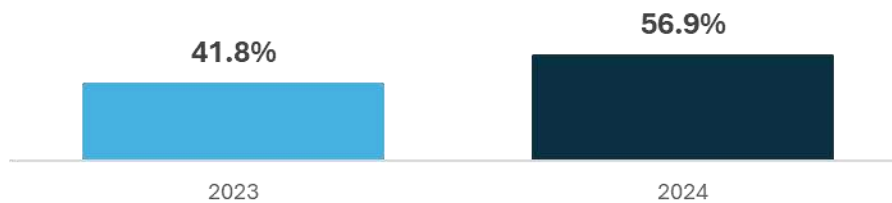
Ocupación Todo Incluido (AI)



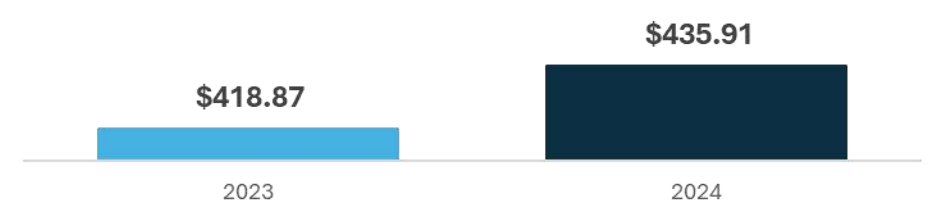
Tarifa Promedio Todo Incluido (AI)



Ocupación acumulada 2023/2024
 Periodo Ene - Dic



Tarifa Promedio acumulada 2023/2024
 Periodo Ene - Dic



Fuente: Reporte Estadístico – AHLC

Nota: Solo se reportan datos incluidos en los reportes de la AHLC



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



OCUPACIÓN Y TARIFA EN CATEGORÍA DE HOTELES DE 4 ESTRELLAS

Indicadores clave Plan Europeo (EP) (Dic-2024)

Ocupación (Dic-2024):

69.0%



4.0pp vs Dic-2023

Tarifa Promedio (Dic-2024):

\$ 152.28



-1.2% vs Dic-2023

Ocupación acumulada

(Ene -Dic 2024):

58.5%



-5.5pp vs Ene-Dic 2023

Tarifa Promedio acumulada

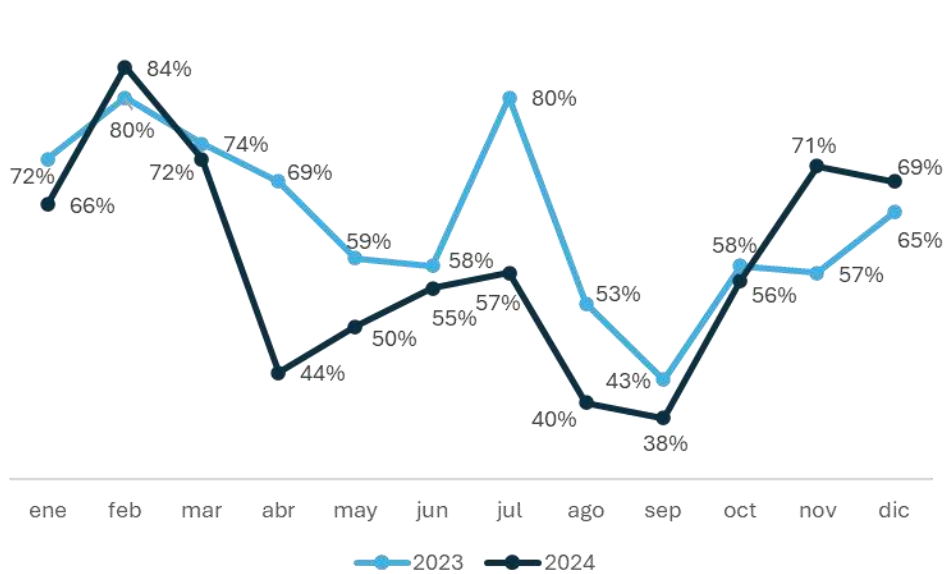
(Ene -Dic 2024):

\$ 137.78



3.8% vs Ene-Dic 2023

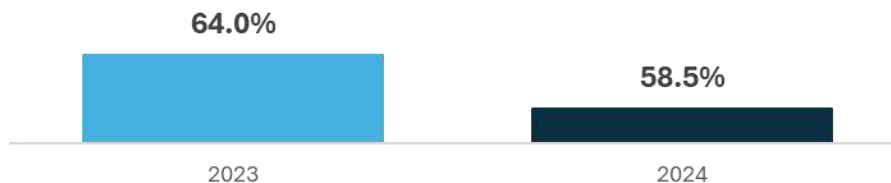
Ocupación Plan Europeo (EP)



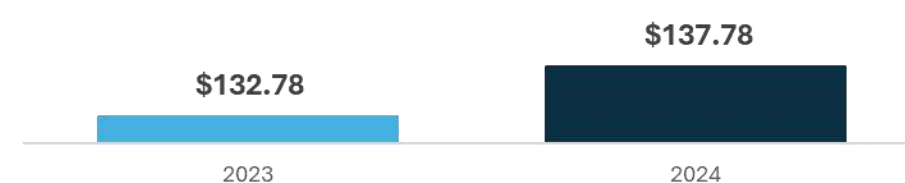
Tarifa Promedio Plan Europeo (EP)



Ocupación acumulada 2023/2024
Periodo Ene - Dic



Tarifa Promedio acumulada 2023/2024
Periodo Ene - Dic



Fuente: Reporte Estadístico – AHLC

Nota: Solo se reportan datos incluidos en los reportes de la AHLC



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



**Indicadores clave
Todo Incluido (AI)
(Dic-2024)**

OCUPACIÓN Y TARIFA EN CATEGORÍA DE HOTELES DE 4 ESTRELLAS

Ocupación (Dic-2024):

61.0%



-11.0pp vs Dic-2023

Tarifa Promedio (Dic-2024):

\$ 309.58



-0.8% vs Dic-2023

Ocupación acumulada

(Ene -Dic 2024):

62.4%



-10.7pp vs Ene-Dic 2023

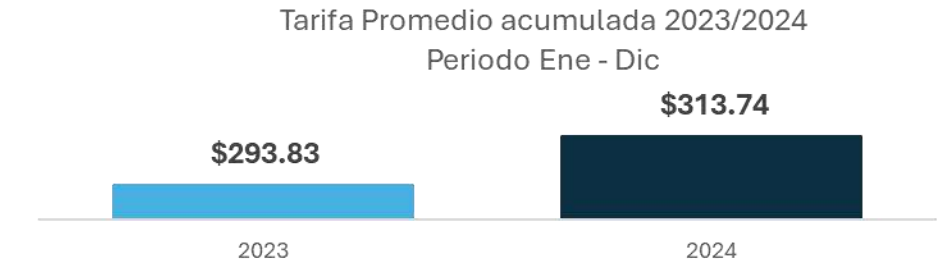
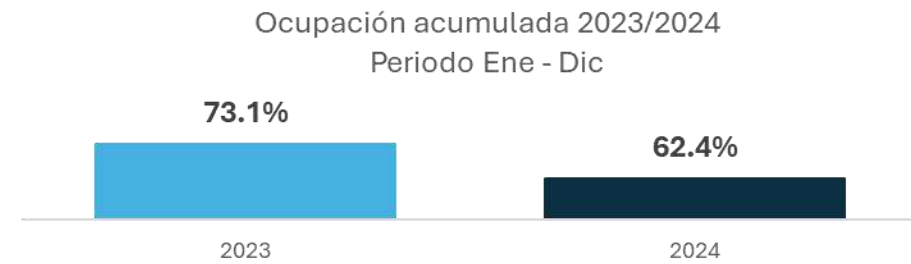
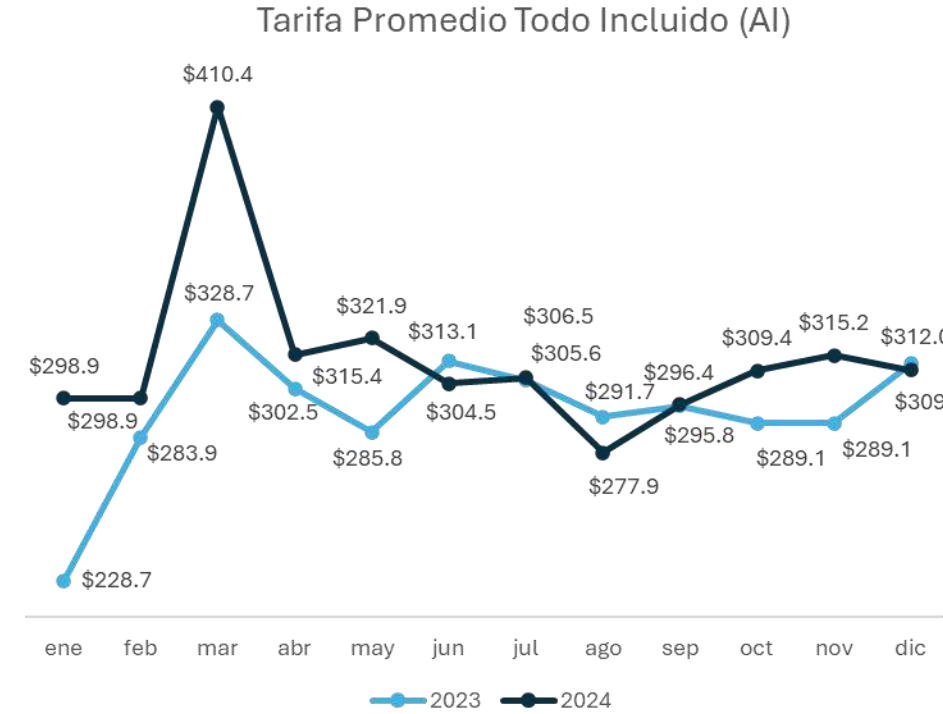
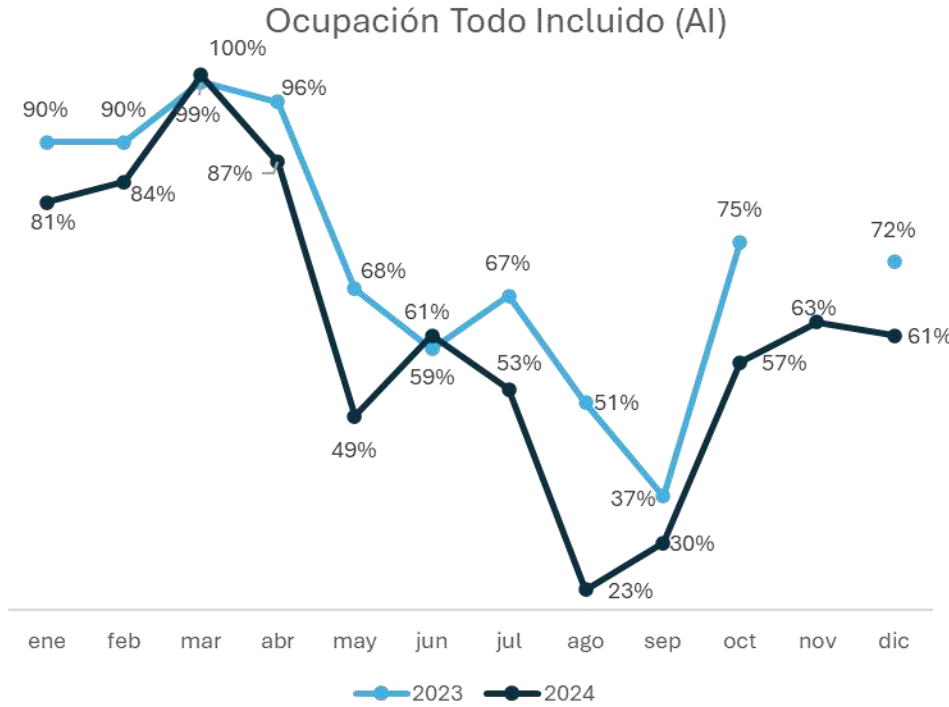
Tarifa Promedio acumulada

(Ene -Dic 2024):

\$ 313.74



6.8% vs Ene-Dic 2023



Fuente: Reporte Estadístico – AHLC

Nota: Solo se reportan datos incluidos en los reportes de la AHLC

**Indicadores clave
Plan Europeo (EP)
(Dic-2024)**

OCUPACIÓN EN CATEGORÍA DE HOTELES DE 3 ESTRELLAS

Ocupación (Dic-2024):

40.0%

-17.0pp vs Dic-2023



Tarifa Promedio (Dic-2024):

\$ 77.73

-1.8% vs Dic-2023



Ocupación acumulada

(Ene -Dic 2024):

59.4%

-0.5pp vs Ene-Dic 2023



Tarifa Promedio acumulada

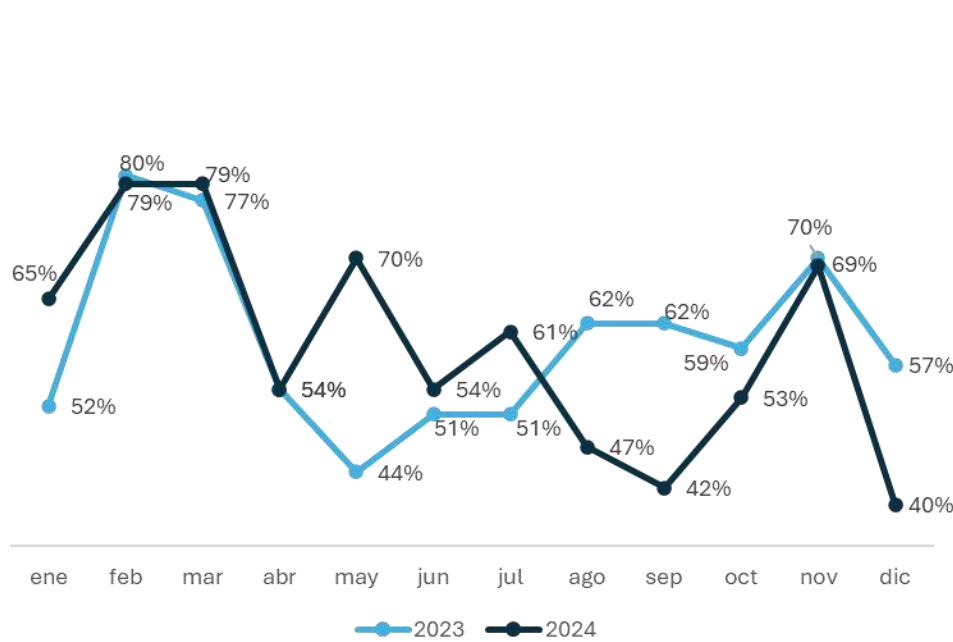
(Ene -Dic 2024):

\$ 81.26

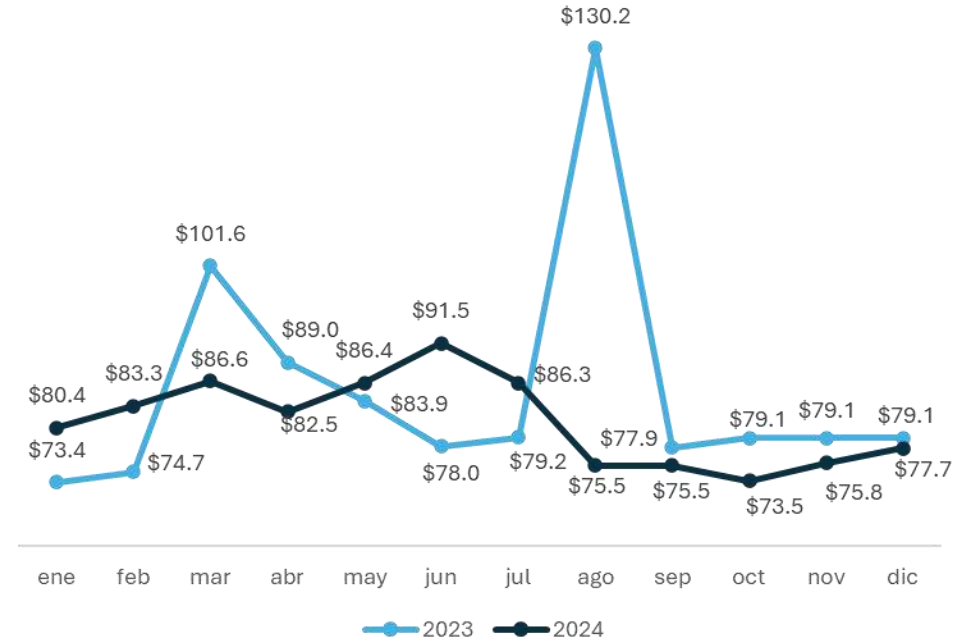
-4.9% vs Ene-Dic 2023



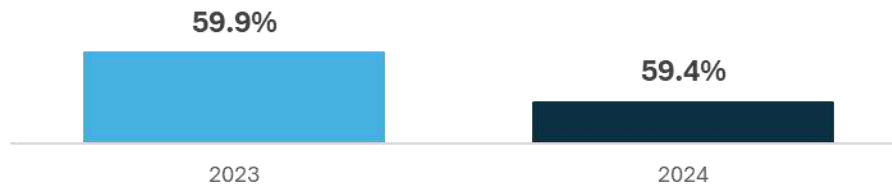
Ocupación Plan Europeo (EP)



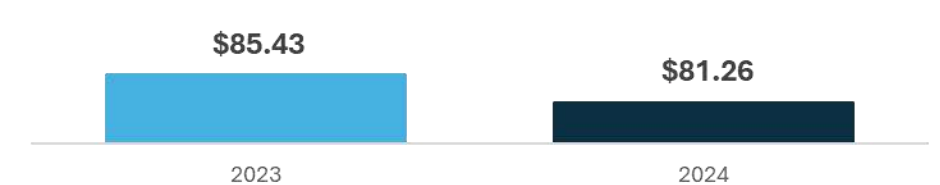
Tarifa Promedio Plan Europeo (EP)



Ocupación acumulada 2023/2024
Periodo Ene - Dic



Tarifa Promedio acumulada 2023/2024
Periodo Ene - Dic



Fuente: Reporte Estadístico – AHLC

Nota: Solo se reportan datos incluidos en los reportes de la AHLC



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

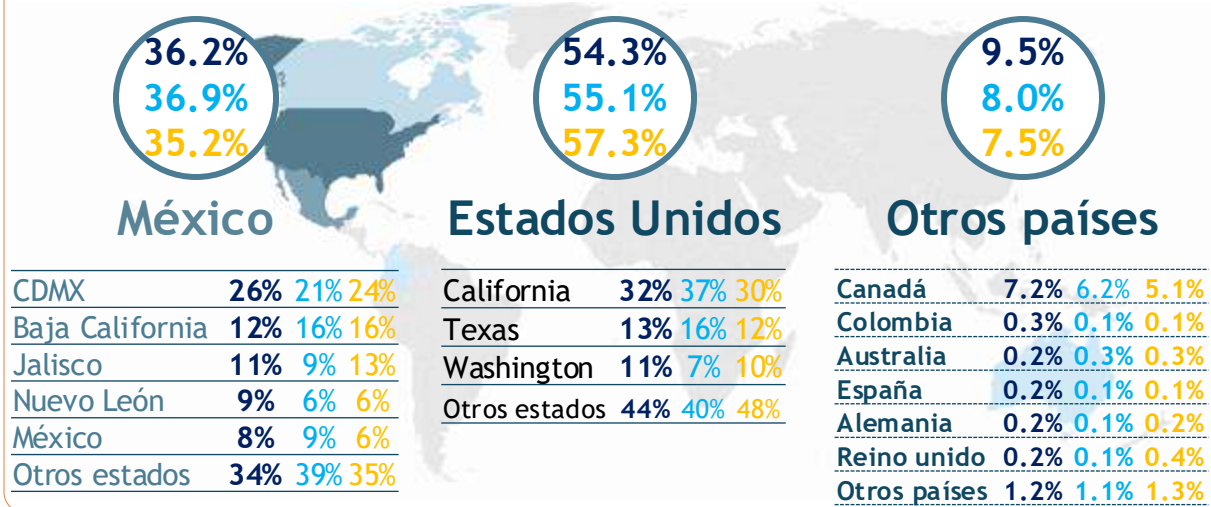
LOS CABOS



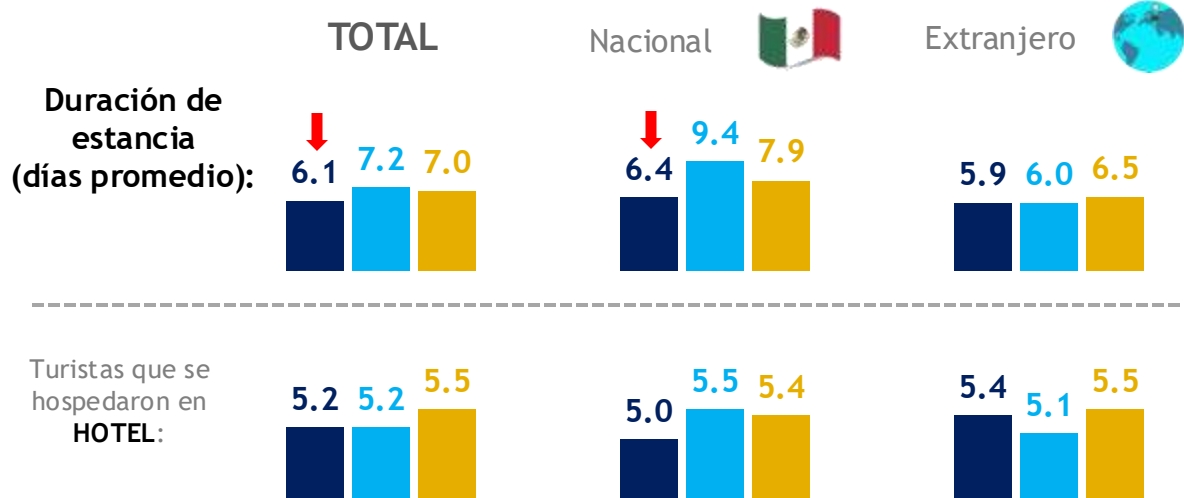
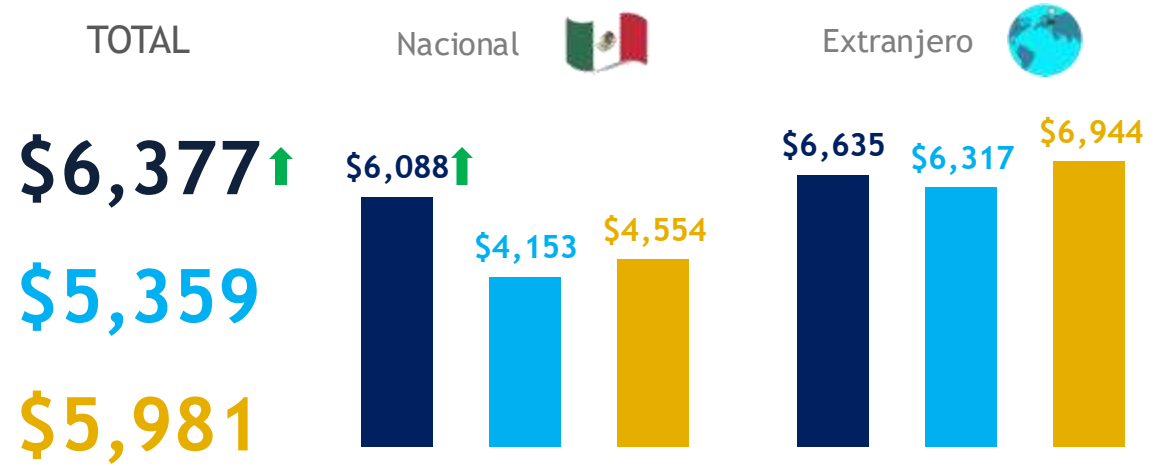
RESUMEN EJECUTIVO

● Ene-Dic'24 ● Ene-Dic'23 ● Ene-Dic'22

Origen de los turistas



Gasto promedio, por persona y por día (en pesos).



Motivos del viaje

Motivo	Motivo principal (respuesta única)*			Motivos secundarios (respuesta múltiple)*		
	Ene-Dic'24	Ene-Dic'23	Ene-Dic'22	Ene-Dic'24	Ene-Dic'23	Ene-Dic'22
Vacaciones ocio o recreación	68% ↑	59%	56%	16% ↑	12%	15%
Visita a familiares y/o amigos.	9% ↓	14%	13%	10% ↑	8%	10%
Uso de propiedad vacacional	9% ↑	6%	8%	6% ↑	4%	5%

*Se muestran las menciones con mayor porcentaje.

↑ ↓ Las flechas indican diferencias significativas entre años.



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



GASTO PROMEDIO (persona/diario)

\$6,377 pesos promedio por día en 2024

Vs

\$5,359 en 2023 = 19% incremento

El gasto promedio por persona por día aumentó significativamente en comparación con 2023;

Los turistas que más gastaron fueron:

- los extranjeros
- aquellos de nivel socioeconómico alto
- quienes realizaron actividades de naturaleza

ESTANCIA PROMEDIO (días)

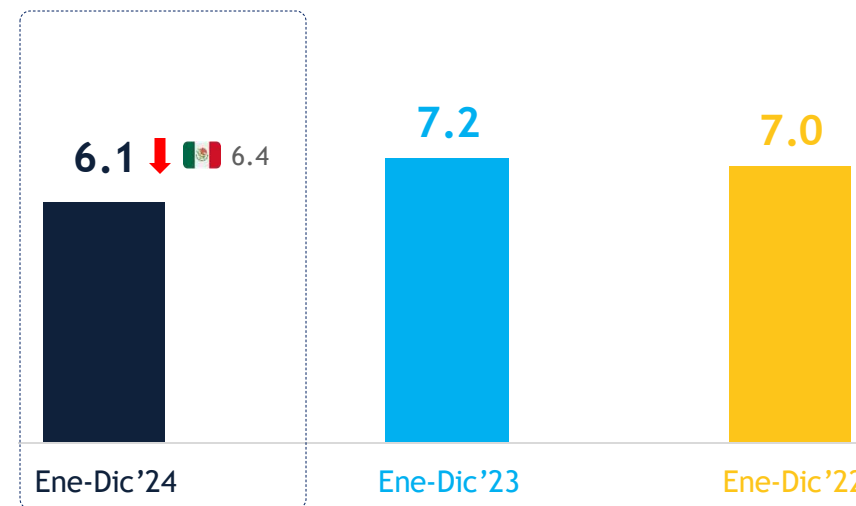
6.1 días

GASTO PROMEDIO (por estancia)

\$36,950 pesos

	Ene-Dic'24		Ene-Dic'23		Ene-Dic'22	
	%	Media	%	Media	%	Media
Hotel	45%	5.2	53%	5.2	52%	5.5
Tiempo compartido	27%	6.3	8%	6.4	11%	6.7
Air& VRBO o similares	9%	6.2	9%	7	9%	6.5
Casa de familiares o amigos	6%	10.7	15%	13.7	11%	12.1
Hotel boutique	3%	5.5	4%	5.7	3%	5.4
Hostal, bungalows o cabañas	3%	5.2	3%	7.5	2%	6.5
Villa privada	3%	5.9	2%	6.1	4%	6.9
Casa o condominio propio	2%	12.2	3%	13.4	4%	12.3

Promedio de la duración de su estancia en días:



ACTIVIDADES QUE PREFIEREN LOS VISITANTES

▲ 62% prefieren actividades de naturaleza

Actividades de naturaleza terrestre

▲ 51%

▲ 16%

Cultural y gastronómico

Actividades de naturaleza acuática

▲ 12%

▲ 21%

Bienestar y Eventos

FUENTE: ENCUESTAS A TURISTAS 2024



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



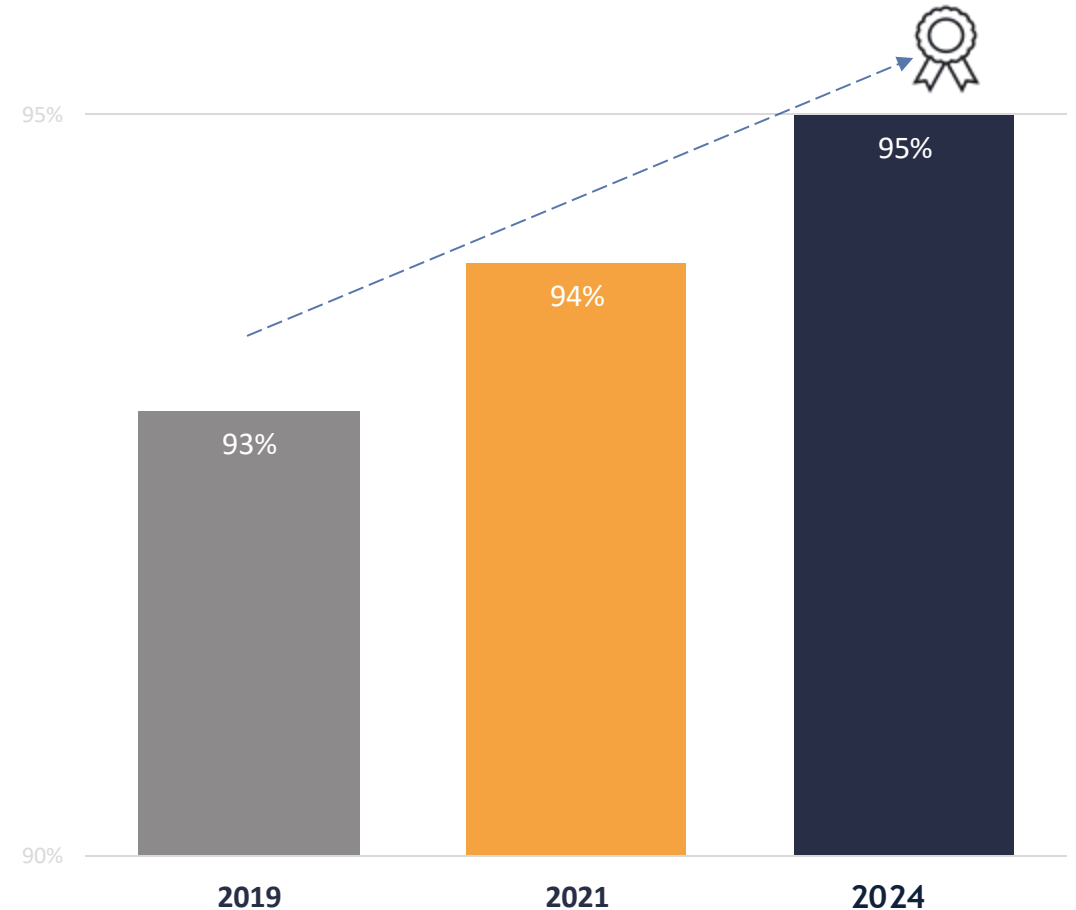
SATISFACCIÓN GENERAL DE LOS TURISTAS

▲ 95% promedio durante el 2024

- 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.





ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO



INFORME 2024 DEL ÁREA JURÍDICA DEL FIDEICOMISO DE TURISMO DE LOS CABOS

1. Compromiso con la transparencia de la información pública.

Durante el año 2024, se recibieron 11 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.

Asimismo, FITURCA publica periódicamente información a toda la ciudadanía en la que se da a conocer el desempeño de su gestión, su organización interna y el manejo de los recursos públicos que le son asignados para la promoción del destino.

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



Visitantes por país:

Usuarios activos por País



PAÍS	USUARIOS ACTI...
Mexico	4,1 mil
United States	733
Spain	85
Canada	77
Germany	65
Colombia	42
United Kingdom	33



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



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 adjudicará el contrato respectivo por garantizar las mejores condiciones disponibles en cuanto a precio, calidad, financiamiento y oportunidad.

Ahora bien, durante el ejercicio 2024, **FITURCA** efectuó 16 procedimientos de contratación a través de Licitación Pública de carácter Nacional e Internacional, adjudicando con ellas, un monto aproximado de **\$206'040,220.92**

Cabe señalar que durante los últimos 6 ejercicios fiscales se ha convocado a 84 Licitaciones Públicas sin que se haya notificado, por parte de la Contraloría General, inconformidades relacionadas con el desahogo de los procesos que emite **FITURCA**.



3. Contratos

Se celebraron alrededor de 59 contratos con proveedores que formalizaban y salvaguardaban los intereses del Fideicomiso, así como, para garantizar la continuidad de los servicios que presta **FITURCA** al destino Los Cabos, con el objeto de incrementar el conocimiento y difusión de la marca *LOS CABOS*, en los principales mercados internacionales de influencia del destino e incrementar el posicionamiento, la recordación y el reconocimiento de la marca, como un destino exclusivo de clase mundial, que cuenta con una amplia gama de alternativas de productos y servicios turísticos.



EGRESOS EJERCICIO 2024 DEL FIDEICOMISO DE TURISMO DE LOS CABOS

RECURSOS OTORGADOS PARA EL EJERCICIO

	Importe anual ejercido	
Gasto de Administración	12,832,325	3%
Gasto de Promoción	205,735,540	46%
Gasto de Mercadotecnia	226,715,045	51%
Total	445,282,910.67	100%





RELACIONES PÚBLICAS Y MERCADOTECNIA

MERCADO NACIONAL



Fortalecimos el posicionamiento como el mejor destino de lujo en México Siendo líderes nacionales en salud de marca.

		Overall Rating T2B (10 pts.)	Favorability TB (5 pts.)	Differentiation TB (5 pts.)	Emotion TB (5 pts.)
Base: Aware of each destination	Base:	Excellent option (10 +9)	Very favorable(5)	Extremely different(5)	¡I'm very excited! (5)
Los Cabos	688	★ 83 W 90	66 W 78	49	★ 72 W 82
Cancún	751	81	★ 69	★ 50	71
Tulum	676	78 W 89	65 W 73	49	67
Playa del Carmen	691	75 W 85	58 W 68	39	59
Riviera Nayarit	543	73 W 87	58	38	58
Oaxaca	509	71 F 80	60 F 67	44 F 51	61
Puerto Vallarta	700	71	54	31	53
La Paz	508	67	50	33	53
Mazatlán	666	61	47	32	49
Puerto Rico	433	53	42	32	43
Dominican Republic	352	55	40	35	48
Average		69	55	39	58



Estudio de Salud de Marca Lexia 2024



MÉXICO

700

Notas Publicadas

CONSUMIDOR

76 Piezas de cobertura.

7,687,417 en impresiones en medios ganados.

\$3,533,560.12 en valor publicitario.

6 Viajes de prensa...

+52 MILL.

Impresiones en medios ganados

CORPORATIVO

624 Piezas de cobertura.

44,806,094 en impresiones en medios ganados.

\$21,138,448.44 en valor publicitario.

30+ Entrevistas derivadas de eventos, giras de medios y acciones de comunicación.

+\$24.6 MILL.

Valor Publicitario

MANEJO DE CRISIS

11 Situaciones reactivas y temas críticos gestionados.



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



Medios Digitales



1,900,000
TOTAL CLICKS



IMPRESIONES

81,200,000



39,600,000
REPRODUCCIONES DE VIDEO

- **YOUTUBE:** Se lograron mas de 13.9 Millones de Views. Superando la meta de mas de un 96% de visualizaciones completas.
- **META:** Los anuncios alcanzaron mas de 22.5 Millones de Views, con un crecimiento del 70% respecto al año 2023.
- **PROGRAMMATIC y PINTEREST:** Con un aumento de hasta 80% en impresiones y un CTR promedio del 2.4% superando los estándares de la industria.

- **MEDIOS OFFLINE:**

Semana Santa: Campañas en Pantallas Urbanas con mas de 6.3 Millones de Impactos.

Cine y TV de paga: Con 2.9 Millones de impactos.

Estos esfuerzos y estrategia enfocada garantizaron una presencia integral en los momentos clave para el turismo en Los Cabos a lo largo del año.



COMPRA DE MEDIOS EN MÉXICO

MÉXICO | SOCIOS COMERCIALES

Campañas Cooperativas en 2024



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



CAMPAÑA MARCA NACIONAL

Los Cabos Sí o Sí

En 2024 se realizaron 12 campañas, asegurando una presencia de marca constante a lo largo del año e impulsando la llegada de visitantes nacionales al destino.

2

SIEMPRE ACTIVA

4

TEMPORALIDADES

Wellness
Semana Santa
Verano
Fin de año

3

CAMPAÑAS
GEOLOCALIZADAS

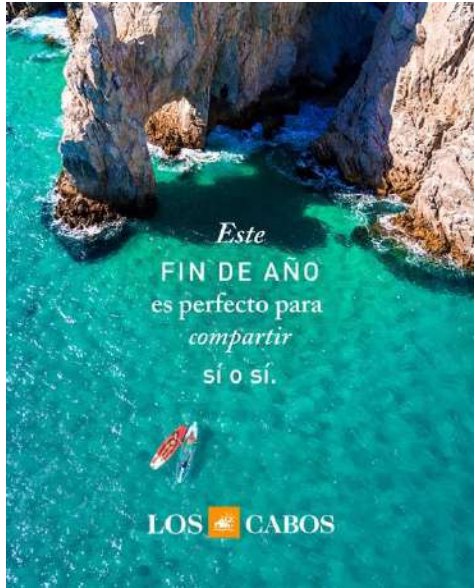
*¿Qué hacer en
Los Cabos?*

3

BRAND AWARENESS
EN EVENTOS

ATP
PGA Tour
Festival de Cine





Campaña de FIN DE AÑO

Campaña de VERANO



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



2024: México + Iberoamérica



@visitaloscabos_mx



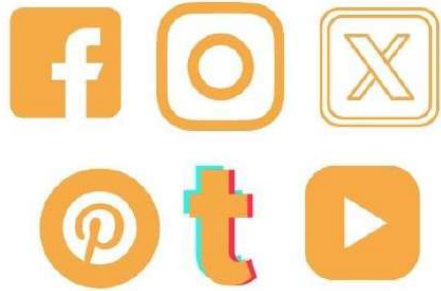
El rendimiento en **Instagram** y **Tik Tok** destacó gracias a las campañas específicas en estas redes, tanto con creadores de contenido como con *influencers*. Al contar con estrategias personalizadas, se logró captar la atención de audiencias clave y generar contenido auténtico que resonó con los valores y aspiraciones de los usuarios. Esto potenció el alcance y la interacción, maximizando los resultados en ambas plataformas.

Por otro lado, **Facebook** y **Twitter** tuvieron un desempeño menor a pesar de contar con contenidos de calidad visual, dado que en **X** no hubo inversión en pauta y a mediados y finales de año, en Facebook no se invirtió en *paid* debido a un error en la plataforma.

Métricas obtenidas en Estrategia Orgánica de Redes en 2024:

- Seguidores totales en todas las plataformas:
 - +479K+
- Posteos:
 - 620
- Impresiones:
 - +8.5M
- Interacciones:
 - +190K+
- Vistas en Videos:
 - +5.7M
- Clics a Enlaces:
 - +17.5K

2024: MÉXICO + IBEROAMÉRICA



@visitaloscabos_mx



Anuncio	Estado	Impresiones	Clics	CTR
Activado	Apto	20.454	951	4.65 %



Métricas obtenidas en Estrategia Paid Media en 2024:

- Gasto total en Campañas:
 - \$300K MXN
- Impresiones:
 - 17.3M+
- Clics a links página:
 - 87.3K+
- Interacciones:
 - 906K+
- Vistas Totales de Campañas:
 - 3.5M+
- Costo por Clic, tráfico de Ads:
 - \$3.34 Peso Mexicano



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



2024: MÉXICO + IBEROAMÉRICA

SEO & SEM:

- El tráfico de Organic Search aumentó significativamente en 2024, alcanzando el **18.2%** de las sesiones, frente al 8.4% en 2023. Este crecimiento resalta un enfoque exitoso en fortalecer la presencia orgánica del sitio y mejorar su SEO.
- El tráfico directo se ha mantenido relativamente estable, pasando del 4% en 2023 al **8.9%** en 2024. Esto sugiere una consistencia en el reconocimiento del sitio y el acceso directo por parte de los usuarios.

EMAIL MARKETING:

La temática más relevante para los usuarios fue la de Verano en Los Cabos con el 28%. La media de open rate es del **15%**. Otra temática relevante fue la de Semana Santa, que puede ayudar a los usuarios a planear su viaje.

La lista de distribución creció un **35%**, pasando de 6,475 a 8,794 usuarios, lo que demuestra el interés que existe por el destino.

En 2024 comenzó la activación de envíos hacia nuevos mercados compartiendo temáticas de interés general sobre el destino como las playas y lugares icónicos. Observamos un rendimiento similar en ambos países respecto al open rate, siendo el más alto de **26.7%** para Colombia y de **28.4%** para España. En cuanto al click rate, el más alto fue de **1.34%** para el mercado colombiano, mientras que el español interactuó más con el contenido con el **3.19%**.



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS





RELACIONES PÚBLICAS Y MERCADOTECNIA

EN 8 MERCADOS ESTRATÉGICOS



ESTRATEGIA DE MEDIOS 2024

Crear narrativas únicas y atractivas para mantener la presencia de Los Cabos en la mente del público y asegurar cobertura mediática de alto impacto en los mercados nacionales e internacionales.

ARQUITECTURA DE LA ESTRATEGIA



CALENDARIO EDITORIAL

Alcance proactivo con los medios

COBERTURA DESTACADA

Integrar el mensaje de Los Cabos en momentos culturales

RELACIONES CON MEDIOS TIER 1

Construcción de relaciones con medios influyentes

VIAJES DE PRENSA

Experiencias inmersivas para periodistas

TRADESHOWS Y EVENTOS

Creación y apoyo a eventos mediáticos para reforzar la presencia de marca

LIDERAZGO DE OPINIÓN

Fortalecimiento de la reputación y visibilidad corporativa

MANEJO DE CRISIS

Protección de la marca Los Cabos



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



2024: UN AÑO DE IMPACTO Y CRECIMIENTO

Logros mes a mes que han aumentado la visibilidad y el reconocimiento de Los Cabos através de nuestros 7 mercados



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



LOS CABOS FIDEICOMISO DE TURISMO

DÓNDE VIAJAR EN 2025

Para ser mencionados en las listas más destacadas de "Where to Go in 2025", hemos seguido una estrategia enfocada en cada publicación para aumentar las posibilidades de que Los Cabos sea incluido en estos listados de alto impacto

Condé Nast
Traveler



The Best places to go in 2024

Publicado en Noviembre 2025

**TRAVEL+
LEISURE**



The 50 Best Places to Travel in 2025

Publicado en Noviembre 2024

lonely planet



Publicado en Octubre 2024

NATIONAL GEOGRAPHIC



Publicado en Octubre 2024

Forbes



Publicado en Octubre 2024

The New York Times



Publicado en Enero 2025

FORTUNE



Publicado en Diciembre 2024

AFAR



Publicado en Diciembre 2024

Bloomberg



Publicado en Diciembre 2024

WOP



Publicado en Enero 2025



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS FIDEICOMISO DE TURISMO



DÓNDE VIAJAR EN 2025 - MENCIONES



Condé Nast Traveler

The Best Places to go in North America and the Caribbean in 2025

Baja California Sur

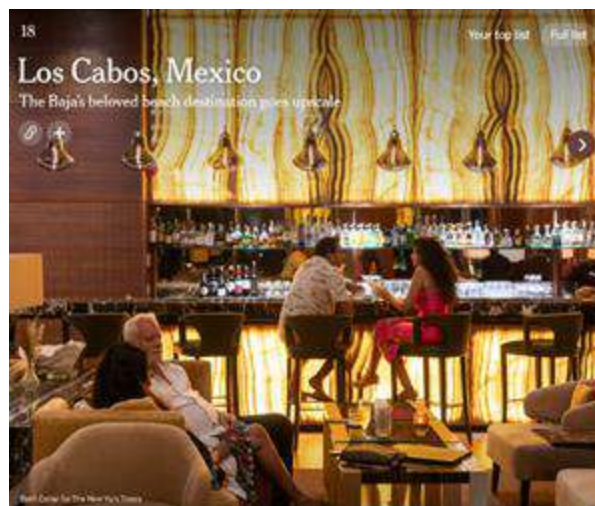
Go for: a classic desert road trip with stops for kitesurfing, whale watching, and luxe hideaways.



The New York Times

52 Places to Go in 2025

Where will the new year take you? Kick-start your travel plans by selecting favorites from our annual list.



Bloomberg



COSTA PALMAS, MEXICO



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



LOS CABOS FIDEICOMISO DE TURISMO

2024: ANÁLISIS DE REDES SOCIALES - LOS CABOS

2024	VOLUME MENTIONS	POSITIVE SENTIMENT	NEGATIVE SENTIMENT
LOS CABOS	84,929	29,580	10,973
BAHAMAS	45,432	14,764	6,998
HAWAII	291,982	111,016	50,982
MEXICAN CARIBBEAN	32,247	12,560	4,349
MIAMI	212,985	48,967	49,309



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS





ESTADOS UNIDOS

800

Notas Publicadas

CONSUMIDOR

54 Piezas de cobertura.

2.2+ Billones en impresiones en medios ganados.

\$208+ Million en valor publicitario.

10 Viajes de prensa.

+2.5 BILL.

Impresiones en medios ganados

CORPORATIVO

26 Piezas de cobertura.

32+ Millones en impresiones en medios ganados.

\$3.3+ Million en valor publicitario.

50+ Oportunidades ejecutivas y entrevistas derivadas de eventos, giras de medios y acciones de comunicación.

+211 MILL.

Valor Publicitario

MANEJO DE CRISIS

19 Situaciones reactivas y asuntos críticos atendidos.



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



CAMPAÑA DE MARCA

- Campaña al consumidor:

- Se desarrollaron 55 creativos para inserción en medios con el objetivo de fortalecer el posicionamiento de la marca mediante:

- La campaña **Wellness Champions** construyendo el posicionamiento de los Cabos como un destino de wellness de primer nivel.
- Contenido personalizado para nichos de alto interés, incluidos golf, pesca y gastronomía.
- La narración de historias en torno al anuncio de la **Guía Michelin**, impulsando la Gastronomía de Los Cabos.



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



- **Campaña al trade:**

- Se desarrollaron 35 creativos desarrollados para fortalecer las alianzas comerciales en plataformas clave del sector, incluidas Travel Weekly, Travel Leaders Network ,CCRA, ID travel.PCAMA, ASTA.

- **Marca general - Iniciativas clave:**

- Se llevó a cabo un estudio integral de salud de la marca para los mercados primarios USA, Canadá y México, con información que da forma a la campaña y estrategia de 2025.
- Fortalecimiento de la marca a nivel global.



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



SXSW

Los Cabos tuvo un **gran impacto** en South by Southwest (SXSW) a través de una presencia multifacética, que incluyó una **sesión**, un **stand**, una **experiencia de RA** y **contenido social/digital**.

Resultados:

- 1.8K+ interacciones en persona
- 700K+ impresiones totales en redes sociales/digitales
- 1K+ nuevos seguidores sociales
- **364** clientes potenciales generados en persona
- 12K+ de experiencia de realidad aumentada



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



LOS CABOS FIDEICOMISO DE TURISMO

NUEVO CONTENIDO FOTOGRÁFICO DEL DESTINO EN COLABORACIÓN CON BEN HORTON

Ben Horton, reconocido fotógrafo y beneficiario de National Geographic, ha capturado los impresionantes paisajes de Los Cabos. Su profundo amor por esta región y la Península de Baja California se refleja en su trabajo, donde combina un amplio conocimiento y pasión, utilizando su experiencia al aire libre para inspirar al público a conectarse con la belleza natural.

Estas impresionantes imágenes capturan la esencia única de nuestro destino.





COMPRA DE MEDIOS EN EU

Mercados primarios abarcados:
CALIFORNIA, ARIZONA, WASHINGTON,
COLORADO, TEXAS, FLORIDA, GEORGIA,
ILLINOIS, MINNESOTA, OREGON, NY, UTAH Y
NEVADA.



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



COMPRA DE MEDIOS EN EU

Proveedores utilizados y KPIs:

PROVEEDORES

Ad+Genuity - CTV, OLV
& Display
Audio

Ad+Genuity - Native
Atlas Obscura

Ad+Genuity - Retargeting

KPIs

Alcance
CTR
VCR
Interacciones

Visitas a Web
Interacciones
Tasa de Apertura

Llegadas
Reservas
Búsquedas



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



COMPRA DE MEDIOS EN ESTADOS UNIDOS

PRESUPUESTO EN MEDIOS
\$1,199,356.21



123,840
 CLICKS



IMPRESIONES
97,797,427



82.36%
 VIDEO COMPLETION RATE

CLICK-THROUGH RATE
0.18%

Campaña	Impresiones	Clicks	CTR	Conversiones
Campaña a Consumidor	71,874,504	74,706	.18%	131,532
Campaña de Nicho	22,849,959	47,861	.19%	19,931
Campañas Co-op	3,072,964	1,273	.02%	713



ESTADOS UNIDOS | SOCIOS COMERCIALES

Campañas Cooperativas en 2024



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



2024: ESTADOS UNIDOS + CANADÁ

SEO & SEM:

El portafolio total de palabras clave mostró un crecimiento significativo en 2024. En diciembre, se expandió un **46.5%** en comparación con el año anterior. Esta tendencia positiva se prevé continúe en 2025.

EMAIL MARKETING:

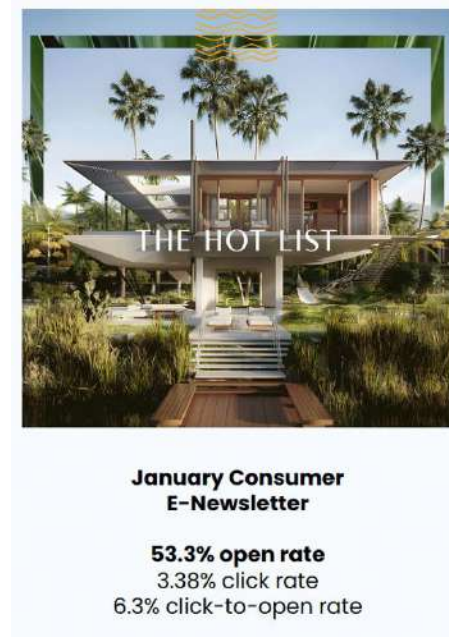
Todos los boletines dirigidos al consumidor enviados de enero a diciembre de 2024 lograron una tasa de apertura promedio de **55.94%**, con una tasa de clics sobre aperturas del 3.36% y una tasa de clics del 1.88%.

- Todos los boletines dirigidos al sector comercial enviados de enero a diciembre de 2024 alcanzaron una tasa de apertura promedio de **17.50%**, con una tasa de clics sobre aperturas del 2.45% y una tasa de clics del 0.43%.

- Todos los boletines de nicho enviados en 2024 lograron una tasa de apertura promedio de **35.05%**, con una tasa de clics sobre aperturas del 1.55% y una tasa de clics del 0.54%.

- En comparación con la primera mitad del año anterior, la tasa de clics sobre aperturas de los boletines para el sector comercial aumentó más de un **300%**.

- Se registró un incremento general del 29.63% en la tasa de clics sobre aperturas y un aumento del **170.43%** en el total de envíos, en comparación con 2023.





CANADÁ

Junio - Diciembre

59

Notas Publicadas

CONSUMIDOR

35 Piezas de cobertura.

11.9+ Millones en impresiones en medios ganados.

\$249,600+ en valor publicitario.

5 Viajes de prensa.

+11.9 MILL.

Impresiones en medios ganados

CORPORATIVO

20 Piezas de cobertura.

667,500 + en impresiones en medios ganados.

\$6,190+ en valor publicitario.

19 Oportunidades ejecutivas y entrevistas derivadas de eventos, giras de medios y estrategias de comunicación.

+255.7 K.

Valor Publicitario

MANEJO DE CRISIS

NO Situaciones reactivas y temas críticos que requirieron atención.



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



RESULTADOS EN CANADÁ

Campaña al Consumidor

Paid Media:

Impresiones	Clicks	CTR	CPC
178,442	23,746	13.31%	\$2.63

DOOH:

Impresiones	CPM
17,341,955	\$5.12

Programmatic (CTV, OLV, Display):

Impresiones	CPM
10,805,007	\$ 8.30

TV:

A30 IMP	CPM	Spots Totales
116754.577	\$ 1.66	9375



COMPRA DE MEDIOS EN CANADÁ

CANADÁ

ACTIVACIONES DE MARKETING 2024

2024

2024

9 Activaciones de Marketing

1 Sorteo

5 Reels de Influencers



Eventos de SKI

978

Solicitudes de Información



Toronto BOT

264

Solicitudes de Información



Eventos de Golf

3,249

Solicitudes de Información



Taco Fest

26,000

Participantes



Taste Media

48,000 Video Plays



YPO Event

72

Participantes



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



LOS CABOS FIDEICOMISO DE TURISMO

CANADÁ | SOCIOS COMERCIALES

Campañas Cooperativas en 2024



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



2024: ALCANCE DEL ECOSISTEMA DIGITAL DE LOS CABOS Y SU ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES

2024: Estados Unidos + Canadá



@loscabostourism
@loscabosmeetings



Nuestro lanzamiento en TikTok durante el primer trimestre fue exitoso, ya que superamos los 18.6k seguidores en 2024. Esto, sumado al aumento constante de seguidores en IG Leisure y Meetings, nos permitió alcanzar un total de 520,780 seguidores en redes sociales.

•El crecimiento sostenido en IG Leisure también nos permitió superar los 103k seguidores en la plataforma, una meta que logramos antes de lo previsto en el año.

•Además, establecimos el objetivo de incrementar las visualizaciones orgánicas de video cada trimestre, alcanzando más de 10.7 millones de reproducciones en todas las plataformas. Si bien TikTok fue fundamental en este crecimiento, nuestra estrategia de aumentar el contenido en video en Facebook, Instagram y X también desempeñó un papel significativo.

Métricas obtenidas en Estrategia Orgánica de Redes en 2024:

- Seguidores totales en todas las plataformas:
 - +520K
- Posteos:
 - 580
- Impresiones:
 - +3.5M
- Interacciones:
 - +115K
- Vistas en Videos:
 - +10.7M
- Clics a Enlaces:
 - +19.5K



2024: ESTADOS UNIDOS + CANADÁ

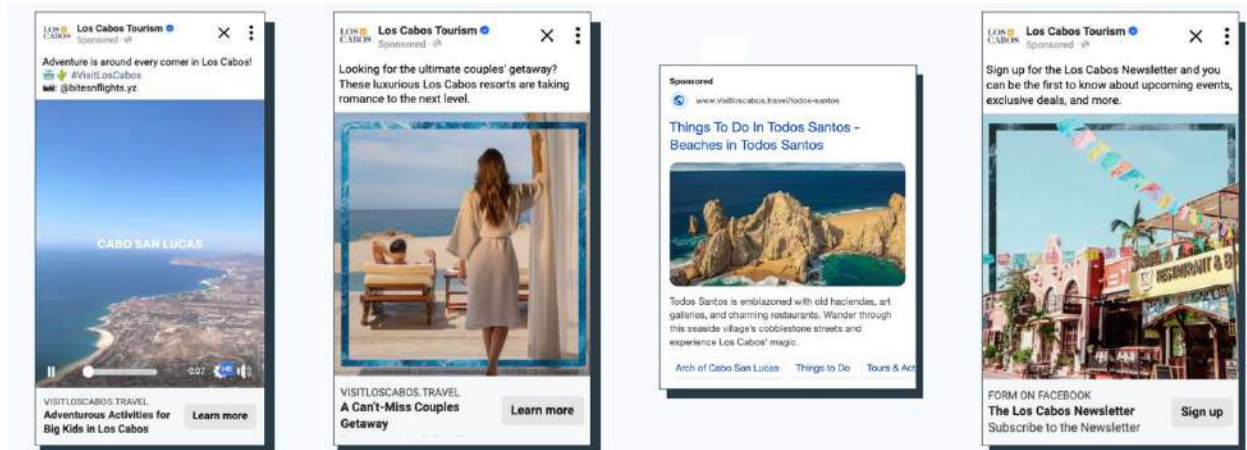


@loscabostourism
@loscabosmeetings



Métricas obtenidas en Estrategia Paid Media en 2024:

- Gasto total en Campañas:
 - \$318K USD
- Impresiones:
 - 59.3M+
- Clics a links página:
 - 740K+
- Interacciones:
 - 1.9M+
- Vistas Totales de Campañas:
 - 10.2M+
- Costo por Clic, tráfico de Ads:
 - \$0.27C



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



COMPRA DE MEDIOS EN EUROPA

Estrategia en Programmatic

Alemania - Austria - Bélgica - Suiza

Resultados Alemania 2024			
Mercado	Impresiones	Clicks	CTR
Alemania <small>Austria, Belgium, Switzerland</small>	14,667,348	343,969	2.35%
Holanda	771,507	24,390	3.16%
TOTAL	15,438,855	368,359	2.80%

Display Resultados Alemania 2024			
Mercado	Impresiones	Clicks	CTR
Alemania	10,304,100	16,137	0.30%
Austria	4,509,976	6,090	0.24%
Suiza	3,692,372	4,558	0.24%
Bélgica	515,358	1,335	0.33%
Holanda	578,872	2,054	0.42%
TOTAL DISPLAY	19,546,646	30,020	0.30%

Estrategia en DOOH

Hamburgo - Munich - Berlin - Frankfurt

VIOOH - Germany		ECN - Frankfurt	
Ubicaciones	Impresiones	Ubicaciones	Impresiones
Stadium Targeting	1,325,168	Frankfurt	1,136,598
Munich Targeting	1,035,114	Targeting	
City Targeting	1,286,031	TOTAL	1,136,598
TOTAL	3,646,313		

Video Resultados Alemania 2024			
Mercado	Impresiones	Clicks	CTR
Alemania	2,939,011	13,691	0.38%
Austria	2,091,447	9,578	0.38%
Suiza	2,016,978	11,368	0.43%
Bélgica	80,186	267	0.33%
Holanda	175,388	677	0.39%
TOTAL VIDEO	7,303,010	35,581	0.38%



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



COMPRA DE MEDIOS EN EUROPA

Estrategia al Consumidor

España

España Resultados en Redes Sociales 2024

Mercado	Impresiones	Clicks	CTR
España	2,820,448	95,524	3.39%

España Resultados en Programmatic 2024

Canal	Impresiones	Clicks	CTR
Display	1,571,571	1,832	0.12%
Video	543,601	1,116	0.21%
TOTAL	2,115,172	2,948	0.16%

Francia

Francia Resultados en Redes Sociales 2024

Mercado	Impresiones	Clicks	CTR
Francia	2,308,518	101,376	4.39%

Francia Resultados en Programmatic 2024

Canal	Impresiones	Clicks	CTR
Display	5,700,322	9,564	0.17%
Video	1,883,956	4,378	0.23%
TOTAL	7,584,278	13,942	0.20%



COMPRA DE MEDIOS EN EUROPA

Estrategia al Consumidor

UK

UK Resultados en Redes Sociales 2024

Mercado	Impresiones	Clicks	CTR
UK	1,672,135	69,739	4.17%

UK Resultados en Programmatic 2024

Canal	Impresiones	Clicks	CTR
Display	3,172,856	6,030	0.19%
Video	1,788,167	4,319	0.24%
TOTAL	4,961,023	10,349	0.22%

Italia

Italia Resultados en Redes Sociales 2024

Mercado	Impresiones	Clicks	CTR
Italia	1,516,926	66,426	4.38%

Italia Resultados en Programmatic 2024

Canal	Impresiones	Clicks	CTR
Display	1,735,778	2,481	0.14%
Video	503,601	4,112	0.82%
TOTAL	2,239,379	6,593	0.48%



EVENTOS AL CONSUMIDOR

ALEMANIA - SHOPPINGS Y CITY BEACH



EUROPA | SOCIOS COMERCIALES

Campañas Cooperativas en 2024



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS





ALEMANIA

Abril - Diciembre 2024.

200

Notas Publicadas

CONSUMIDOR

135 Piezas de cobertura.

102+ Millones en impresiones en medios ganados.

\$1.59+ Million en valor publicitario

9 Viajes de prensa.

+105.3 MILL.

Impresiones en medios ganados

CORPORATIVO

65 Piezas de cobertura

3.1+ Millones en impresiones en medios ganados.

\$123 + k en valor publicitario.

15 + Oportunidades ejecutivas y entrevistas derivadas de eventos, giras de medios y acercamientos con la prensa.

+1.79 MILL.

Valor Publicitario

MANEJO DE CRISIS

NO Situaciones reactivas y temas críticos que requirieron atención.



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS





RESULTADOS GLOBALES DE RELACIONES PÚBLICAS 2024



2,590

Piezas de cobertura

+3,231 BILL.

Impresiones en medios
ganados

+241 MILL.

Valor Publicitario

En promedio, crecimos un 15% en comparación con 2023 en cuanto a artículos publicados y alcance en nuestros siete mercados.



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS





ECOSISTEMA DIGITAL



LOS
CABOS

LOS CABOS METAVERSE

LAUNCHED ON JANUARY 2024

LOS  CABOS

2024: ECOSISTEMA DIGITAL VISITA LOS CABOS (ESPAÑOL E INGLÉS)

USUARIOS (MERCADOS INTERNACIONALES DE HABLA INGLÉS)
1.6M+

USUARIOS (MERCADOS NACIONAL + IBEROAMÉRICA)
1.5M+

VISITAS A LOS BLOGS
745K+

TIEMPO DE VISITA
1:45 MINUTOS

TOTAL GUÍAS DIGITALES DESCARGADAS
34K+



VISITAS TOTALES 2024

3.11M+

TOP VISITAS MERCADO INTERNACIONAL



TOP VISITAS MERCADO IBEROAMÉRICA



VISITAS MERCADOS EMERGENTES



**5K+ vs
1k 2023**



**18K+ vs
5k 2023**



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



2024: HERRAMIENTAS Y TECNOLOGÍA EN EL ECOSISTEMA DIGITAL

CHATBOT CON IA

18,076

Messages ⓘ

3.29 Msgs Per Convo

5,492

Conversations ⓘ

100.0% W/o Live Es...

5,452

End Users ⓘ

3.32 Msgs Per End ...

458

Work Hours Sav... ⓘ

76.2% Traditional Of...

• Call to Action Usage:

- ACTIVITIES
 - Click through conversion 40.29%
- HOTELS
 - Click through conversion 43.89%
- EVENTS
 - Click through conversion 34.28%
- PLACES TO VISIT
 - Click through conversion 91.10%
- PLACES TO EAT
 - Click through conversion 42.58%

MAPA DE CONECTIVIDAD INTERACTIVO



*Incremento Visitas Sección
Aeropuertos de Los Cabos*

+68%



2024: PLANEACIÓN RE-DISEÑO ECOSISTEMA DIGITAL PARA 2025

Pilar 1 INCLUSIÓN

Inclusión a través de la accesibilidad



AudioEye x LOS CABOS

Pilar 2 INNOVACIÓN

Innovación en la experiencia digital



Pilar 3 INMERSIÓN

Narrativa visual



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



2024: PROGRAMA ESPECIALISTA LOS CABOS



TOTAL DE AGENTES
CERTIFICADOS
7.5K+

TOP PAÍSES
ESTADOS UNIDOS
CANADÁ
MÉXICO
COLOMBIA

TOTAL DE REVENUE
GENERADO
15M+ USD

TOTAL DE NOCHES
RESERVADAS
5K+



INDICADORES DE
DESTINO

ADMINISTRACIÓN
Y PRESUPUESTO

RELACIONES
PÚBLICAS Y MKT
NACIONAL

RELACIONES
PÚBLICAS Y MKT
MERCADOS
ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA
DIGITAL

ACTIVIDADES DE
PROMOCIÓN Y
DESARROLLO CON
LA INDUSTRIA

SEGMENTOS
ESPECIALES

INDUSTRIA DE
REUNIONES

CONECTIVIDAD
AÉREA

DESARROLLO DE
PRODUCTO
INTEGRANDO A
LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD
LOCAL

LOS
CABOS



LISTINGS EN ECOSISTEMA DIGITAL

Enero - Diciembre 2024

229,315

Listings Clicks

518

Eventos creados

220,992

Listings Click-through

344

Ofertas especiales creadas

1,596

Agregado a itinerario

87

Nuevas cuentas creadas



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



INTEGRACIÓN CON OPENTABLE EN ECOSISTEMA DIGITAL

264

RESTAURANTES

21,232

Opentable hits



📍 Carretera Transpeninsular km. 5.5, Neighborhood Misiones del Cabo Cabo San Lucas, BCS 23455

✉️ reservaciones@sunsetmonalisa.com

☎️ (624) 105-8970

• OpenTable®



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



CRM - EXTRANET

1,200 TOTAL DE SOCIOS



Hoteles: 97



Compañías de Tours y Actividades: 55



Restaurantes: 264



Spa's y centros de bienestar: 58



Galerías: 37



Bodas / Venues y Vendors: 80



Golf: 18 campos de golf



Pesca Deportiva: 22



Playas: 25



Cafeterías / Coffee Shops: 20



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



BASES DE DATOS



CONSUMIDOR

89,134

INDUSTRIA / AGENTES
DE VIAJES

11,400



CONSUMIDOR

11,700



CONSUMIDOR

1,100



CONSUMIDOR

7,162



CONSUMIDOR

800



CONSUMIDOR -
AUSTRALIA

2,048



INDICADORES DE
DESTINO

ADMINISTRACIÓN
Y PRESUPUESTO

RELACIONES
PÚBLICAS Y MKT
NACIONAL

RELACIONES
PÚBLICAS Y MKT
MERCADOS
ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA
DIGITAL

ACTIVIDADES DE
PROMOCIÓN Y
DESARROLLO CON
LA INDUSTRIA

SEGMENTOS
ESPECIALES

INDUSTRIA DE
REUNIONES

CONECTIVIDAD
AÉREA

DESARROLLO DE
PRODUCTO
INTEGRANDO A
LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD
LOCAL

LOS
CABOS



DESEMPEÑO GLOBAL 2023 VS 2024

17,150

EMAILS ENVIADOS

48.02%

TASA DE APERTURA

6.32%

TASA DE CLICS

0.08%

TASA DE DESUSCRIPCIÓN

22

CAMPAÑAS CREADAS

18,879

EMAILS ENVIADOS

33.85%

TASA DE APERTURA

3.34%

TASA DE CLICS

0.04%

TASA DE DESUSCRIPCIÓN

23

CAMPAÑAS CREADAS

*La cantidad de personas en la base de datos fueron diferentes



OBSERVATORIO TURÍSTICO - EMAILING

DESEMPEÑO GLOBAL 2023 VS. 2024

3,885

EMAILS ENVIADOS

5,728

EMAILS ENVIADOS

62.01%

TASA DE APERTURA

24

CAMPAÑAS
CREADAS

63.63%

TASA DE APERTURA

33

CAMPAÑAS
CREADAS

18.25%

TASA DE CLICS

10.75%

TASA DE CLICS

0.5%

TASA DE DESUSCRIPCIÓN

0.02%

TASA DE DESUSCRIPCIÓN



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS





ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA



ACTIVIDADES 2024

12
MERCADOS

90
EVENTOS NACIONALES
E INTERNACIONALES
31,733 PAX

69
FAM TRIPS
921 PAX

37
WEBINARS &
EVENTOS VIRTUALES
3,729 PAX

7
LOS CABOS
ROADSHOWS

25
CIUDADES

36,383
AGENTES DE VIAJE



EVENTOS PROMOCIÓN EN 2024

Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Q1			Q2			Q3			Q4		
22-19 FITUR Spain	16-19 Global Travel Collection - Interno Plus USA	11-12 Virtuoso Forum Asia Bangkok Bangkok	9-10 TravelBrand Toronto/Montreal	1-4. Flight Centre Independent Conference. Santiago	1-4 GTM West Las Vegas	9 Capacitación Euro mundo CDMX	10-16 Visr tuoso Travel Week Las Vegas	16-19 Ensamble Horizons Las Vegas	TBC RS Canada Calgary, Edmonton & Vancouver	300-4N RS Italia Italia	2-5 ILTM CANES Cannes
12-15 Signature Suite Los Cabos	28 feb ANATO Colombia	12-13 Virtuoso Forum Australia/New Zeland Bangkok	8-12 Tianguis Turístico Acapulco	6-10. FAM Ya Vas. Los Cabos	4 Nexxt Connect Monterrey	11 Capacitación Euro mundo CDMX	24-25 Lata expo	4-7 Signature Owners Meetings Montreal	5 Nexxt BT Group CDMX	5-7 World Travel Market	
14-16 Signature Summit Los Cabos	23-25 feb Avasa convención	7 ITB Berlin Germany	22-26 FAM HotelBeds Los Cabos	14-16. Virtuoso Forum UK/ Ireland. Grece	4 Capacitaciones Euro mundo MTY Camita Asada Monterrey	11 Evento Golf ACTA Trade Toronto	26-30 Caravana Colombia Colombia	9-13 RS Germany Germany	10 Virtuoso San Diego San Diego	11-14 Signature Travel Annual Meeting Las Vegas	
16-19 Global Travel Collection - Interno Plus USA	28 feb Nexxt Puebla	11 Vacation Express (full day event) Baltimore	22 Capacitación Agentes Mayoristas/Sandos Los Cabos	20-24. Virtuoso Symposium . Dubai	7 Travel Leaders: Luxury Forum Washington	17 Los Cabos Day- UJV Fort Lauderdale	27 50 Años – CCRA POWER SOLUTIONS DC	17 RS UK (tentative) UK	10 Virtuoso CDMX CDMX	11-14 Embark Immersion Los Cabos	
23 Classic Seattle Seattle	28 feb Vacation Express RS Memphis/ Nashville	12 Vacation Express Tradeshow Philadelphia	23 Capacitación Hotel Do/Krystal Grand Los Cabos	14. Presencias. Monterrey	8-11 Travel Leaders_EDGE Washington	18-20 GTM East Fort Lauderdale		9-11 Nexxt (BT Group) San Miguel de Allende	10 Ascend Apple Leisure Group Conference Cancún	18-20 VIPSUMMIT Los Cabos	
25-28 Virtuoso Forum US & CA Orlando	27-29 feb Virtuoso Forum Canada Toronto	13 Vacation Express Tradeshow Newark	14-17 Virtuoso Forum LAC 2023 T&T	15. Presencias. CDMX	21-24. FAM Contextur. Toronto.	24 50 años CCRA Power Solution s NJ NJ		19 The Elevate Conference for GTC NY	22, 25 Presentación Naturleon CDMX	4-6 Virtuoso On Tour LAC Rio de Janeiro	
28-29 Vacation Express (Full day event) Memphis/Nashville		14 Vacation Express Tradeshow New York	16-18-23 Samaras Catai Sevilla-San Sebastián-Madrid	16. Readers Choice Awards. Toronto	5-6 Signature Regional Chicago	1-4 ILTM PAC		17-19 Top Resa Paris	16 Presentación Naturleon CDMX	29-30 Serendipians Essencial Nice	
29J-2F ID's 2024 Australia/ New Zealand Roadshow		7 EPTUR Ladevi + METRO Encuentro Profesional del Turismo CDMX	15-17ta i WTM Latam	21-24. FAM Contextur. Toronto.	18-19 Signature Regional Florida			23-26 ILTM North America Bahamas		29-30 Virtuoso Forum Central Europe Monaco	
		18-22 Serandipiens Global Marbella, Spain		23. Presencias. Gua dalajara	10-14 Caravana Bajío Bajío			26-29 Jata Japan			
		13-14 Virtuoso Connect Boston		24. ARLAG Gua dalajara	24.27 RS Texas			25 Pop Up Virtuoso Virtual			
				Arabian Travel Market. Duabi.				ACTA Vancouver, Calgary & Montreal			
				20-23. Selling Luxury Travel. T&T							
				28. Nexxt Connect. Gua dalajara.							
				28. Capacitaciones Euro mundo 19:00. Gua dalajara							



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATEGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS





AUSTRALIA 2024

Participación en ferias y eventos:

- ✓ ID (Island Destinations) Roadshow – Sídney, Melbourne, Brisbane y Perth
- ✓ Virtuoso Forum AU & NZ en Bangkok
- ✓ The Luxury Travel Collection Product Showcase
- ✓ Virtuoso On Tour

FAM trips en grupo – total de 14 agentes de lujo:

- ✓ FAM trip de Virtuoso
- ✓ FAM trip de The Luxury Travel Collection
- ✓ FAM trip de Travel Managers (Signature)

Apoyo en 23 FAM trips individuales.

Total de agentes capacitados en persona:
790

Total de agentes capacitados a través de 4 webinars:
340

VIP Summit: 4 compradores, seguido de un FAM trip.

PR

Total de 6 FAM trips individuales de prensa:

- ✓ Qantas Magazine – edición especial "25 Lugares Más Increíbles para Visitar en 2025"
- ✓ TravellerConcrete
- ✓ Playground9
- ✓ HoneyEscapeHome
- ✓ Beautiful

Número de artículos: 73

Alcance total: 92,180,829

1,171
AGENTES DE VIAJE

MARKETING INTEGRADO Luxury Escapes

- ✓ **Luxury Escapes TV** – Filmación en destino para un episodio transmitido en Channel 20 y la plataforma de streaming BINGE
- ✓ Artículo **"10 cosas que hacer en Los Cabos, México"** en **Dreams** (revista digital de Luxury Escapes)
- ✓ **Entrevista en la radio 3AW** destacando Los Cabos
- ✓ **Ofertas de hoteles**
- ✓ **Promoción en redes sociales y prensa de Luxury Escapes**





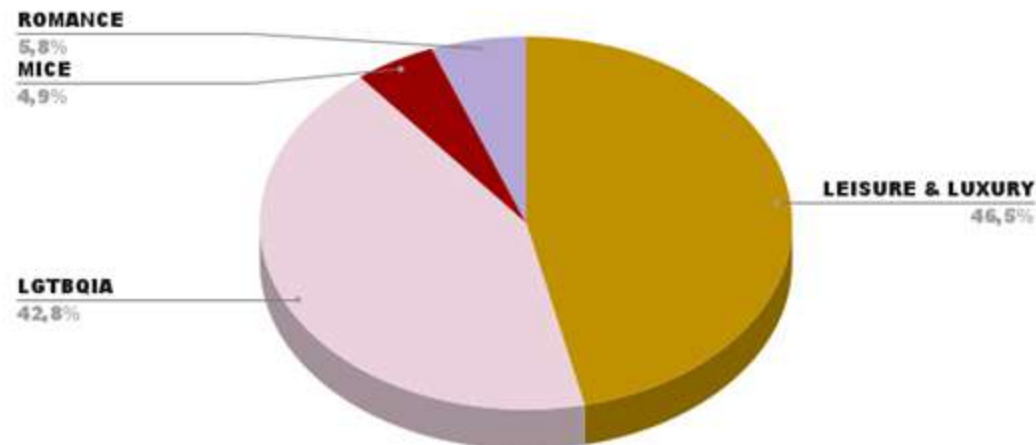
BRASIL 2024

- ✓ Eventos: 13
- ✓ FAM Trips: 4
- ✓ Ferias de turismo internacionales en las que se participó: 7
- ✓ Reuniones de negocios: +24
- ✓ Seminarios de capacitación impartidos: 15

✓ Campañas Cooperativas: 4

- Teresa Pérez Group
- Kangaroo Tour & Travel
- Orinter Tour & Travel
- Grupo TGK

6,639
AGENTES DE VIAJE
ALCANZADOS





COLOMBIA 2024

- ✓ Feria Internacional Anato
- ✓ Roadshow
 - Bogotá
 - Medellín
 - Barranquilla
- ✓ Fam Trip CIC Travel
- ✓ Socios Colombianos:
 - CIC TRAVEL
 - Fuerza Delta
 - Aviatour
 - Price Travel
 - Frosch

250
AGENTES
DE VIAJE



Nuevos turoperadores y agencias de viajes que ya han comenzado a incluir paquetes de Los Cabos en sus portafolios.





FRANCIA 2024

Visitas de ventas con operadores clave | Durante todo el año

- ✓ 35 operadores turísticos y agencias de viajes visitados
- ✓ 3 boletines B2B distribuidos desde abril 24

WEBINARS

- ✓ **1 sesión introductoria** | Marzo 24: 40 asistentes en vivo
- ✓ **1 en colaboración con Condor** | Julio 24: 91 registros y 55 asistentes en vivo

EVENTOS COMERCIALES

- ✓ **Cotal Workshop en París** | Marzo 24: 36 agencias de viajes
- ✓ **Programa de e-learning Cotal** | Marzo - Septiembre 24: Agentes de viajes completaron el programa de Los Cabos
- ✓ **IFTM en París** | Septiembre 24: 17 reuniones comerciales

FAM TRIPS | Noviembre 24

- ✓ **4 operadores turísticos principales | CLASSIC FAM**
Explorator, Terres d'Aventure, Fairmoove, Altiplano
- ✓ **3 nuevos operadores turísticos franceses | VIP SUMMIT**
Voyages Confidentiels, FairMoove, Ultramarina



• **Crear conciencia y construir la notoriedad de Los Cabos** como un nuevo destino de lujo en México.

• **Educar a la industria de viajes francesa** sobre las propuestas únicas de Los Cabos.

• **Incentivar a los touroperadores franceses** a desarrollar nuevos itinerarios en Los Cabos.

• **Apoyar el lanzamiento del vuelo directo de Condor desde Frankfurt** con sesiones de capacitación y campañas.

• **3 nuevos touroperadores comercializando Los Cabos** con programas dedicados.





FRANCIA 2024

COMUNICADOS DE PRENSA

1	Abril 29 Enviado a 3782 periodistas	Los Cabos: un destino excepcional - Lujo, calma y placer en México
2	Mayo 16 Enviado a 4303 periodistas	La Guía MICHELIN México reconoce a la región de Los Cabos como un destino gastronómico sostenible
3	Julio 2 Enviado a 3380 periodistas	Golf en Los Cabos: 18 campos excepcionales entre el mar y el desierto
4	Agosto 28 Enviado a 2898 periodistas	Paraíso de playas: Un vistazo a las 10 playas más hermosas
5	Octubre 30 Enviado a 3025 periodistas	Los hoteles más bellos de Los Cabos: Entre novedades, lujo, encanto y sostenibilidad

VIAJE DE PRENSA INDIVIDUAL | Del 14 al 22 de Feb

Voyage Voyage	Revista de viajes de lujo trimestral impresa en 35,000 copias - Reportaje de 28 páginas publicado en marzo de 2025 + historias en Instagram.
----------------------	--

VIAJE DE PRENSA GRUPAL | 4 periodistas del 13 al 20 de Nov

Margaux Steinmyller	Home Magazine	80 000 copias
	Simple Things	59 233 copias
Pierre Gautrand	Yonder	205,616 visitas mensuales
Laurence Ogiela	Les Echos week-end	186 251 copias
Celine Beaussay	Hotel & Lodge	48,078 copias

DATOS CLAVE

- ✓ **32** periodistas contactados sobre el destino
- ✓ **8** periodistas se reunieron con Rodrigo Esponda durante el desayuno de IFTM
- ✓ **13** coberturas

- ✓ **AUMENTAR LA VISIBILIDAD DE LOS CABOS ENTRE MEDIOS INFLUYENTES:** Promoviendo los atractivos únicos de Los Cabos
- ✓ **ATRACCIÓN DE NUEVOS SEGMENTOS DE VIAJEROS:** El mercado francés tiene un perfil diverso de viajeros interesados en lujo, aventura, naturaleza y cultura
- ✓ **FORTALECER LA IMAGEN DE MARCA:** Posicionar a Los Cabos como un destino premium, seguro y comprometido con el medio ambiente
- ✓ **DIRIGIRSE A MEDIOS CLAVE:** Desarrollando relaciones especiales con periodistas especializados en turismo, estilo de vida, cultura y naturaleza



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS





ALEMANIA 2024



1. Los Cabos Roadshow en 4 ciudades con 290 invitados
2. 23 eventos destacando a Los Cabos con la asistencia de 1,150 agentes
3. 22 seminarios web con 1,200 agentes participantes
4. 7 viajes de familiarización con 149 agentes visitando Los Cabos
5. 2 podcasts con tour operadores para sus agentes
6. Evento en ITB con 100 invitados y evento Hosted Buyer en IMEX
7. Sales Blitz con más de 1,000 reuniones

Para 2025 continuamos con el mismo enfoque hacia todos los agentes y ya tenemos asegurado un buen número de viajes de familiarización, seminarios web y eventos.

4,500
AGENTES DE VIAJE





JAPÓN 2024



4 Fam Trips:

- ✓ FAM con DL - 4 agentes de JP y 3 de KR con base en EE.UU.
- ✓ FAM con AM Corea - 3 CEOs de KR2 viajes de familiarización - 18 agentes de JP con base en EE.UU., México y Brasil.

13 webinars y seminarios:

- ✓ 7 webinars (with JOTC, H.I.S. Americas, Delta Airlines, Expedia Japan).
- ✓ 6 seminarios (with SecTur, Aeromexico Japan, Clase Azul Japan, Kanazawa University, Hankyu International Travel).

6 eventos:

- ✓ H.I.S. Americas CEO & Executive Strategy Summit.
- ✓ JATA Tourism EXPO Japan.
- ✓ ILTM Asia Pacific.
- ✓ Virtuoso Connects Tokyo.
- ✓ Oarai International Billfish Tournament.
- ✓ JOTC tradeshow.

3 viajes de prensa y 1 advertorial:

- ✓ LEON, Golf Digest Traveler, Do well by doing good.
- ✓ Dailysun New York.

507
AGENTES DE VIAJE





ESPAÑA 2024

Eventos y Convenciones

- ✓ FITUR 2024 (Madrid)
- ✓ IBTM 2024 (Barcelona)
- ✓ AVASA - patrocinadores (Sitges)
- ✓ GEO MOON (Granada)
- ✓ VIRTUOSO (Madrid)
- ✓ NEGOCONNECTION – Patrocinadores (A Coruña)

Trainings

Madrid Zona Sur Leganés, Madrid Capital, Valencia, Oviedo, León, Valladolid, Tarragona, Sabadell, Barcelona, Bilbao, San Sebastián, Pamplona, Murcia, Alicante, Zaragoza, Málaga, Sevilla, Córdoba, Vigo, A Coruña, Palma de Mallorca, Aranjuez.

Eventos de Los Cabos

Madrid 7 (FITUR 4) (MICE 1) (CATAI 1) (Fundación Casa de México 1), Valencia 1, Sevilla 2 (Travel Plan - CATAI), Barcelona 1, Granada 1 (CATAI), Bilbao 1 (Nuba).

Eventos B2C

Mascletá Valencia
Feria de Sevilla
Taller de cartonería “Dia de Muertos”

10 Webinars

9 boletines

6 Fam Trips

(FAM Lujo, FAM VIP SUMMIT, Viaje UTÓPICA, Viaje BCD, CATAI)

PRINCIPALES SOCIOS:

- ✓ CATAI
- ✓ Nautalia
- ✓ NEGOCONNECTION
- ✓ VECI
- ✓ AVORIS





REINO UNIDO 2024

- ✓ Reuniones - 51 (May - Sep)
- ✓ Agentes - 127 (May - Sep)
- ✓ Eventos atendidos- 13
 - Virtuoso Forum
 - Aspire Escape
 - Lotus
 - Caribtours
 - Montage
 - Viceroy

Desarrollo de productos (nuevos socios)

- ✓ Southall Travel
- ✓ Hummingbird
- ✓ Exsus
- ✓ Journey Latin America
- ✓ ITC

298

AGENTES DE
VIAJES

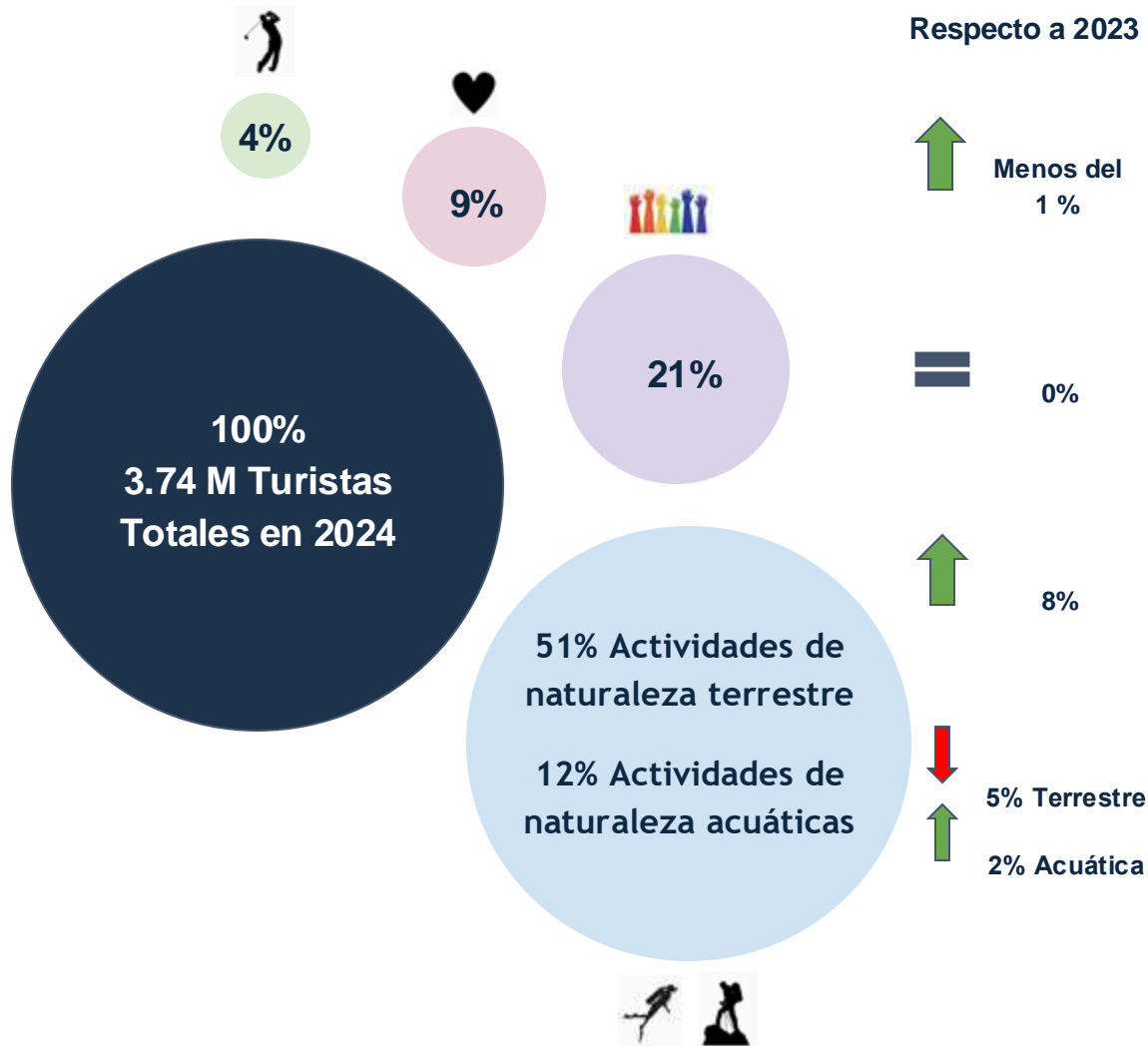




SEGMENTOS ESPECIALES



2024: RESULTADOS GENERALES DE SEGMENTOS ESPECIALES



Se estima que aproximadamente **135,000** turistas practicaron **golf** en el destino, lo que representa el **3.6%** del total de visitantes que llegaron a Los Cabos **en 2024**. Este porcentaje tuvo un ligero incremento respecto al año anterior.

En 2024, el porcentaje de turistas que se identificaron como parte de la comunidad LGBTQ+ se mantuvo por **encima del 20% representando un 8 % más que el año 2023**. En noviembre y diciembre, los porcentajes más altos alcanzaron aproximadamente el **25% y 27%**, respectivamente.

En 2024, el porcentaje de turistas que se identificaron como parte de la comunidad LGBTQ+ alcanzó el **21%**, lo que representa un incremento de 8 puntos en comparación con 2023. En noviembre y diciembre, estos porcentajes alcanzaron aproximadamente el **25% y 27%**, respectivamente.

51% de los turistas que visitan Los Cabos lo hacen con el objetivo principal de realizar una actividad de naturaleza terrestre y 12% acuática. La importancia de naturaleza terrestre disminuyó 5 puntos porcentuales respecto al 2023 mientras que las acuáticas aumentaron 2 puntos.

2024: RESULTADOS GENERALES DE SEGMENTOS ESPECIALES



TRADE SHOWS / FERIAS

12

EVENTOS CONSUMIDOR

9

FAMS INDUSTRIA

9

CAPACITACIONES A LA INDUSTRIA

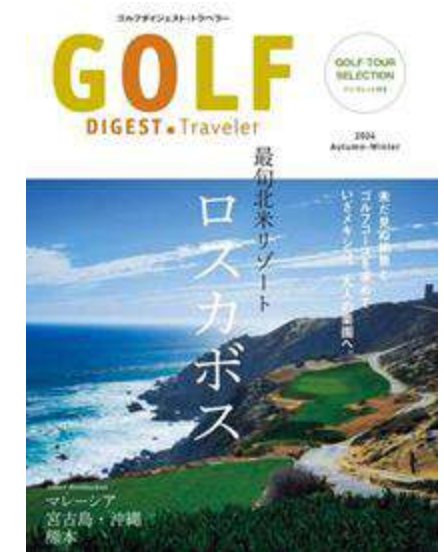
6

FAMS MEDIOS

3

CAMPAÑAS SOCIOS COMERCIALES

1



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



2024: Golf

World Wide Technology Championship

- +15,000 asistentes
- Un impacto económico de más de 4 millones de dólares por día*
- Presencia mediática en más de 200 países y territorios en 26 idiomas

*Cantidad estimada basada en el gasto promedio por persona.



World Wide Technology Championship			
	NOTAS	VALOR COMERCIAL	IMPACTOS
Periódicos:	97	\$3,237,451.00	14,834,615
Portales:	567	\$29,269,670.00	564,579,021
Revistas:	3	\$81,960.00	162,500
Redes sociales:	310	\$3,412,980.92	36,209,070
Radio:	48	\$35,380,625.00	1,981,040
Televisión:	52	\$13,767,224.10	1,093,569
TOTAL:	1,077	\$85,149,911.02	618,859,815

Cantidad en pesos mexicanos, cobertura únicamente a nivel nacional.





INDUSTRIA DE REUNIONES

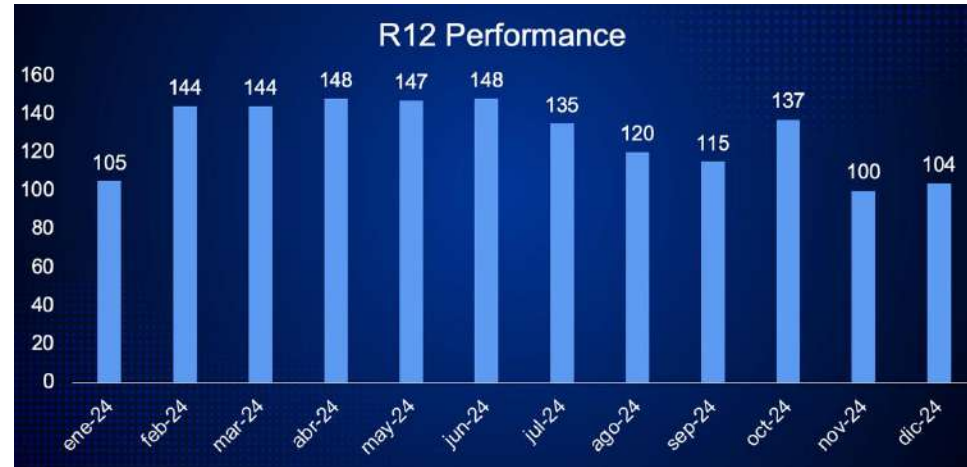
MICE



RESULTADOS INDUSTRIA DE REUNIONES EN EL DESTINO

1,545

Total de RFP's recibidos para Los Cabos **+8.7%**



652,972 Valor en cuartos noche **+8.7%**

\$243,310,884 USD Valor total en USD **+11.18%**

307 RFP'S Ganados **+0.65%**

73,139 Cuartos noche Ganados **+6.52%**

\$44,717,217 USD Revenue generado **+0.54%**

Período: '1/1/2024 – 12/31/2024

FUENTE: CSN - CVENT

RFP's por región y valor

CLIENTE / REGIÓN / PAÍS	% RFPs	RFPs	CUARTOS NOCHE	RFP VALOR USD
Midwest US	28.77%	445	169,459	\$67,752,368
Western US	24.69%	382	176,297	\$63,773,200
Southeast US	16.03%	248	95,093	\$34,421,896
Southwest US	12.54%	194	52,474	\$19,815,349
Northeast US	10.80%	167	104,183	\$37,941,114
Canadá	4.98%	77	35,782	\$12,515,686
México	1.10%	17	9,876	\$4,040,416



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



RESULTADOS INDUSTRIA DE REUNIONES USA - CANADÁ

536

Total de RFP's recibidos por FITRUCA **+1.13%**

Cvent 2024 Vs 2023

248,803 Valor en cuartos noche **+13.90%**

\$94,107,926 USD Valor total en USD **+15.45%**

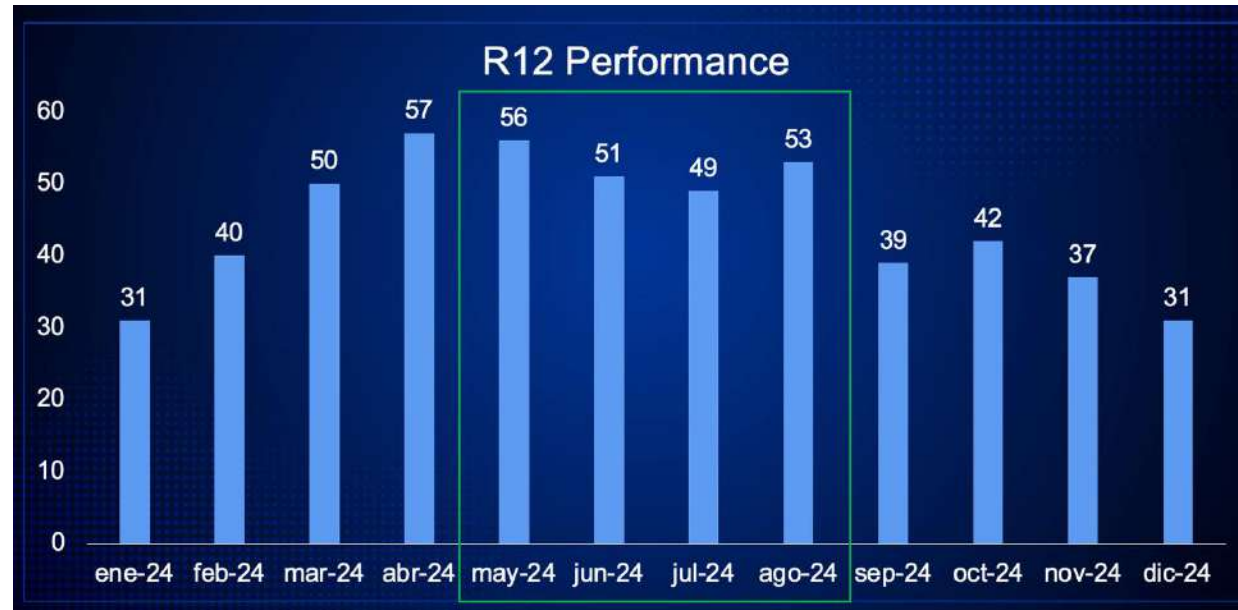
114 RFP'S Ganados cuando se involucra FITURCA

23,280 Cuartos noche Ganados **+2.81%**

\$13,435,743 USD Revenue generado

Período: '1/1/2024 – 12/31/2024

FUENTE: CSN - CVENT



Valor de los RFP's donde se involucra FITURCA ha ido en aumento

Year of Month of RFP Sent Date	RFPs	Room Nights	RFP Value
2025	70	34,442	\$12,192,949
2024	536	248,803	\$94,107,926
2023	530	218,442	\$81,515,977
2022	514	207,351	\$76,690,026
2021	317	129,815	\$45,233,160
2020	139	60,146	\$23,557,419

Período 2025 solo muestra Enero



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



RESULTADOS INDUSTRIA DE REUNIONES

35

EVENTOS DE INDUSTRIA PRESENCIAL

345

LEADS

+3,500

REUNIONES CON
PLANEADORES DE EVENTOS

40

VISITAS DE INSPECCIÓN EN
COLABORACIÓN CON PARTNERS
LOCALES

14

PRESENTACIONES VIRTUALES

ALIANZAS ESTARTÉGICAS



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



INDUSTRIA DE REUNIONES - PRESENCIA DE MARKETING

CVENT	Total for 2024
Diamond Listing	7,347
CVB Copy Feature	1,120
Search Page Ad	2,913
Google Retargeting	155,219
Total Impresiones	166,599

LOS CABOS

OUT OF OFFICE

Transform corporate events into unforgettable experiences.

[Let's Go](#)

OUT OF OFFICE

Transform corporate events into unforgettable experiences.

[Let's Go](#)

SHARED DISCOVERY

Maximize memories with expertly guided group excursions.

[Look Closer](#)

FIND YOUR PLACE

Choose the ultimate venue for your next meeting.

[Explore Now](#)

follow us
@LOSCABOSMEETINGS

LOS CABOS

A HIGHER STANDARD OF CARE



GLOBAL MEETINGS INDUSTRY DAY

#MeetingsMatter



LOS CABOS MEETINGS WORTH TRAVELING FOR

MEET IN LOS CABOS

A HIGHER STANDARD OF CARE



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



CLÚSTER DE LA INDUSTRIA DE REUNIONES





CONECTIVIDAD AÉREA



TOTAL DE ASIENTOS OFERTADOS EN 2024

▲ 4.4 millones



MERCADO INTERNACIONAL:

▲ 2.7 millones



MERCADO DOMÉSTICO:

▲ 1.7 millones

LOS CABOS



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



CONECTIVIDAD



572
VUELOS SEMANALES



197



330



43



2

FUENTE: GAP



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



Ruta aérea Frankfurt, Alemania - Los Cabos, México

Ruta: **FRA - SJD - FRA**

Nueva ruta de vuelo directo conectando Los Cabos con el mercado de Alemania



Aircraft
A330-900 neo

310 asientos
por rotación

- ✓ 216 Economy Class
- ✓ 64 Premium Economy
- ✓ 30 Business Class of which 4 are so-called 'Prime-Seats'

Miércoles
6 Noviembre 2024
al 23 Abril 2025
25 rotaciones

Domingo
3 Noviembre 2024
al 27 Abril 2025
26 rotaciones

TOTAL:
51
ROTACIONES



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

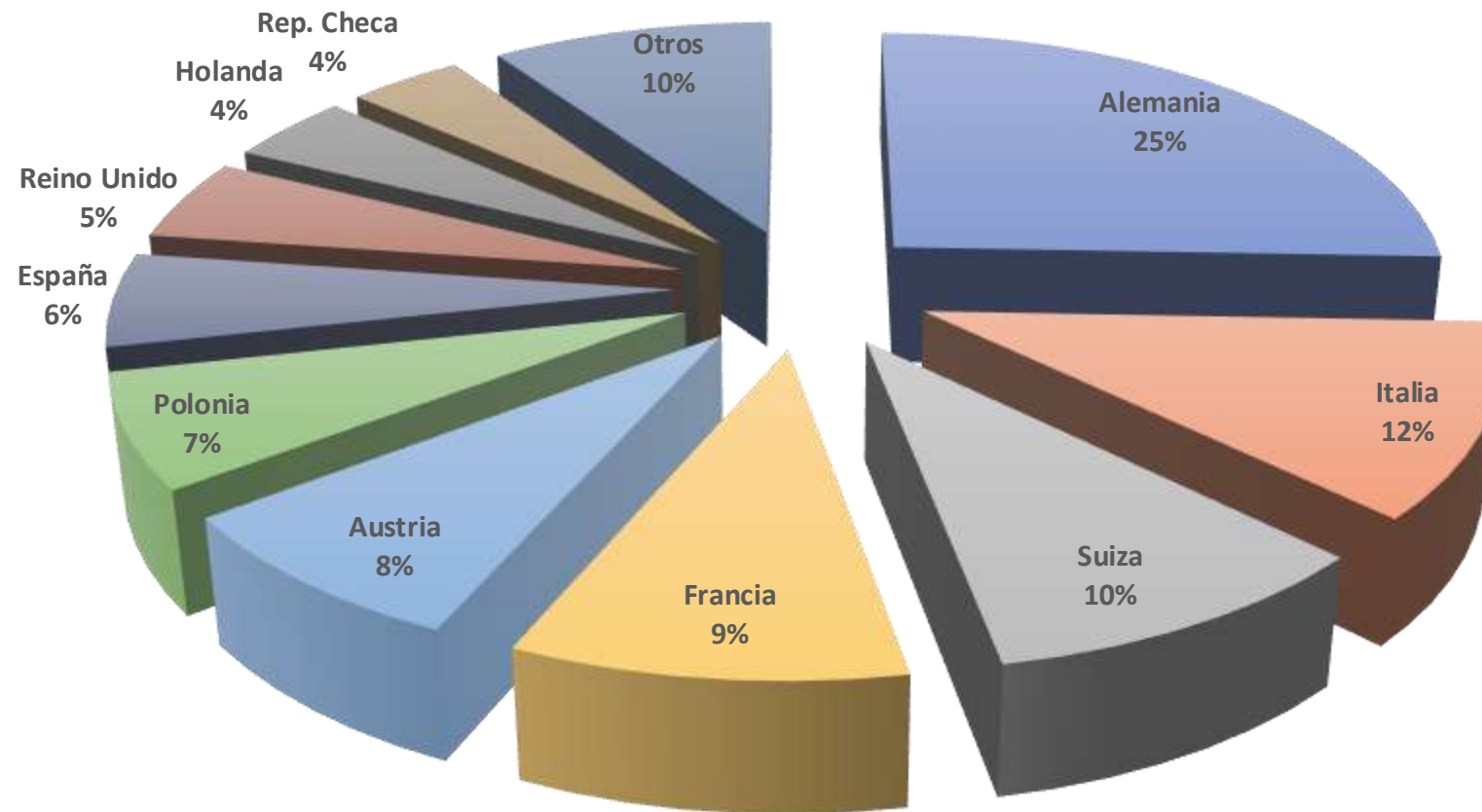
ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



ORIGEN POR PAÍS EN EL VUELO DE CONDOR A LOS CABOS (HASTA ENERO 2025)



NUEVAS RUTAS

2025

- Oakland, CA - Volaris | (20 de marzo) | **diario**
- Nashville, TN - Southwest | (8 de marzo) | **sabados**
- Ontario, CA - Volaris
- Vancouver, Canadá - Flair Airlines | (noviembre) | **3 semana**

OTRAS OPORTUNIDADES DE MERCADO QUE SE ESTÁN TRABAJANDO

- BOSTON (BOS) - Delta o Jet Blue
- FLORIDA (Fort Lauderdale, Orlando o Miami)
- COPA AIRLINES (PTY) - considerada para finales de 2025
- EMIRATES (DXB) Se inició diálogo para explorar la ruta DXB - LAX - SJD
- MADRID (MAD) Estrategia para seguimiento con el mercado de España SJD- MAD- SJD





DESARROLLO DE PRODUCTO

INTEGRANDO A LA COMUNIDAD



FORBES

TRAVEL GUIDE

Celebramos una colaboración significativa entre el **Fideicomiso de Turismo de Los Cabos** y **Forbes Travel Guide**. Esta alianza ha marcado un hito, ya que, por primera vez, se ha brindado capacitación a todo un destino en México.

TEMAS	Mayo 16 - 17 Asistentes	Octubre 8 - 9 Asistentes
1. Fundamentos de la Hospitalidad	157	120
2. Liderazgo	171	103

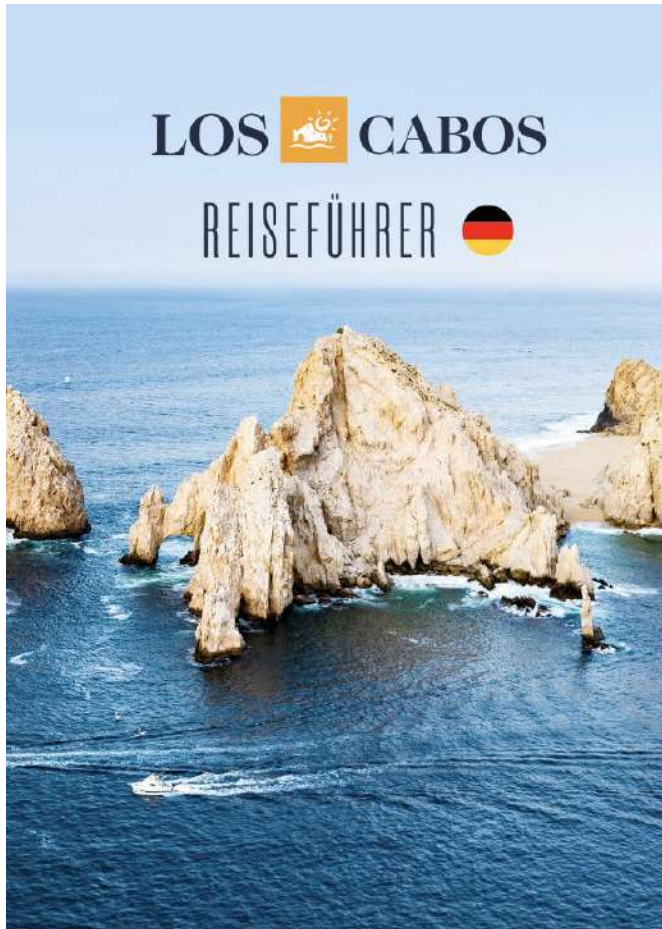


Forbes 
TRAVEL GUIDE



MERCADO ÁLEMAN

LOS CABOS



- ✓ **Guía del Turista**
- ✓ **Capacitación para la cadena de valor del destino sobre los fundamentos de la hospitalidad y el servicio para recibir al mercado alemán.**



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS

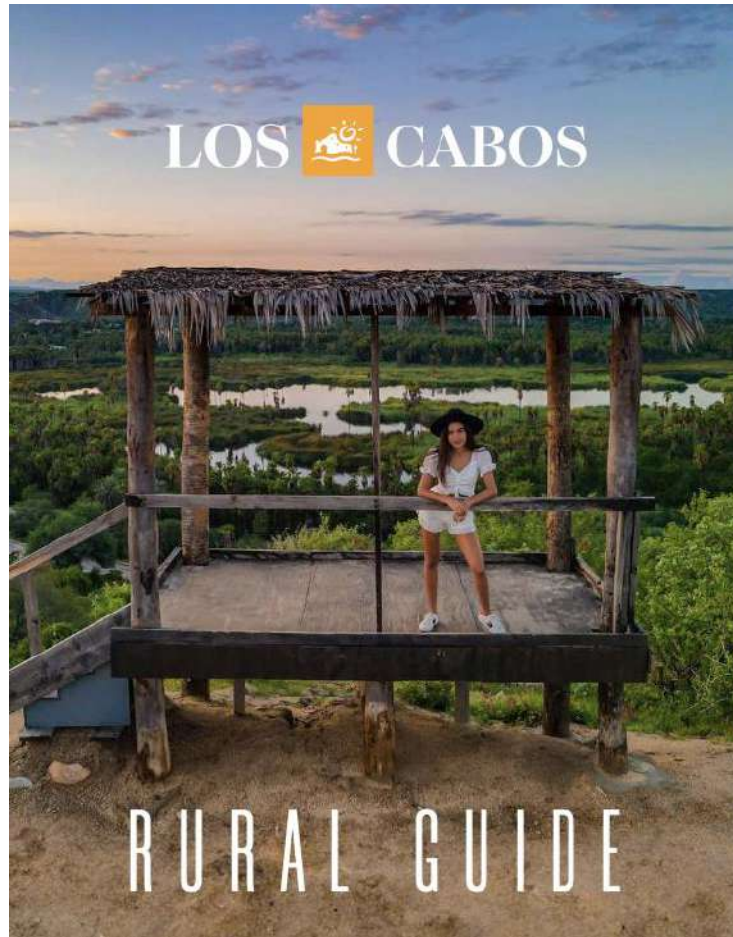


LOS CABOS FIDEICOMISO DE TURISMO

GUIA RURAL

LOS CABOS

- Integrando, capacitando y promoviendo el trabajo de 60 guías turísticos en 20 comunidades rurales, no solo de Los Cabos.



SAN ANTONIO

Es una de las comunidades rurales más antiguas de la península de Baja California Sur. Su nombre proviene de un rancho que perteneció al abuelo de San Antonio, que se dio durante el primer viaje a la zona del agua dulce. Destacó como centro ganadero y polo de desarrollo de la entidad durante las primeras décadas del siglo XIX.

ACTIVIDADES

Ecológico
 En acuerdo con la temporada, se puede realizar actividades como la caza de mariposa, senderismo y palederos.

Recorrido geológico (turismo mínimo)
 La comarca con un guía siempre es una opción. Se puede tomar por un río, una mina antigua, y descubrir todos de una vez de minerales, encontrar piedras con sedimentos de plata, caminar por los senderos, las brechas y caminos que usaron los primeros ganaderos.

Arqueología
 La información de sus ruinas está planteada con fines recreativos de cerca ciudadana.

Festival de la machaca, el queso, y el chorizo
 El Festival gastronómico se realiza programado para diciembre y se podrá degustar machaca, queso y chorizo ahumado, con más de veinte productores locales, exhibir de música en vivo, talleres y muchomitos.




SANTIAGO

Huerta La Palma
 Francisco J. Palma La Palma
<https://www.instagram.com/huertalapalma/>
 +52 (624) 346-3700

Misión 21 Hotel Boutique
 Cabo Francisco J. Palma
<https://www.facebook.com/mision21hotelboutique/>
 +52 (612) 327-2086

Hotel Don Julio
 Independencia 3153
<https://www.facebook.com/hoteladonjulio/>
 +52 (624) 389-1909

Hospedaje San Andrés
 21 de febrero y Francisco Palma
<https://www.facebook.com/hospedajesanandres/>
 +52 (624) 330-2347

Rancho Ecológico Sol de Mayo
 Camino a San Antonio
<https://www.facebook.com/ranchoecologicoelmayo/>
 +52 (612) 219-6408

Canchali La Laguna
 Cabo Francisco J. Palma
<https://www.facebook.com/canchalilalaguna335/>
 +52 (624) 330-3454

Taquinería La Caxada
 Cabo Francisco J. Palma
<https://www.facebook.com/caxada/>
 +52 (624) 330-2197

Palomar
 Misiones 1130, Col. Hacienda Misiones de 1130
<https://www.facebook.com/palomar/>
 +52 (624) 376-6220

Restaurante Perico
 Independencia entre Calle Comercio y Municipal, La Loma
<https://www.facebook.com/pericoelmayo/>
 +52 (624) 245-7524

Rancho Ecológico El Refugio
 Camino de San Antonio
<https://www.facebook.com/ranchoecologicoelrefugio/>
 +52 (624) 810-5975

Rancho La Trinidad
 Camino a El Tancón
<https://www.facebook.com/ranchoelatrinidad/>
 +52 (624) 328-6626

Encino de Don Juan (Agua Termales)
 Encino de San Jorge
<https://www.facebook.com/encinodondonjuan300066220000/>
 +52 (624) 228-4145

Cabaña El Tancón
 +52 (624) 106-6825

Casa de Palomar
 El Centro, Agua Termales
<https://www.facebook.com/casadepalomar/>
 +52 (624) 157-8616

APET Nature Retreat
 Francisco J. Palma s/n, Col. La Laguna, Santiago
 B.C.S.F. 23040
<https://www.apetretreat.com/>
 +1 (624) 12 97356

LA RIBERA

Four Seasons Resort Los Cabos El Comodoro
<https://www.fourseasons.com/loscabos/>
 +52 (624) 430-0292

Hacienda Del Sol
 Miraflores Road Playa Colorado
<https://www.facebook.com/haciendadelsolelcomodoro/>
 +52 (624) 333-6460

Hacienda de Palmas
 Entre las calles 16 y 20 de noviembre
<https://www.facebook.com/haciendadepalmas/>
 +52 (624) 333-6460

Hotel y Restaurante Cabaña Vista La Ribera
 Carr. La Ribera, Cabo Palmar km. 15.5
<https://www.facebook.com/vistalaberibera/>
 +52 (624) 357-6146

Restaurante Bar Santa María La Ribera
 Cabo Santa María
<https://www.facebook.com/restaurantebarlaberibera/>
 +52 (624) 285-8835

Pallo La Ribera Fincas
 Carr. Santa María y 23 de febrero
 +52 (624) 285-8835

Mexca
 Calle de la Ribera
<https://www.instagram.com/mexca/>
 +52 (624) 331-5439

Paseo de La Ribera
 Carr. Santa María y 23 de febrero
<https://www.facebook.com/paseodelalaberibera/>
 +52 (624) 331-6906

Taquinería El Borón La Ribera
 8 de febrero y Sagunto con Francisco J. Palma
<https://www.facebook.com/taquineriadelboron/>
 +52 (624) 330-2197

Taquinería El Borón La Ribera
 Carr. 29 de febrero con Calle Santa María
<https://www.facebook.com/taquineriadelboron29/>
 +52 (624) 330-2197

Even's Restaurant Bar
 Calle Simón Bolívar s/n, Cabo Cabo El Sol
<https://www.facebook.com/evenrestaurantbar/>
 +52 (624) 330-0254

Los Michoacanos
 Avenida Chetumal, Europa
<https://www.facebook.com/losmichocanos/>
 +52 (624) 330-0254

Previdencia Restaurant Bar & Grill
 Calle Joséfa Castro entre 05 de febrero
<https://www.facebook.com/previdenciarestaurantbar/>
 +52 (624) 330-0361

El Puesto
 Calle Comodoro
<https://www.facebook.com/elpuesto/>
 +52 (624) 350-1052

The Road Trip Taquería
 Calle Principal, Calle Playa de La Ribera
 y José, Joaquín Castro
<https://www.facebook.com/theroadtrip-taqueria-10095210020494/>
 +52 (624) 351-9230

Luna Café
 C. 29 de noviembre entre 05 de febrero y 5 de febrero
 +52 (624) 330-7300

Solo Dos Cuadros - Rest & Bar
 C. Independencia 14
<https://www.facebook.com/solo-dos-cuadros/>
 +52 (624) 217-1164

Sushi & Mariscos La Ribera
 Carr. 29 de febrero con Calle Santa María
<https://www.facebook.com/sushilaberibera/>
 +52 (624) 336-5264





GUÍA MICHELIN

LOS CABOS

18 restaurantes en la región de Los Cabos están incluidos en la guía a partir del trabajo directo que FITURCA realizó con la CANIRAC nacional y Michelin en Francia con apoyo de la iniciativa privada.



ESTRELLA MICHELIN



COCINA DE AUTOR LOS CABOS

Chefs Sidney Schutte & Francisco Sixtos

CABO SAN LUCAS



BIB GOURMAND

ACRE

FLORA'S FIELD KITCHEN

SAN JOSÉ DEL CABO



RECOMENDACIONES MICHELIN

COMAL • LOSTRES GALLOS • MANTA

CABO SAN LUCAS

ACRE • ÁRBOL • CARBÓN CABRÓN • LUMBRE
NAO • RUBA'S BAKERY • OMAKAI

SAN JOSÉ DEL CABO



ESTRELLA VERDE MICHELIN

METATE CABO SAN LUCAS

FLORA'S FIELD KITCHEN SAN JOSÉ DEL CABO

COCINA DE CAMPO by AGRICOLE PESCADERO

BENNO • DUM • OYSTERA • PARADERO

TODOS SANTOS



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

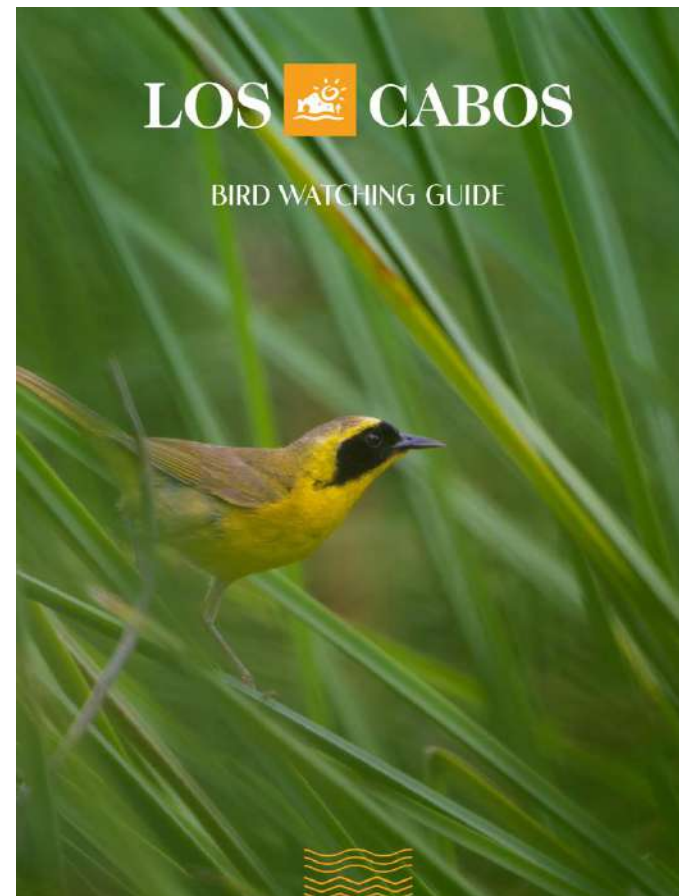
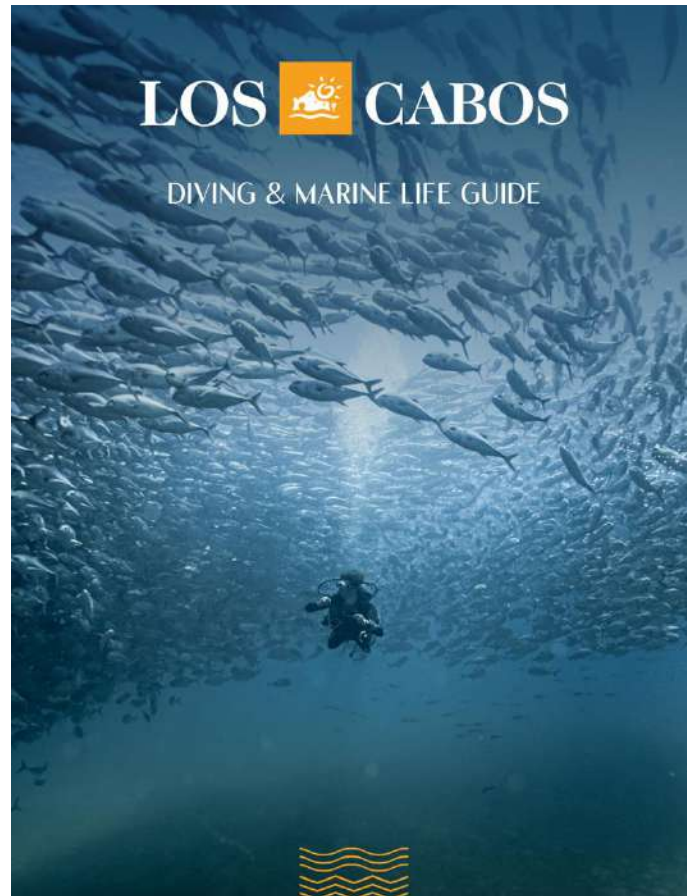
LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



PROYECTOS EN DESARROLLO

BUCEO / VIDA MARINA Y AVISTAMIENTO DE AVES 2025



- ✓ Ampliando el trabajo para desarrollar cadenas productivas locales con pequeños prestadores de servicios turísticos.
- ✓ Capacitando a la oferta y generando beneficio a las comunidades locales.





VIP SUMMIT



LOS CABOS VIP SUMMIT 2024

- 100 • Socios comerciales
- 120 • Prestadores del destino
- 360 • Total de asistentes
- +1,600 • Total de reuniones de negocios





ESTRATEGIA 2025



ESTRATEGIA

2025

- Naturaleza única
- Servicio y sofisticación
- Hoteles
- Gastronomía
- Seguridad

- Financiamiento
- Eventos naturales impredecibles

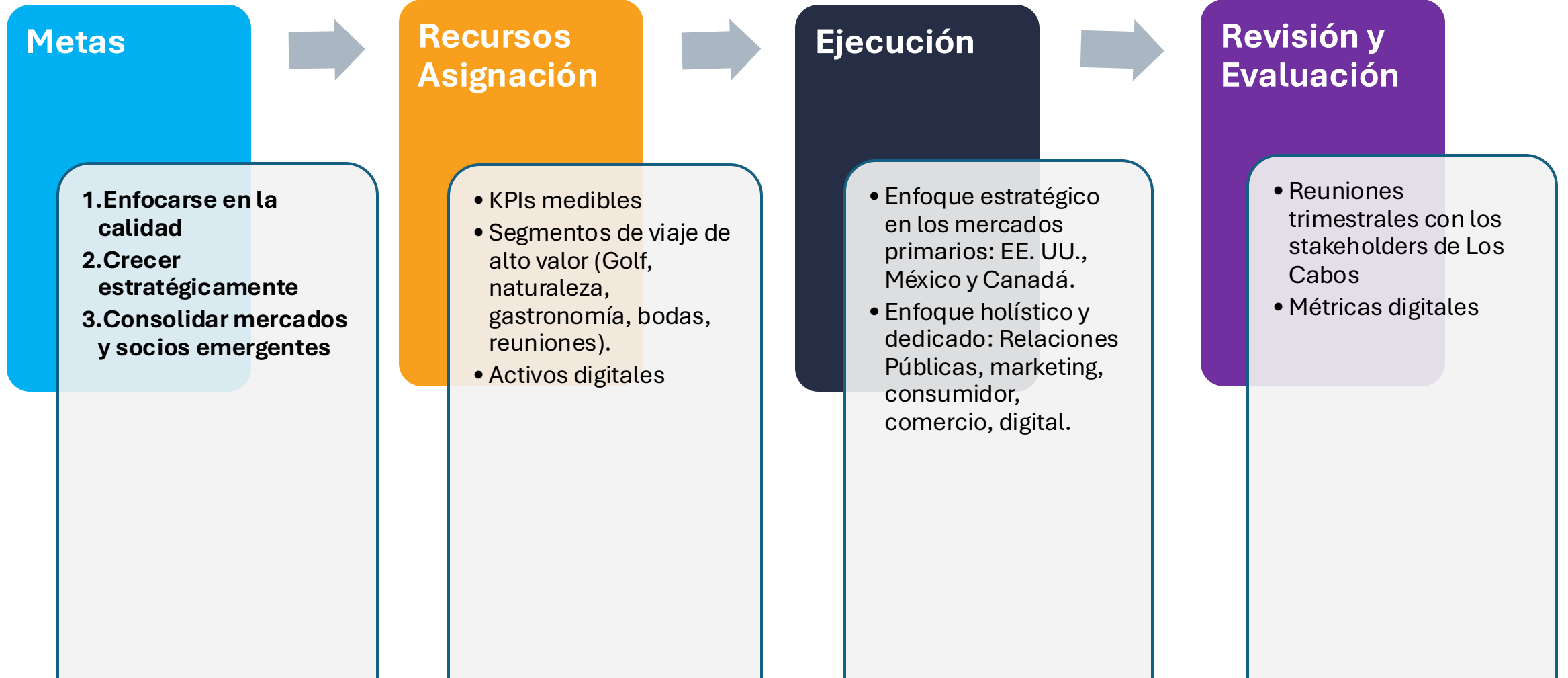


- Economía en crecimiento en los principales mercados
- Los Cabos como el principal destino de ocio en México
- Nueva conectividad con Europa

- Compromiso de los socios
- Apoyo institucional del sector privado en Los Cabos
- Reputación en la industria



ESTRATEGIA





LA COMUNIDAD LOCAL



PERCEPCIÓN POSITIVA SOBRE LA CONVIVENCIA CON LOS TURISTAS

Las opiniones predominantes de los residentes reflejan una percepción positiva sobre la convivencia con los turistas. Expresaron orgullo por el interés de los turistas en visitar y conocer Los Cabos y mostraron disposición para compartir los espacios públicos con ellos. Esta actitud abierta y acogedora destaca la importancia del turismo para la comunidad local.



“Estoy orgulloso de que tantos turistas quieran visitar y conocer Los Cabos”

NPS'24 81%



“Los residentes están de acuerdo en compartir espacios públicos con los visitantes”

NPS'24 65%

Pregunta agregada en 2023, no existe histórico para 2022.

Base 2024: 300 casos. Base 2023: 300 casos.

N32. En su opinión, ¿qué tan de acuerdo está en los siguientes aspectos de convivencia entre turistas y residentes de Los Cabos?

FUENTE: Estudio sobre la percepción de la comunidad receptora sobre el turismo y los turistas



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

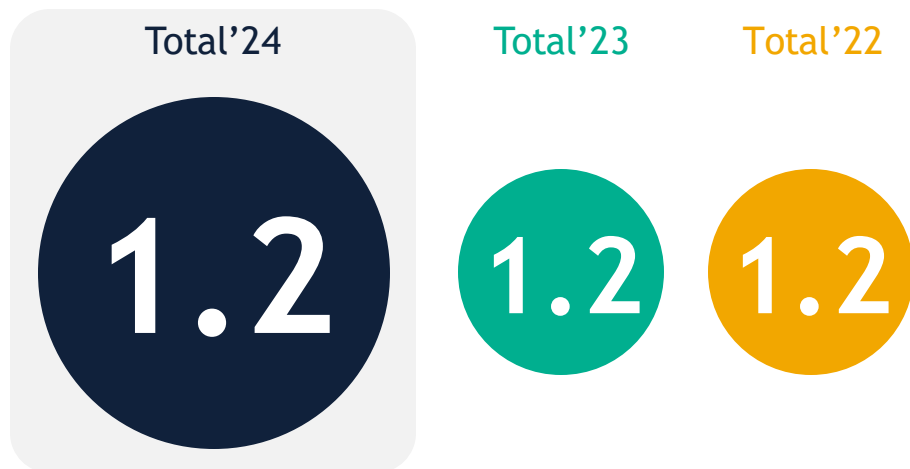
LOS CABOS



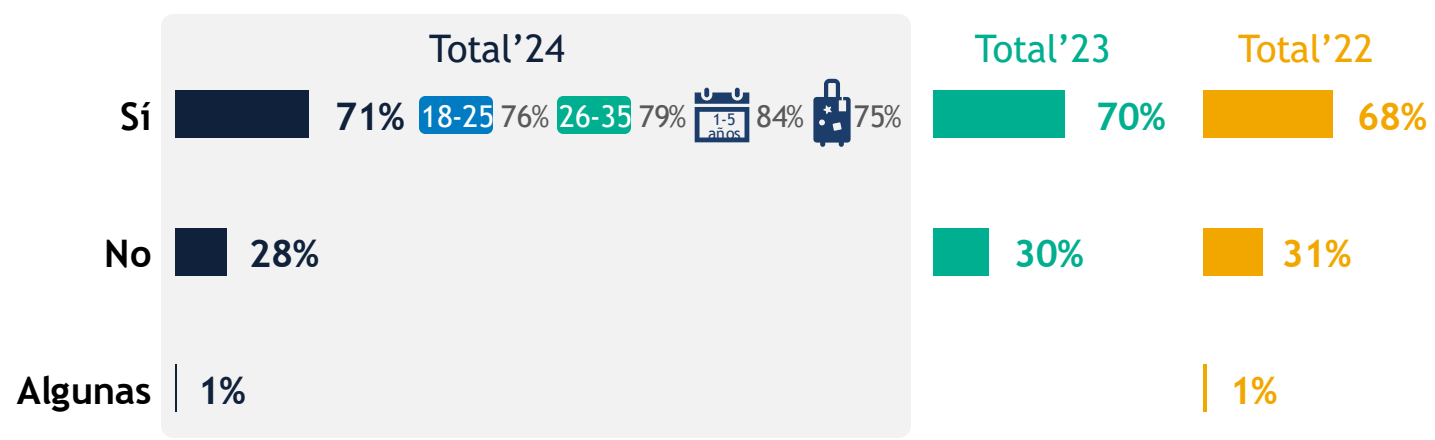
EMPLEOS PROMEDIO Y PRESTACIONES DE LEY

La situación laboral en Los Cabos muestra una estabilidad en el promedio de empleos por residente, manteniéndose constante en 1.2 desde el 2022. Los residentes jóvenes (18 a 35 años) y aquellos con entre 1 y 5 años de residencia cuentan, en su mayoría, con prestaciones de ley. Es importante resaltar que, quienes trabajan en una actividad relacionada con el turismo, el 75% de ellos cuenta con prestaciones de ley.

Empleos promedio



Cuentan con prestaciones de ley



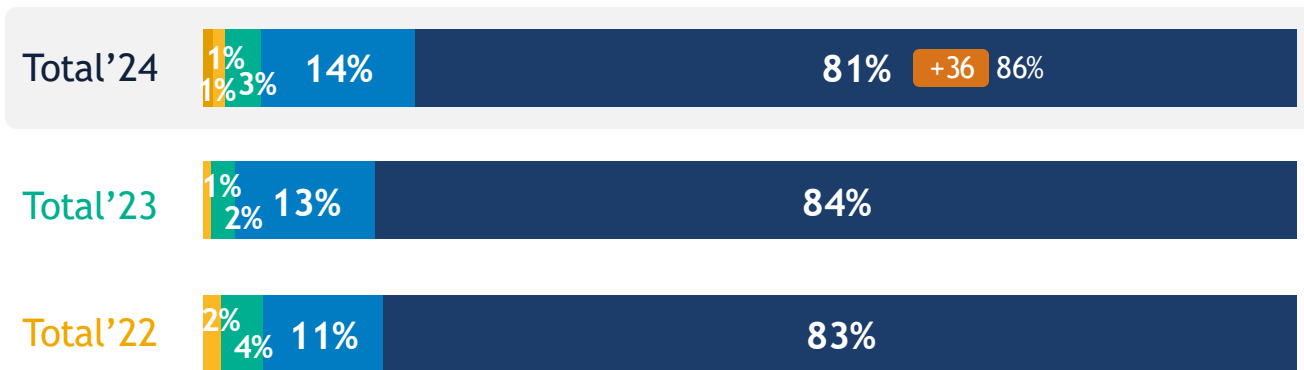
Base 2024: 300 casos. Base 2023: 300 casos. Base 2022: 300 casos.

P2.1. ¿Cuántos empleos tiene? / P3. ¿En su empleo(s) cuenta con las prestaciones de ley? (IMSS, vacaciones pagadas, aguinaldo, etc.) ↑ ↓ Diferencias significativas con respecto a 2023.

FUENTE: Estudio sobre la percepción de la comunidad receptora sobre el turismo y los turistas.

IMPORTANCIA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LOS CABOS

En general, la actividad turística en Los Cabos es sumamente importante para la mayoría de los residentes, especialmente para aquellos de 36 años o más. Esta importancia radica en que la actividad turística permite la generación de empleos buenos y atractivos para los habitantes locales.



- Muy importante
- Importante
- Igual de importante que las otras
- Poco importante
- Nada importante

* Sin mención en 2022

Base 2024: 300 casos. Base 2023: 300 casos. Base 2022: 300 casos.

P14. ¿Qué tan importante considera que es la actividad turística en Los Cabos? / P15.

¿En qué radica la importancia de la actividad turística en Los Cabos?



(58%) GENERA EMPLEO de trabajo buenos y atractivos para los residentes.



(19%) ESTIMULA LA INVERSIÓN para que haya más empresas interesadas en invertir en Los Cabos.



(13%) MEJORA LAS OPORTUNIDADES para emprendedores locales.*



(11%) MEJORA CONDICIONES DE VIDA de los residentes.



(8%) FINANCIA ACTIVIDADES recreativas, culturales lúdicas de las que los residentes nos beneficiamos.

+36 Más de 36 años

FUENTE: Estudio sobre la percepción de la comunidad receptora sobre el turismo y los turistas



INDICADORES DE DESTINO

ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT NACIONAL

RELACIONES PÚBLICAS Y MKT MERCADOS ESTRATÉGICOS

ECOSISTEMA DIGITAL

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO CON LA INDUSTRIA

SEGMENTOS ESPECIALES

INDUSTRIA DE REUNIONES

CONECTIVIDAD AÉREA

DESARROLLO DE PRODUCTO INTEGRANDO A LA COMUNIDAD

VIP SUMMIT

ESTRATEGIA 2025

LA COMUNIDAD LOCAL

LOS CABOS



Derrama económica total
\$143,881,540,000

Presupuesto
FITURCA
\$445,282,910.67

Por cada peso que se invierte,
FITURCA lo multiplica en
\$323 pesos
en derrama directa a la economía
local.

De acuerdo con la información recabada a través de encuestas a turistas y datos macroeconómicos, se estima que el efecto multiplicador de cada peso invertido en FITURCA es de
\$143,881 millones de pesos.

GASTO PROMEDIO (por estancia)
\$36,950 pesos en 6.1 días





¡GRACIAS!

