

# LOS CABOS

INFORME DE  
ACCIONES

FITURCA 2021-2022



# AGENDA

1. FITURCA
2. Indicadores del destino
3. Desarrollo de nuevas rutas aéreas
4. Industria de Reuniones
5. Tour & Travel
6. Segmentos Especiales (Golf & LGBTQ+)
7. Informe de Relaciones Públicas
8. Acciones de Mercadotecnia
9. Medios Digitales

# ESTRUCTURA DE FITURCA

A.

## COMITÉ TÉCNICO

Integrado por representantes del ámbito público y privado con cargo honorífico, son responsables de regular la operación del Fideicomiso y colaborar con aportaciones en beneficio del destino.



B.

## EQUIPO

Equipo de profesionales seleccionados por un proceso riguroso de reclutamiento y que cuentan con el perfil y experiencia requerida para cada posición.

Organismo público financiado del 3% del impuesto al hospedaje, el cual se encarga de la gestión, promoción y mercadotecnia del destino Los Cabos a nivel nacional e internacional

C.

## TRANSPARENCIA

La administración, operación y uso de los recursos económicos del Fideicomiso, se gestionan con la vigilancia del Comité Técnico y en cumplimiento de la Ley de Transparencia y acceso a la información.

# MISIÓN, VISIÓN y VALORES



## MISIÓN

---

**Promover la identidad de Los Cabos**, atraer visitantes y generar beneficios económicos en la industria del turismo local sostenible



## VISIÓN

---

**Consolidar a Los Cabos como un destino** preferido para viajeros de placer y negocios; mantener vigente la estrategia de comercialización y generar beneficios para la industria del turismo con responsabilidad sobre los recursos naturales y la cultura local.

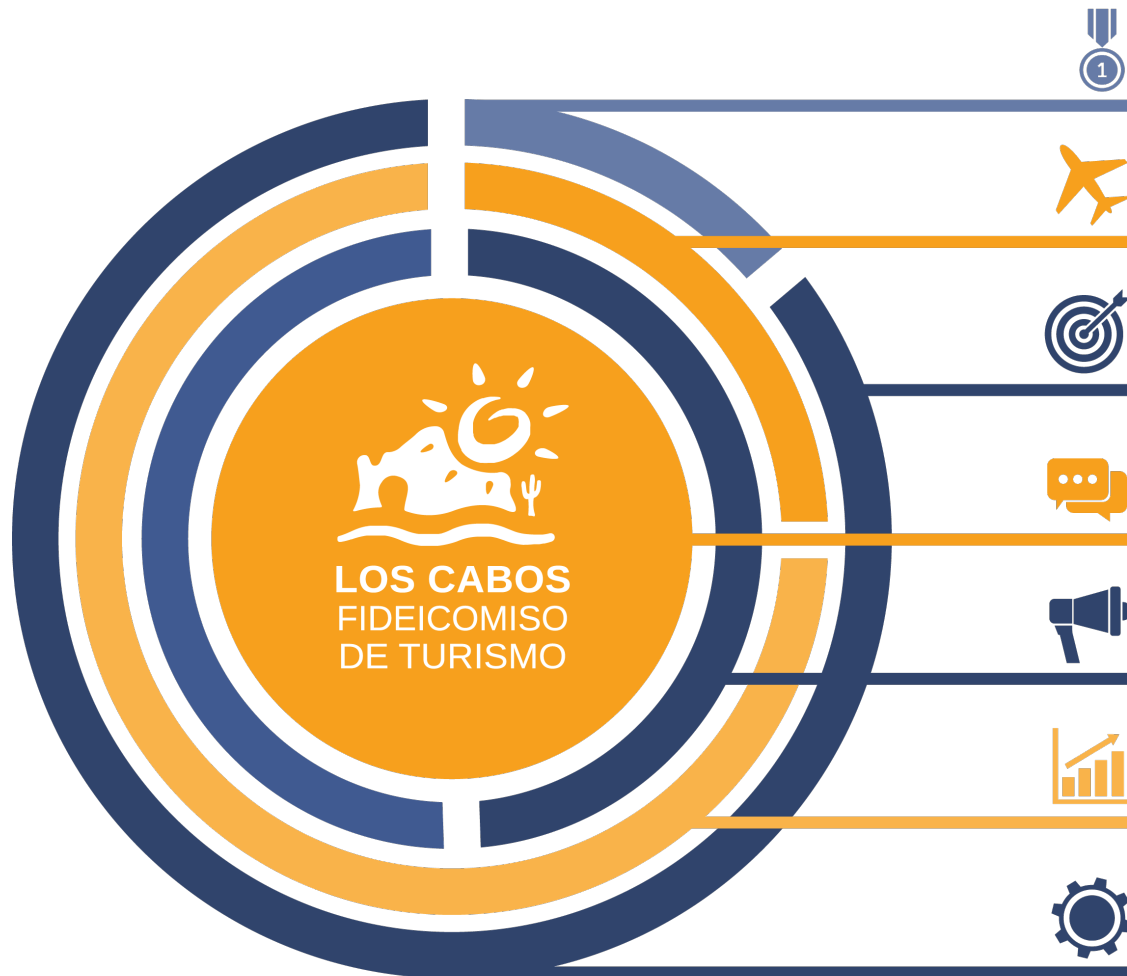


## VALORES

---

1. **Respeto**
2. **Integridad**
3. **Compromiso**
4. **Colaboración**
5. **Innovación**
6. **Sustentabilidad**

# TÁCTICAS PRINCIPALES



Mantener la competitividad del destino y satisfacción del visitante.



Generar conectividad: recuperar asientos y atraer oportunidades de nuevos mercados.



Campaña de mercadotecnia y posicionamiento internacional.



Estrategia de implementación de un ecosistema digital para posicionamiento y conversión de negocio.



Comunicación activa a través del manejo de las Relaciones Públicas.



Trabajo dedicado en mercados con rápida recuperación post-covid.



*Clusters* y grupos de trabajo especializado por segmento.

# PRESUPUESTO

## EJERCICIO 2021

### PRESUPUESTO EJERCIDO

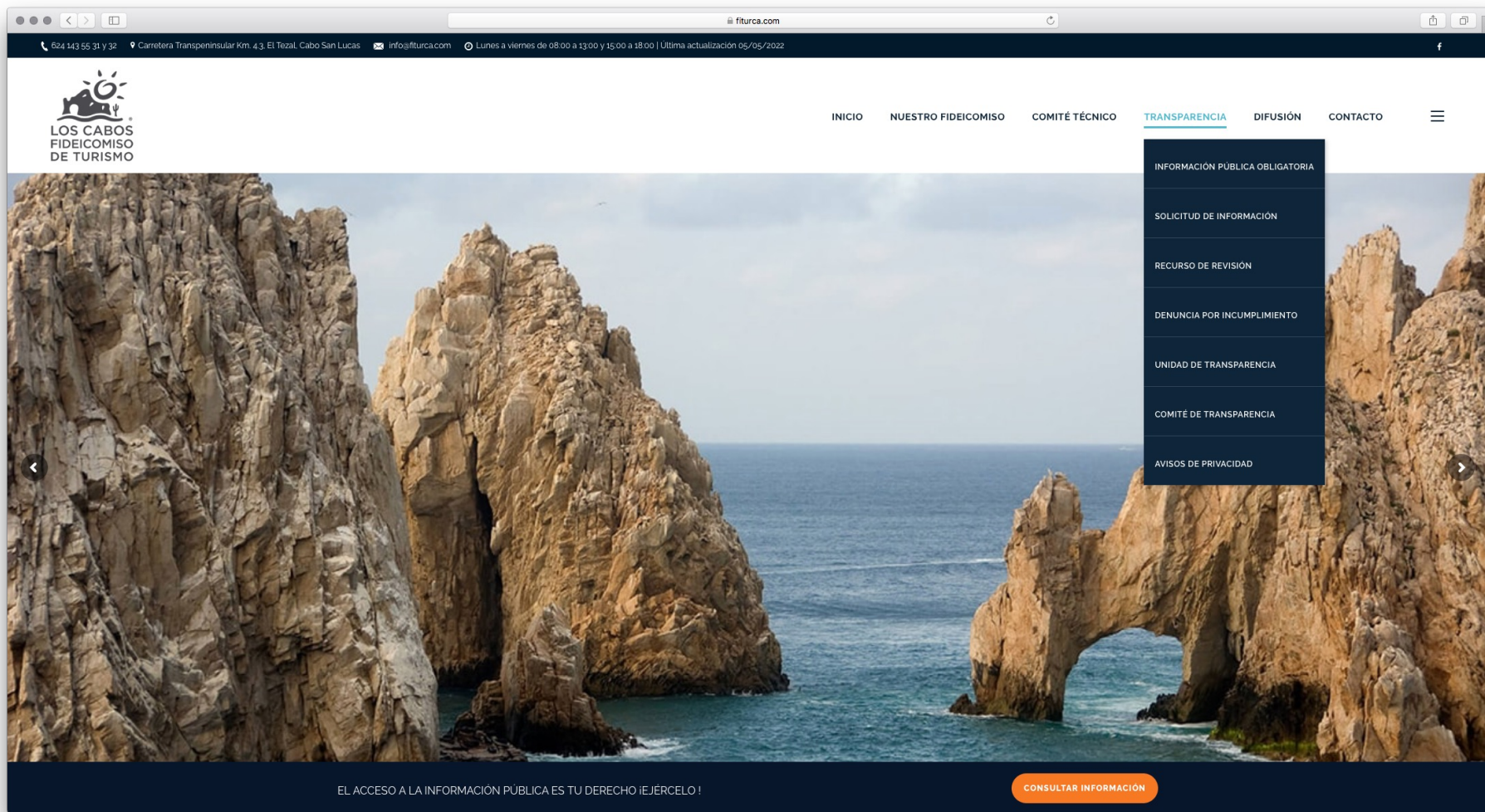
IMPORTE ANUAL EJERCIDO		%
GASTO DE ADMINISTRACIÓN	9,327,607	5%
GASTO DE PROMOCIÓN	31,299,438	18%
GASTO DE MERCADOTECNIA	135,729,659	77%
<b>TOTAL</b>	<b>176,356,704</b>	<b>100%</b>

## EJERCICIO 2022

### PRESUPUESTO AUTORIZADO

PRESUPUESTO AUTORIZADO	
INGRESOS	198,569,643
<b>TOTAL</b>	<b>198,569,643</b>

# PORTAL DE TRANSPARENCIA



<http://fiturca.com>

LOS  CABOS

INDICADORES  
**DEL DESTINO**

## INDICADORES RELEVANTES

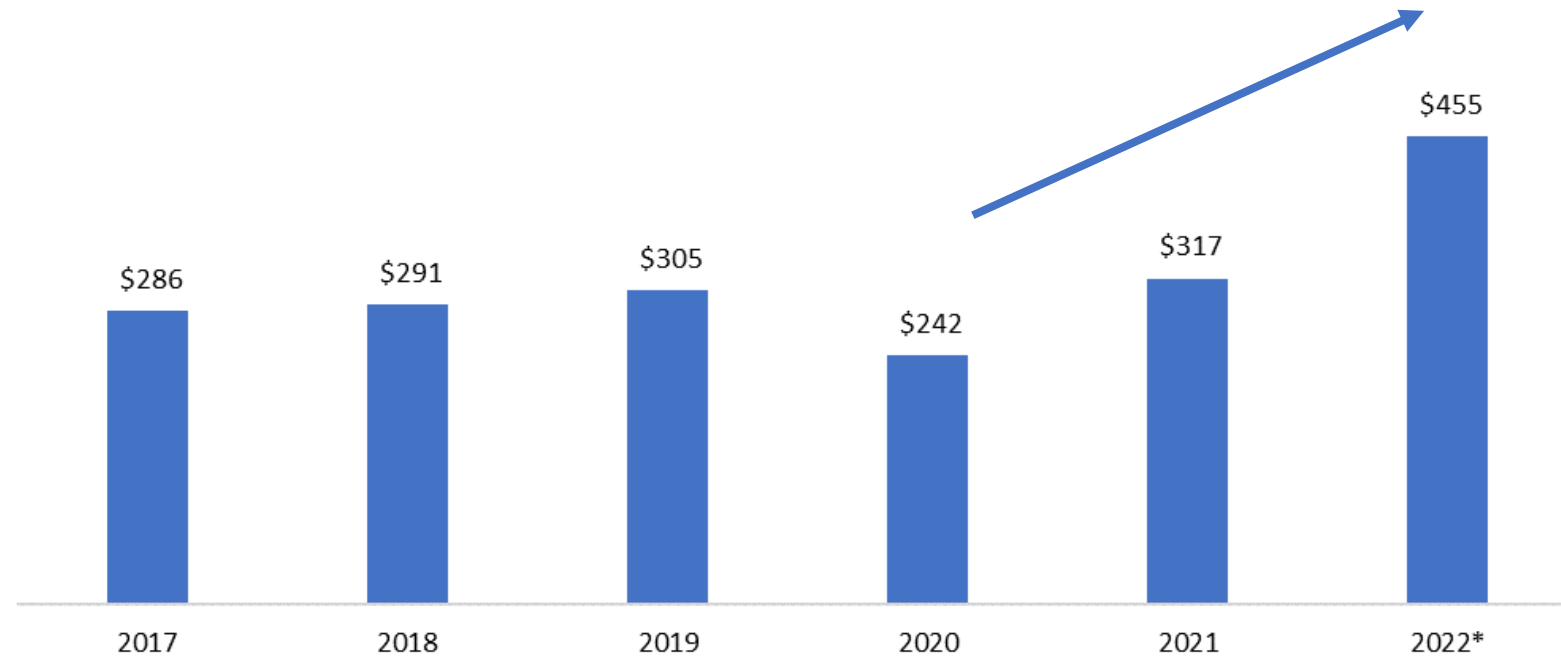
- a) En el primer trimestre de 2022, Los Cabos recibió a más de 800 mil visitantes, un aumento del 13% respecto de 2019.
- b) En marzo, Los Cabos registró un **mes histórico: casi 325,000** llegadas de turistas marcan un aumento récord del 18 por ciento en llegadas en comparación con 2019.
- c) La alta demanda de viajes al destino ha **fortalecido la posición** de Los Cabos como el principal destino de viajes de lujo de México.
- d) Hubo una ocupación hotelera promedio del 70 por ciento en el primer trimestre de 2022, con una **tarifa hotelera diaria promedio de US \$455**, la más alta de México.
- e) El destino experimentó un aumento del **5,4% de viajeros estadounidenses en 2021** en comparación con 2019, superando las llegadas de viajeros internacionales en todo el país y liderando la recuperación de los viajes internacionales.
- f) Hubo un crecimiento cercano al **80 % en las llegadas de viajeros internacionales a través de la aviación privada** en 2021 en comparación con 2019, lo que representa el 26 % de toda la actividad de viajes aéreos.
- g) El 98 por ciento de todos los viajeros internacionales provienen de los Estados Unidos, el mercado prioritario de Los Cabos.

# TARIFA DIARIA

## PROMEDIO

Los Cabos  
Anual 2017-2022

FUENTE: AHLC

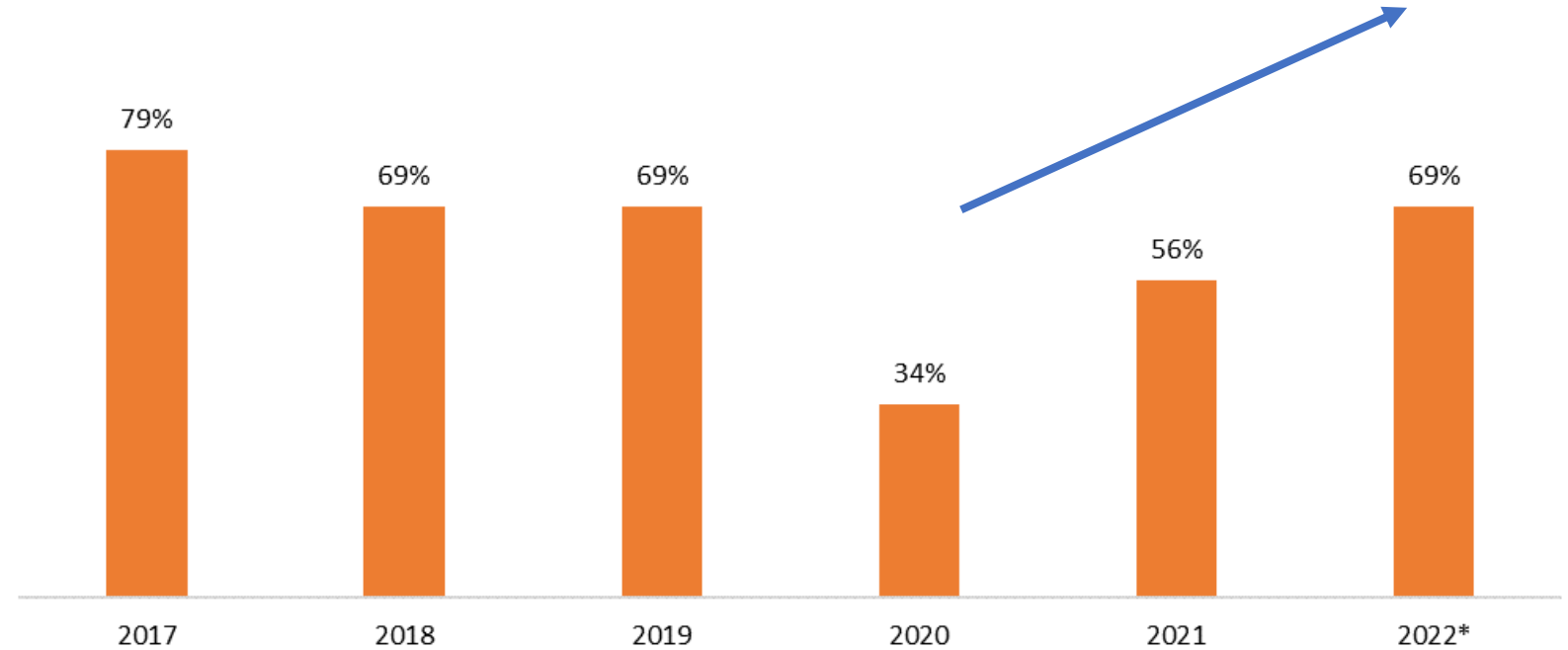


# OCUPACIÓN

## PROMEDIO EN LOS CABOS

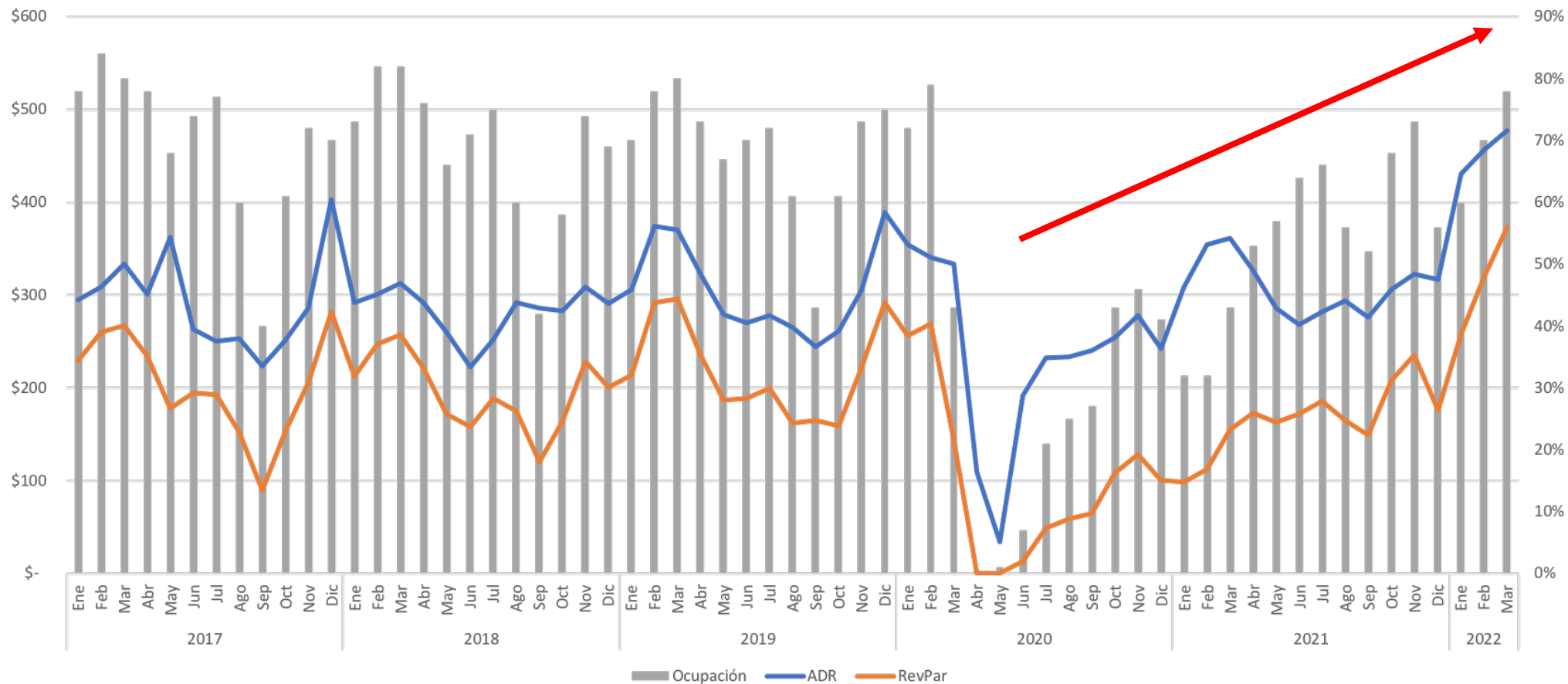
Anual 2017-2022

FUENTE: AHLC



# TARIFA, RevPAR y OCUPACIÓN

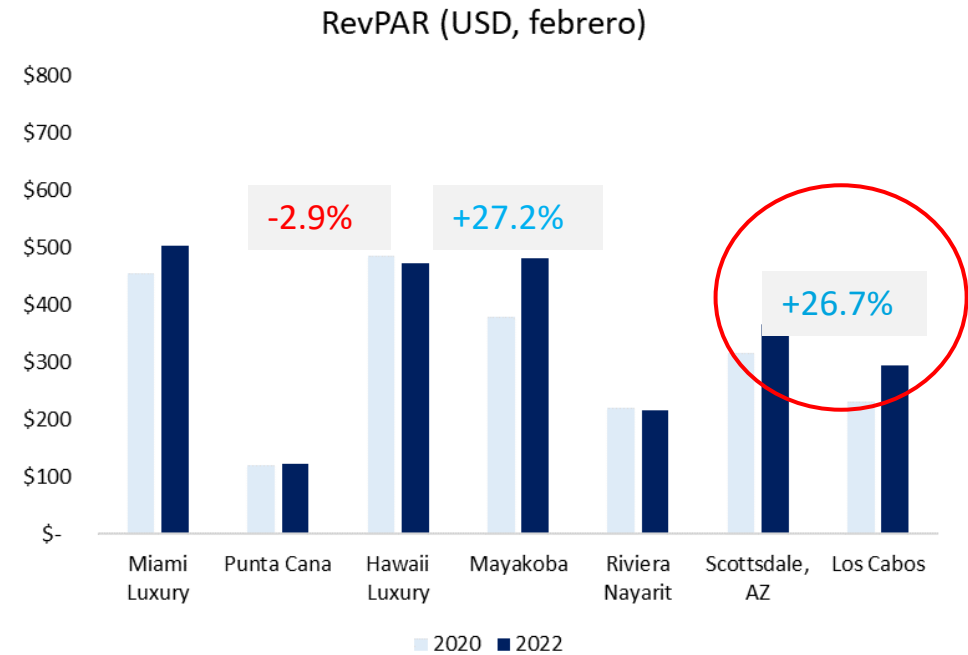
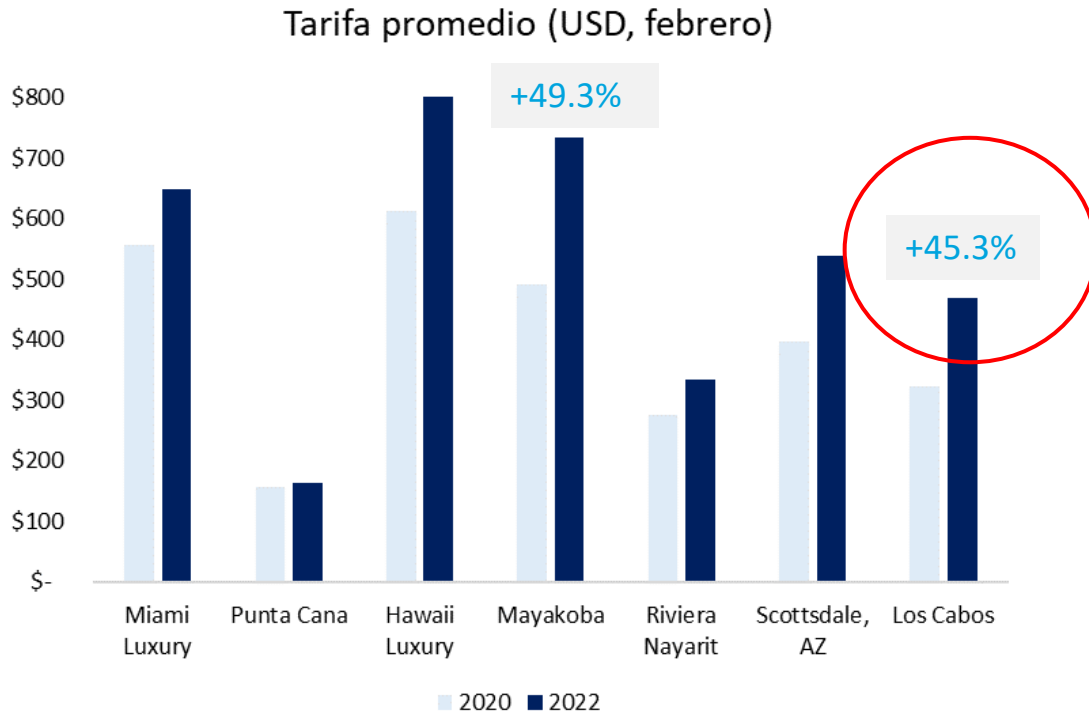
## PROMEDIO EN LOS CABOS



FUENTE: AHLIC

# EVOLUCIÓN

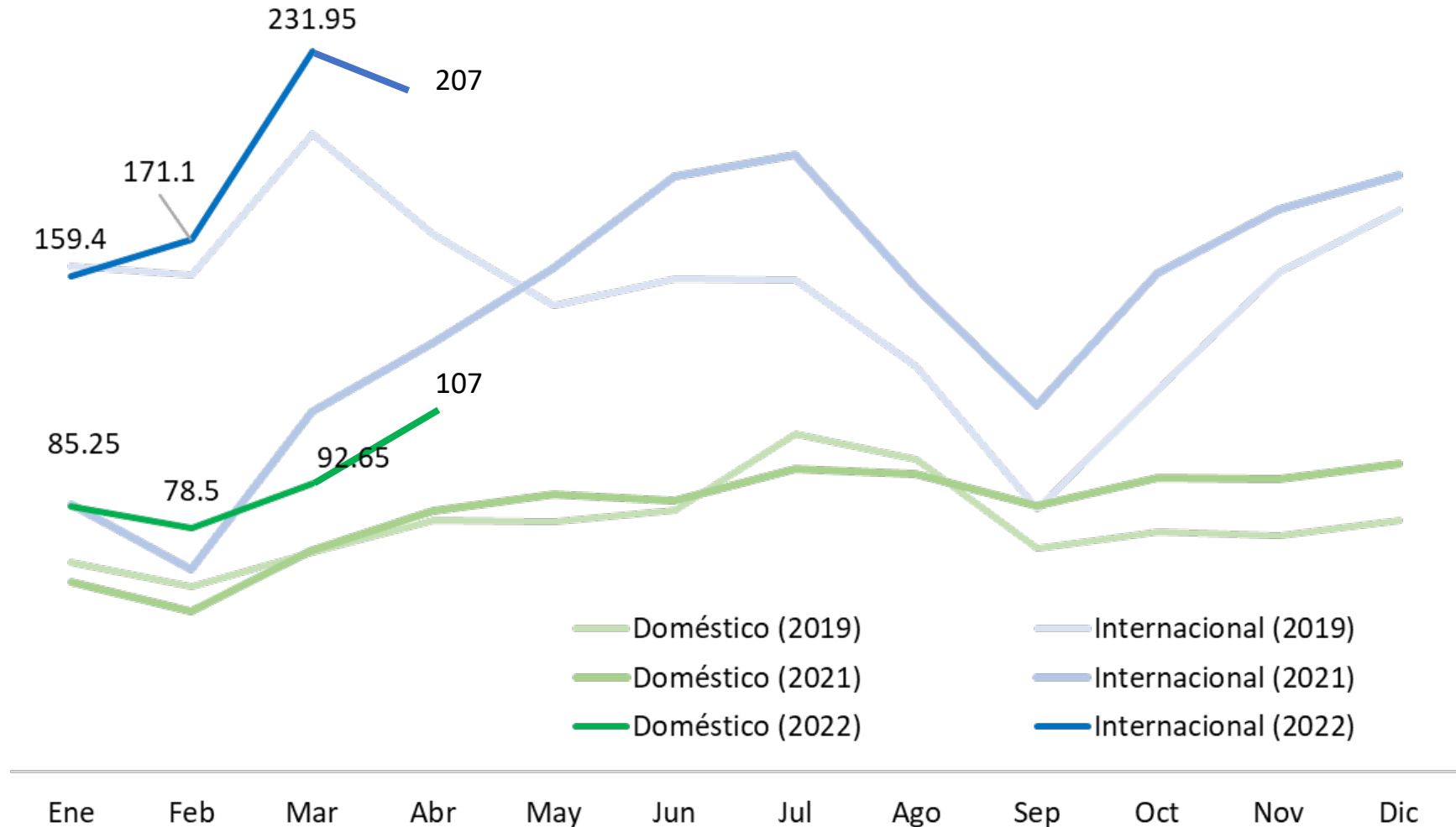
## DE LA TARIFA PROMEDIO Y RevPAR PARA LOS CABOS Y COMPETIDORES SELECTOS



FUENTE: SMITH TRAVEL RESEARCH

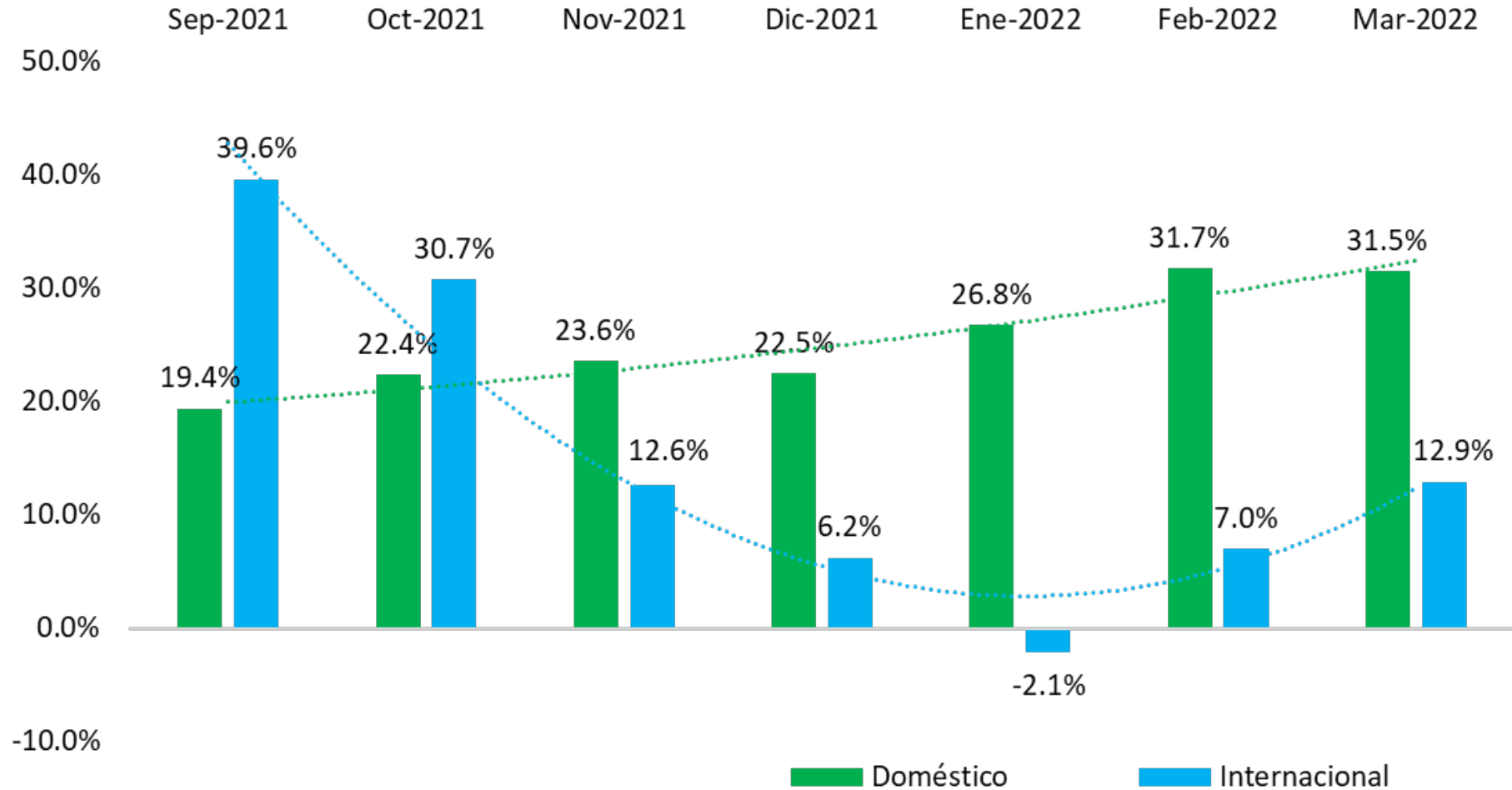
# LLEGADA DE PASAJEROS AL AEROPUERTO DE LOS CABOS

2019-2022



# VARIACIÓN

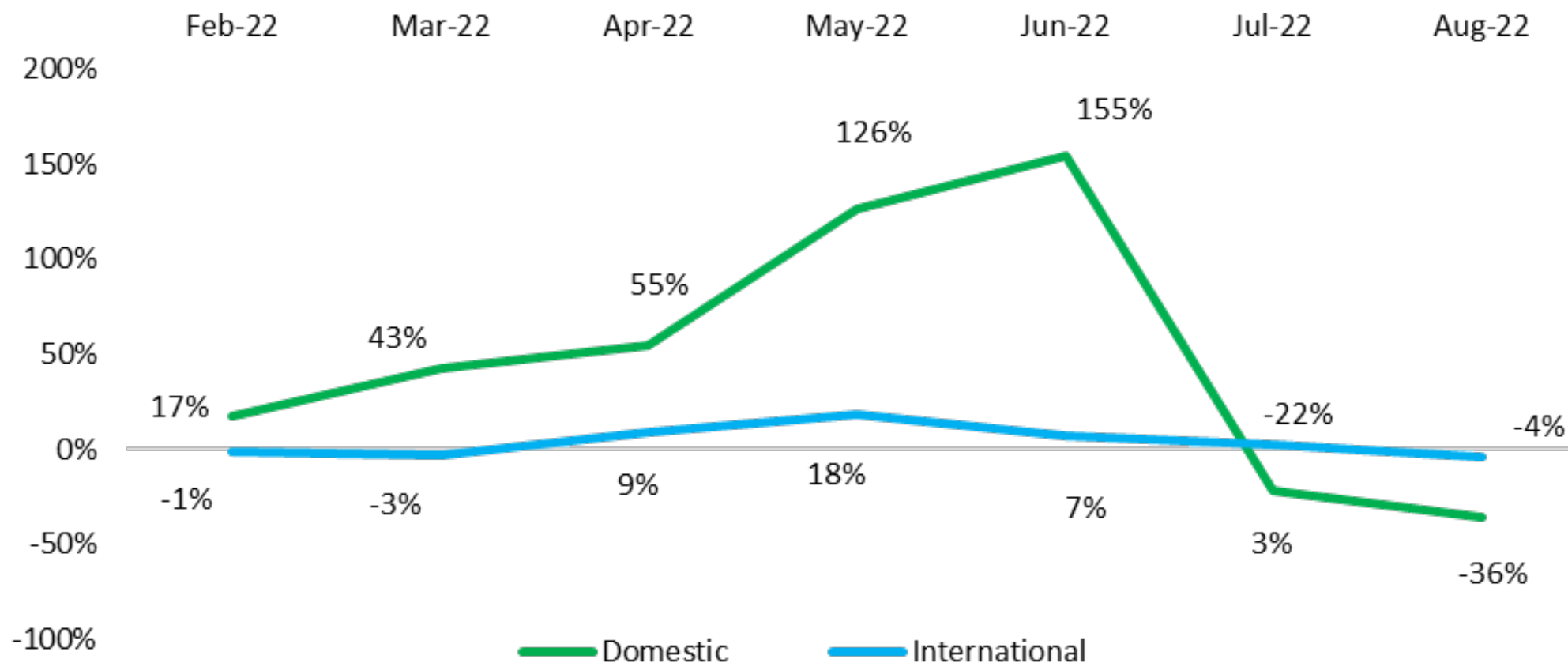
## CON RESPECTO A 2019



# RESERVAS ANTICIPADAS DE BOLETOS AÉREOS A SJD

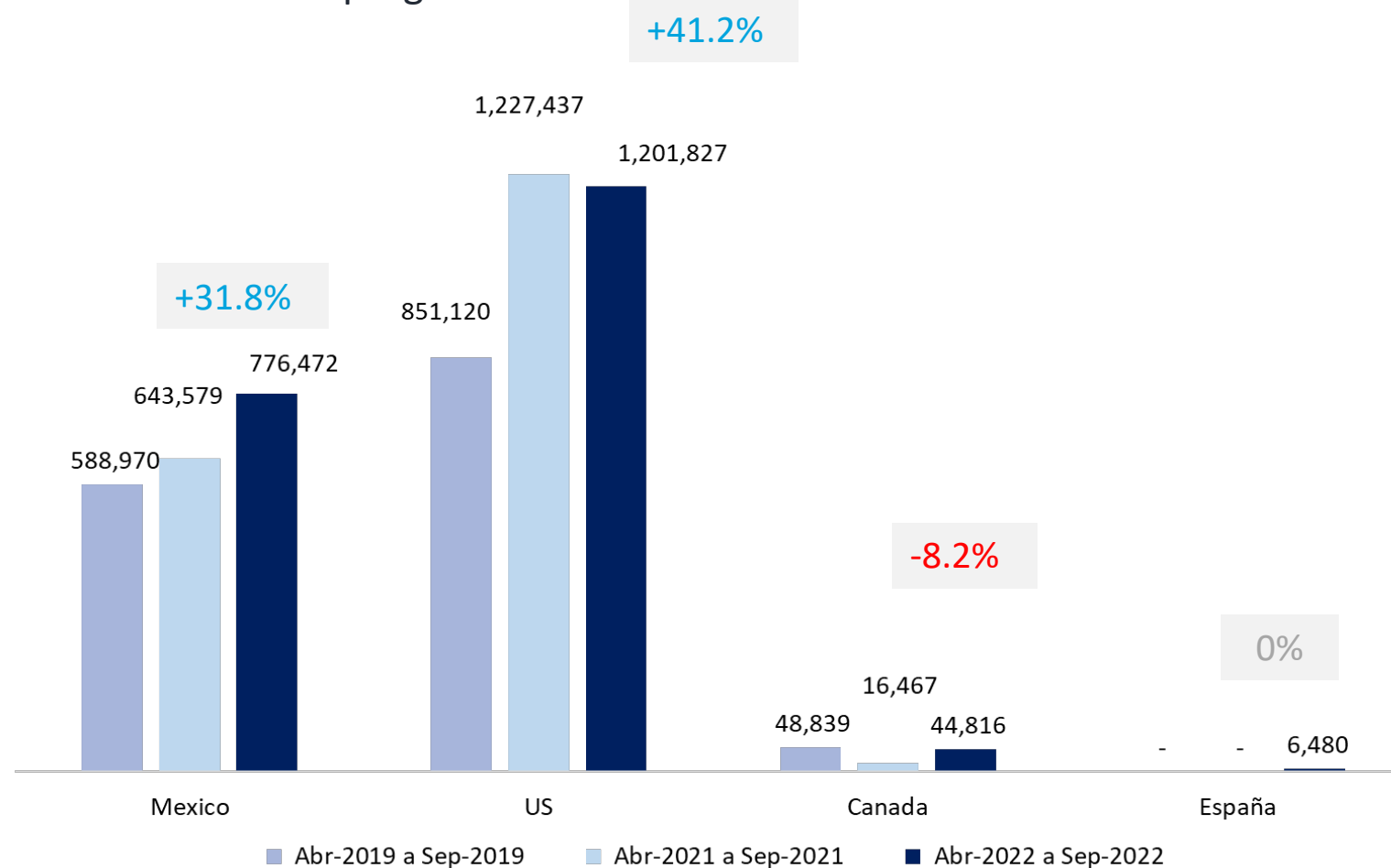
Variación de reservas anticipadas respecto a 2019 para viajes de marzo a agosto de 2022, por origen de vuelos.

Fecha de corte de datos: 31 de marzo de 2022

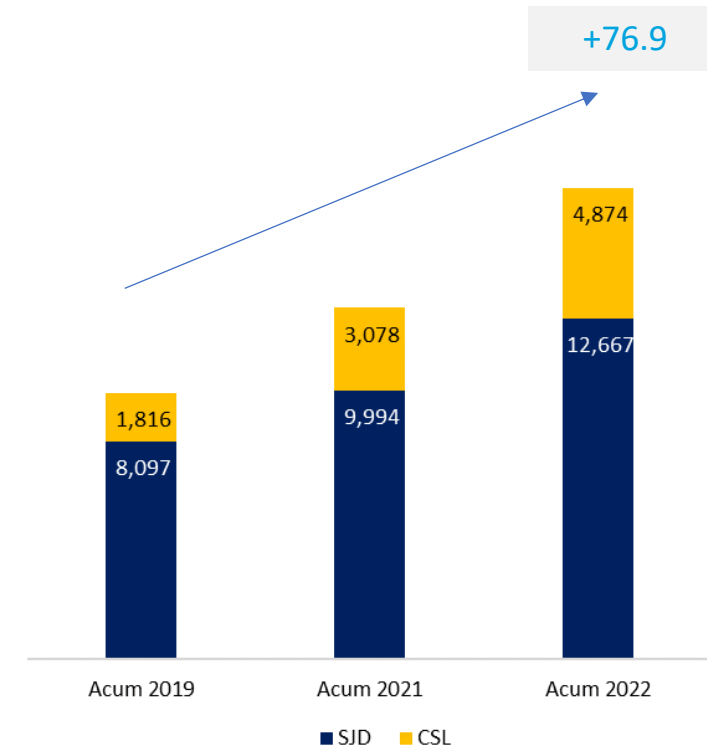
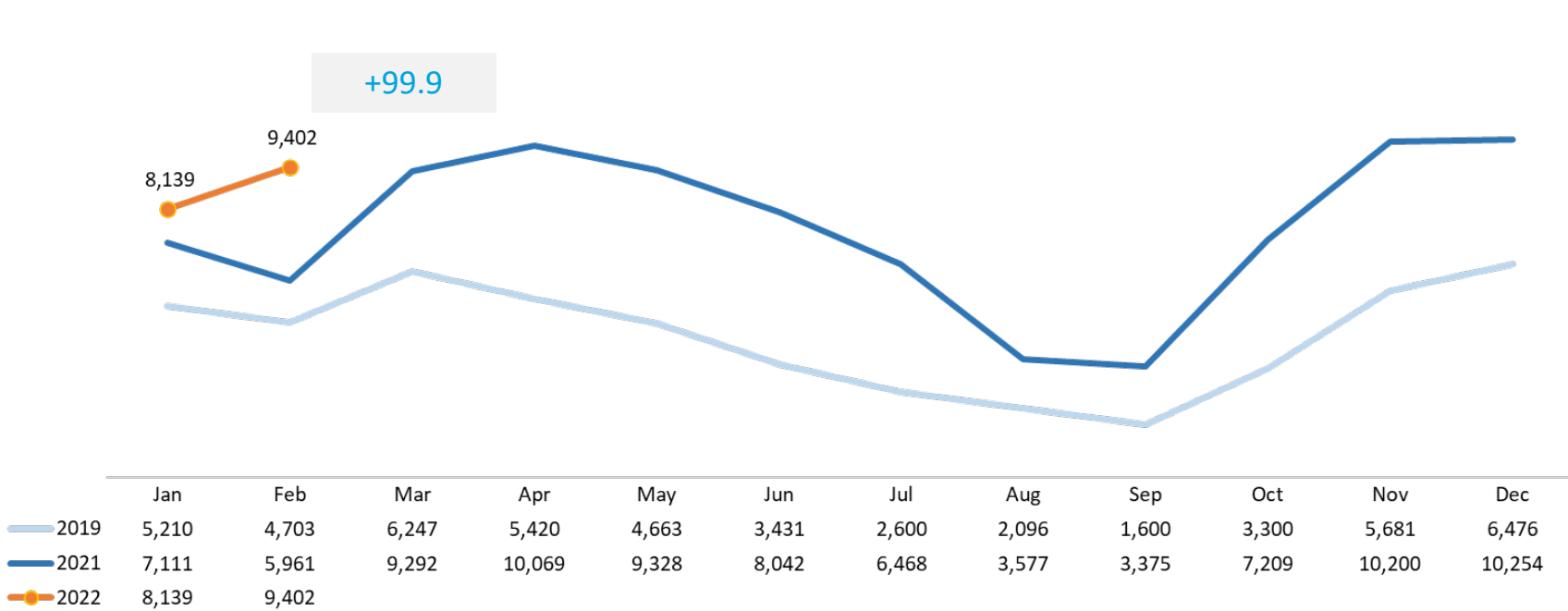


# CONECTIVIDAD AÉREA POR PAÍS

Programación de asientos por país para los próximos 6 meses y su comparativo versus programación real 2019 v 2022



# Llegada de turistas internacionales vía aérea a través de la aviación privada

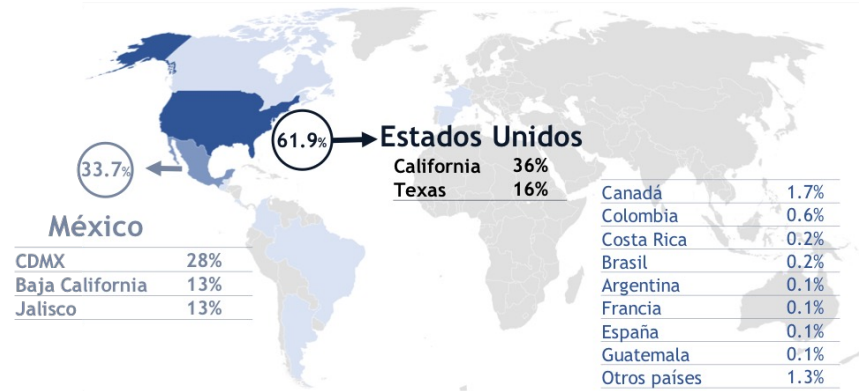


Llegada de turistas internacionales correspondientes a la aviación privada a los aeropuertos de Cabo San Lucas (CSL) y San José del Cabo (SJD); mensual (izquierda), acumulada (derecha)

FUENTES: INM- SIOM; GAP

# ENCUESTAS A TURISTAS

## ORIGEN DE LOS TURISTAS



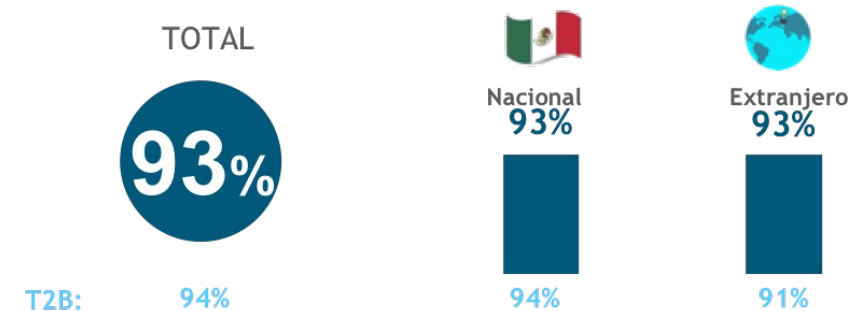
## ESTANCIA PROMEDIO (EN DÍAS)



## GASTO PROMEDIO POR PERSONA Y POR DÍA (PESOS)



## SATISFACCIÓN GENERAL (NPS)



# TIEMPO DE PLANEACIÓN, COMPRA Y RESERVACIÓN DEL VIAJE

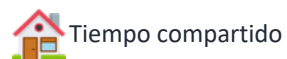
PROMEDIO EN DÍAS

## TIEMPO DE PLANEACIÓN

92  
DÍAS



Eventos sociales y boda



Tiempo compartido



Ir de compras



Con Pareja



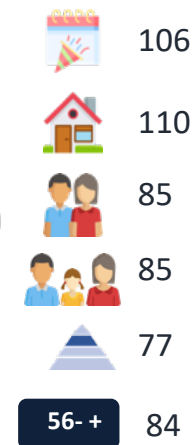
Con Familia



C+

## TIEMPO DE COMPRA Y RESERVACIÓN

69  
DÍAS

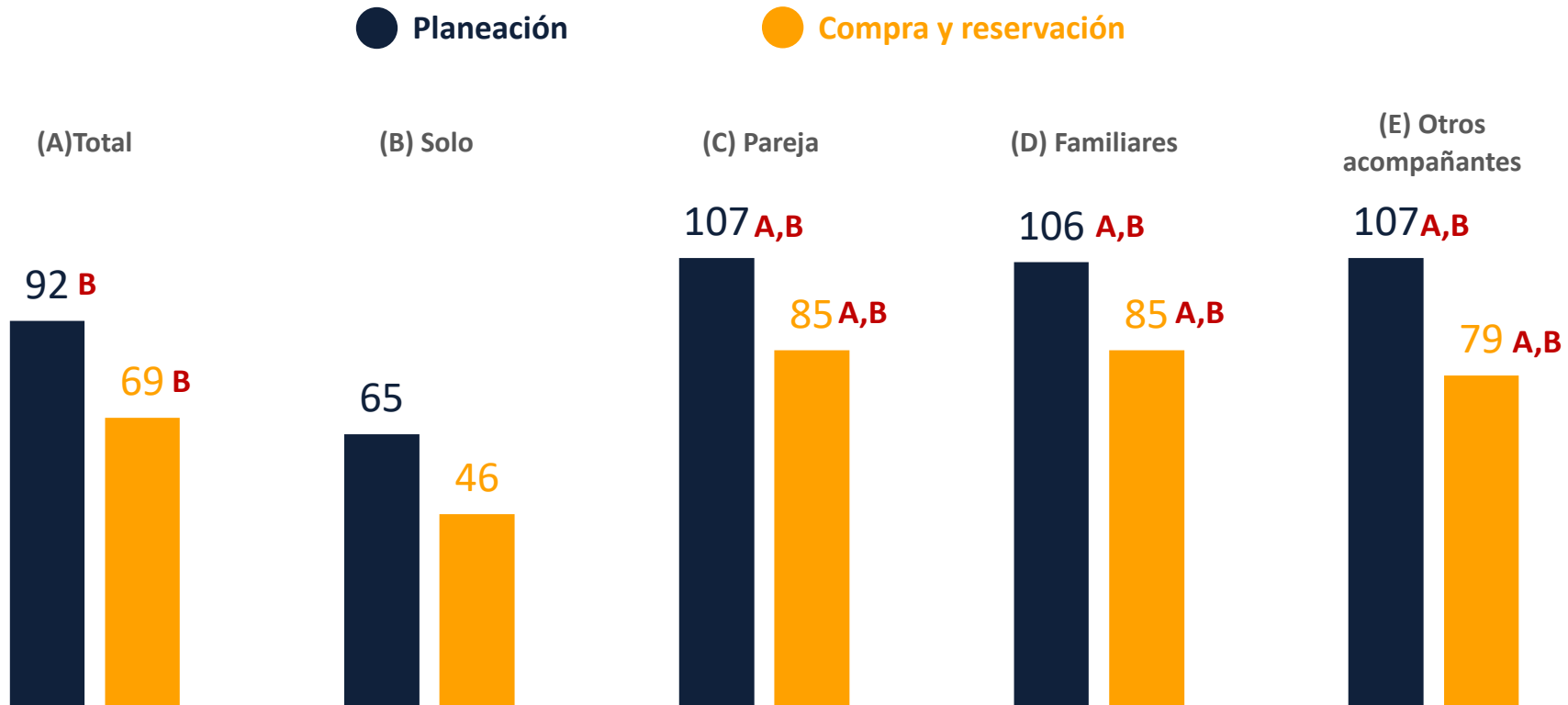


Base ponderada mayo-diciembre 2021: 2,000 casos

P30. ¿Con cuánto tiempo de anticipación empezó a buscar información y organizar el viaje? \_\_\_\_ meses \_\_\_\_ días. P31. ¿Con cuánto tiempo de anticipación compró / reservó? \_\_\_\_ Meses; \_\_\_\_ días; \_\_\_\_

# TIEMPO DE PLANEACIÓN, COMPRA Y RESERVACIÓN DEL VIAJE

PROMEDIO EN DÍAS



Base **total** de mayo – diciembre 2021: **2,000** casos

Base turistas: **Solo** : **639** casos; **Pareja**: **514** casos; **Familiares**: **348** casos; **Otros acompañantes**: **620** casos.

Las letras rojas indican diferencias significativas entre segmentos.



CONECTIVIDAD AÉREA  
**DESARROLLO DE NUEVAS  
RUTAS**

# CONECTIVIDAD



# NUEVA RUTA AÉREA MADRID – LOS CABOS



- ✓ **MAD – SJD – MAD**
- ✓ Nueva ruta directa confirmada a partir del 18 de julio hasta octubre 2022 y 2023
- ✓ **Lunes**  
Arribo: 19:00 HRS  
Salida: 21:00 HRS.
- ✓ **MÁS DE 8 MIL NUEVOS TURISTAS**



## — ACCIONES COMPLEMENTARIAS

Se han realizado capacitaciones con más de 800 agentes de viajes de España tanto de manera virtual como presencial, para promover la nueva ruta aérea, así como dos FAM's con asistentes claves para la detonación de negocio.

## CONECTIVIDAD

### NUEVAS AEROLÍNEAS

- ✓ Se reciben nuevas aerolíneas del mercado de Canadá con vuelos desde: Vancouver, Abbotsford, Edmonton, Toronto.
- ✓ Aero comienza a operar vuelos privados desde San Francisco y LA California.
- ✓ OMNI Confirma vuelo charter, grupo privado volando desde NY con 300 visitantes en Abril.



- *Actualmente Los Cabos cuenta con más de 500 vuelos semanales que conectan con 26 ciudades de los Estados Unidos y 7 de la República Mexicana.*
- *Se espera un crecimiento de 1.3 millones de asientos durante la primera mitad de 2022.*
- *Aumento proyectado de un 31.6% en asientos a Los Cabos desde Estados Unidos durante los próximos seis meses, en comparación con 2019. La conectividad aérea está aumentando principalmente desde Los Ángeles, Phoenix, Houston, Dallas, Denver y Nueva York.*

# DESARROLLO DE NUEVAS RUTAS



- ✓ Routes World 2021
- ✓ Routes Americas 2022

38 reuniones para presentar casos de negocio.  
Rutas en prospectación hacia USA, Canadá, México y Europa.



Participación activa en los eventos Routes con reuniones de negocios entre aerolíneas y autoridades aeroportuarias para establecer nuevas rutas aéreas al destino

Eventos siguientes:

**WORLD ROUTES**

Octubre 2022



LOS  CABOS

INDUSTRIA DE  
**REUNIONES**

# OBJETIVO

Posicionar a Los Cabos como el mejor destino de México para organizar eventos corporativos y viajes de incentivo

## ÁREAS DE TRABAJO

### POSICIONAMIENTO DE LOS CABOS EN EL MUNDO MICE

---

- ✓ Presencia de marca en eventos relevantes de la industria de reuniones: **PCMA, MPI, SITE, ICCA.**
- ✓ Alianzas estratégicas con principales productores: **Maritz, Prestige, HPN, HelmsBriscoe, ConferenceDirect, Global Cynergies.**
- ✓ Participación en eventos para crecer el **mercado europeo.**

### INCREMENTAR EL CIERRE DE NEGOCIO GRUPAL

---

- ✓ Herramientas de cierre de negocio para *meeting planners.*
- ✓ Comunicación directa con clientes a través de Cvent.

### GENERACIÓN DE DEMANDA GRUPAL PARA LA CADENA DE VALOR LOCAL

---

- ✓ Participación en tradeshows como: **IMEX America, IMEX Frankfurt, FIEXPO Latam, IBTM America.**
- ✓ Trade shows virtuales.
- ✓ Generar eventos en el destino, como: **Connect Incentives, WMF Incentive Live.**
- ✓ Fam Trips.

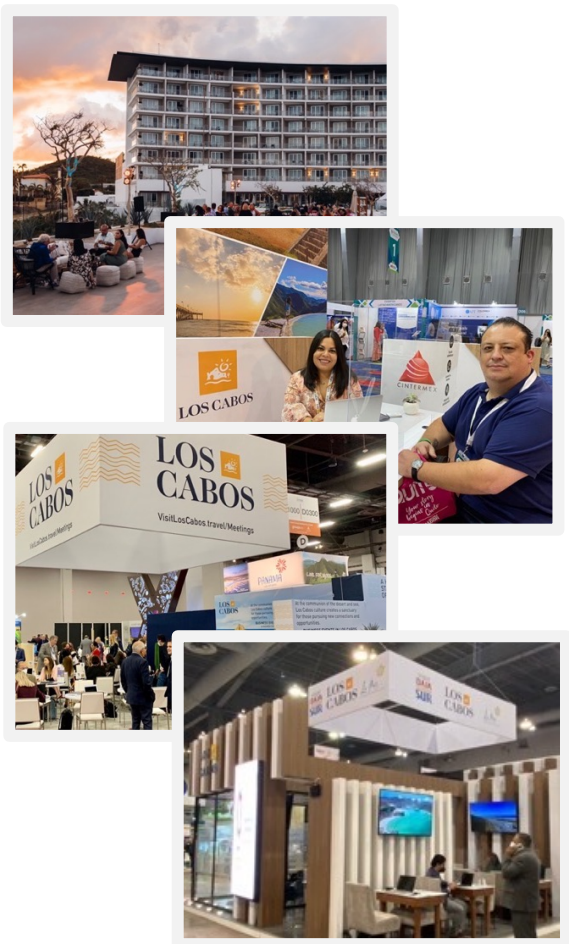
### FORTALECER A LA CADENA DE VALOR

---

- ✓ Formación del Consejo Asesor de Clientes.
- ✓ Programa de capacitación especializada **“Los Cabos Educational Series”.**
- ✓ Paneles de actualización con expertos de la industria.

# ACTIVIDADES

2021



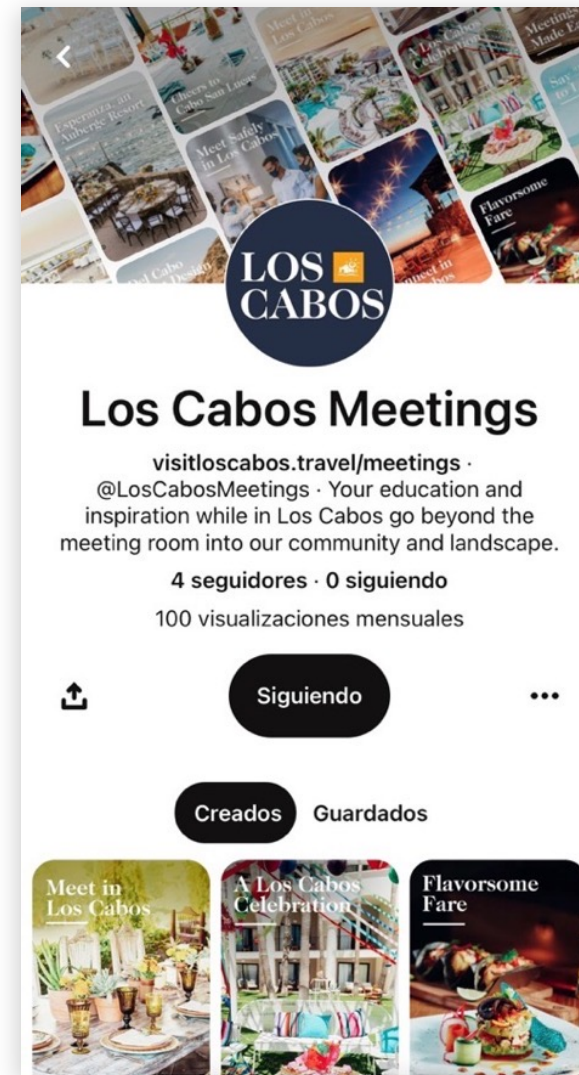
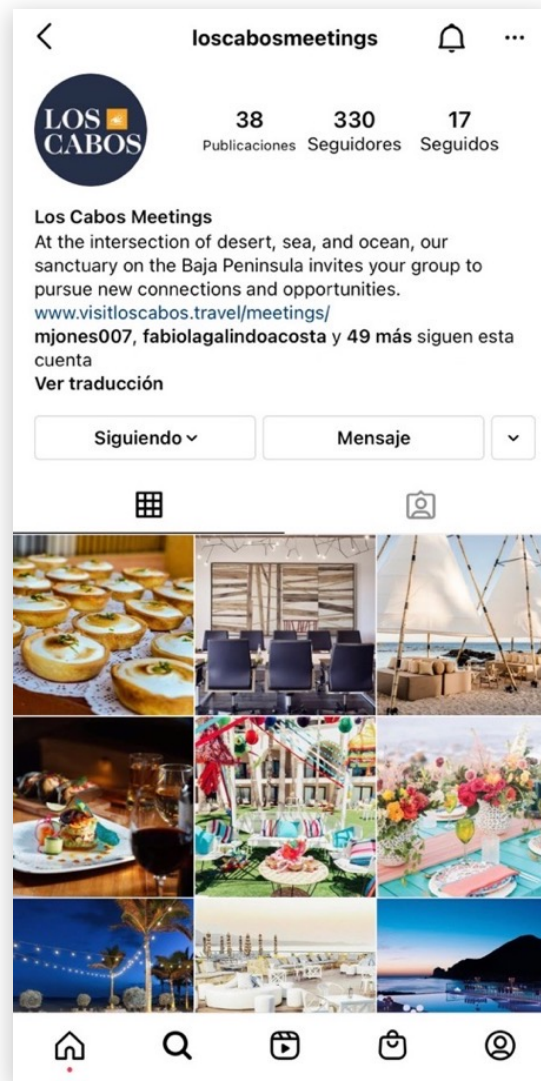
- ✓ Participación en más de **30 eventos en presenciales en Estados Unidos** con fuerte presencia de marca y citas de negocios con organizadores de eventos.
- ✓ **IMEX América:**
  - ✓ 26 empresas participantes de Los Cabos.
  - ✓ 80 *leads* generados en la feria.
  - ✓ 20 presentaciones grupales.
  - ✓ MPI Lunch – presentación para 250 organizadores de eventos intl.
- ✓ **FIEXPO Latam.**
  - ✓ 120 citas.
- ✓ **IBTM América.**
  - ✓ 9 empresas de Los Cabos.
  - ✓ 224 citas generadas.
- ✓ **World Meetings Forum.**
  - ✓ Evento en el destino con citas uno a uno con 80 organizadores de eventos de México y Latam
- ✓ **Connect Incentives.**
  - ✓ Evento en el destino con citas uno a uno 50 organizadores de incentivos de Estados Unidos.
- ✓ **Los Cabos Virtual Event.**
  - ✓ 22 hoteles y DMCs de Los Cabos.
  - ✓ 300 citas de negocio uno a uno con organizadores de eventos.



LOS  CABOS

# @LOSCABOS MEETINGS

- ✓ Creación de canales en redes sociales exclusivos para el área de reuniones.
- ✓ Generación de videos testimoniales de clientes y organizadores de eventos.
- ✓ Boletines y blogs con contenido especializado del área.



# ADVISORY BOARD



**Juliano Lissoni**  
Managing Director  
MCI Canadá



**Adrienne Pereira**  
Inventive Travel Director  
MCI Brasil



**Derrick Johnson**  
Director of Event Strategy  
and Development  
Organization of Social  
Impact



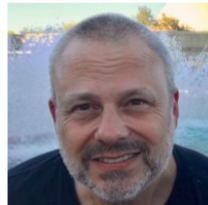
**Jami Stapelmann**  
Director Global Travel and  
Meeting Services  
Estee Lauder



**Maureen Feck**  
Senior Director, Events &  
Meetings  
True Value Company



**Michael Payne**  
Executive Vice President  
SmithBucklin



**Rob Gruebert**  
Regional Vice President ESN  
Experient a Maritz Global  
Events company



**Valerie Summer**  
Principal  
VRS Meetings and  
Events, Inc



**Lucio Vaquero**  
Regional Director PCMA  
LATAM



**Bruce McMillan**  
Chief Operating Officer  
PCMA



**Carolyne Pund**  
Senior Manager,  
Global SMM and Event  
Business Operations  
Cisco Systems Inc.

# PRINCIPALES PRODUCTORES

2021

Maritz Global Events

**27 programas**

**8,082 cuartos noche**

derrama de **5,781,264USD.**

HelmsBriscoe

**22 programas**

**7,069 cuartos noche**

Derrama de **4,067,798.17USD**

Prestige Global Meetings

**12 programas**

**992 cuartos noche**

Derrama **4,846,068.80USD.**

ConferenceDirect

**5 Programas**

**4,608 cuartos noche**

Derrama **1,858,267USD.**

**\$ 16.5 MDD**  
**\$ 800 USD C/N**



A HIGHER  
STANDARD  
OF CARE

LOS CABOS

LOS CABOS

# PROGRAMA

## 2022

---

Participación en **38 eventos** de la industria.

---

### Eventos en el destino:

Incentive Live  
World Meetings Forum  
Los Cabos Virtual Event

---

**Trade shows:** IMEX America  
FIEXPO Latam, IBTM Américas

---

### Eventos para mercado

**Europeo:** FITUR MICE, Imex Frankfurt, Evento Meetings & Incentive Summit Madrid.

---

### Fam Trips Especializados:

- Global Cynergies
- Prestige Meetings
- IBTM Americas
- AMEX España
- Meetings Today

---

### Capacitaciones Virtuales



A HIGHER  
STANDARD  
OF CARE

LOS  CABOS

LOS  CABOS

# LOS CABOS EN 2022

- ✓ **CVENT reporta a Los Cabos como el tercer destino del mundo más buscado para grupos en 2022**
- ✓ **Para Maritz Global Events, Los Cabos es único destino del mundo fuera de USA que está en el “Top 20 Destinations” para grupos en 2022**

## RESULTADOS

**567** solicitudes de negocio (RFP), que representan un **119%** más con respecto al mismo período del 2021.

La tarifa de los grupos cotizados tiene un promedio de **629 USD** que representa un incremento del **14.4%**.

Representan **229,969** cuartos noche un **157%** más que en el mismo período del 2021

La ventana de reservación en 2022 se ha ampliado de 4 meses a **1.5 años**. Que representa una mayor confianza de viajar a futuro.



## PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

- California
- Minnesota
- Missouri
- Texas

# CAMPAÑA INDUSTRIA DE REUNIONES

- ✓ Estrategia y desarrollo del concepto creativo **A HIGHER STANDARD OF CARE.**
- ✓ Nuevo kit de promoción con video oficial, imágenes, presentación.
- ✓ Producción de 16 piezas de material creativo para uso en promoción, *print ads*, medios digitales eventos y campañas pagadas en medios.
- ✓ Diseños creativos para 3 stands en eventos de promoción.
- ✓ Nuevo *shoot de meetings* de foto y video con talento.



LOS  CABOS

TOUR &  
**TRAVEL**

# TOUR & TRAVEL

2021

- ✓ Durante en 2021 se capacitó a **10,286 agentes de viajes (AV)**, en **32 eventos presenciales y 53 eventos /entrenamientos virtuales**.
- ✓ **23 Fam Trips** con la participación de **188 agentes de viajes** que visitaron el destino.
- ✓ Para los mercados: Nacional, Latam, Europa, Australia, Estados Unidos y Canadá.
- ✓ Los Cabos patrocinó Signature Annual Event, Ascend de ALG y realizó 2 eventos virtuales exclusivos: Los Cabos Virtuoso POP UP con una participación de 140 AV.



# TOUR & TRAVEL

Q1 2022

- ✓ En el primer cuarto del año se capacitaron **2,417 agentes de viajes** en **19 eventos presenciales**.
- ✓ Se realizaron 12 capacitaciones / eventos virtuales capacitando a **471 agentes de viajes**.
- ✓ **5 Fam Trips** con la participación de **42 agentes de viajes**.
- ✓ Mercados: Nacional, Latam, Europa, Australia, Estados Unidos y Canadá.



# TOUR & TRAVEL

## 2022: LOS CABOS MAXIMIZARÁ SU PRESENCIA EN LOS EVENTOS MÁS IMPORTANTES DE *LEISURE*

- ✓ **Virtuoso Canadá** (Vancouver y Toronto): *Opening session* y *Coffee Break*. **100 AV**
- ✓ **Virtuoso Travel Week**, realizando un almuerzo para **600 TA** del segmento de lujo.
- ✓ **ASCEND** de *Apple Leisure Group*: *Opening session* para **500 TA** y *Workshop* para **100 TA**.
- ✓ **ILTM** (*International Luxury Travel Market*): Presentación con **30 Medios Internacionales** y presentación de destino con **60 TA**.
- ✓ **Future Leaders**: Evento de *Travel Weekly* que se realizará en Los Cabos el próximo agosto. **60 TA**.
- ✓ Los Cabos participará en **39 eventos presenciales** en lo que resta del año junto a socios estratégicos como **American Airlines Vacations, Delta Vacations, Pleasant Holidays, Ultimate Jet Vacation, Vacation Express, ACTA, Island Destinations, Signature, Virtuoso, ALG, Euromundo** y en los eventos relevantes de la industria como: **WTM, ILTM, GTM, Tianguis Turístico**.
- ✓ Se espera cerrar el año capacitando a **17,000 agentes de viajes** para el mercado mexicano, Latam, Europa, Australia, Estados Unidos y Canadá.

# TOUR & TRAVEL

## MERCADOS EMERGENTES

### EUROPA

ESPAÑA / UK

---

- ✓ Para promocionar el vuelo **Madrid –Los Cabos**.
- ✓ *Avoris Roadshow* en 22 ciudades (1150 TA).
- ✓ Además se hicieron entrenamientos con socios como AVASA, Pangea, Elefant, Virtuoso, CaribTours.
- ✓ Logrando un alcance de **1,806 Agentes de Viajes el Q1**

**\*Estrategia enfocada en el nuevo vuelo y búsqueda de nuevos socios.\***

### AUSTRALIA

- 
- ✓ Campaña LATTE, Luxury Escapes y ERE PEREZ 7,042 entradas, con 2,830 respuestas y logrando una base de 3,582 consumidores.

**\*Estrategia enfocada en Lujo, LGBTQ+ y Golf.\***

### BRASIL

NUEVA AGENCIA / DGX TRAVEL

---

- ✓ Se participó en WTM Latam, Virtuoso Sao Paulo, ILTM entrenando a 120 agentes de viajes.

**\*Estrategia enfocada en el mercado de Lujo, LGBTQ+ , Romance e Incentivos.\***

# TOUR & TRAVEL

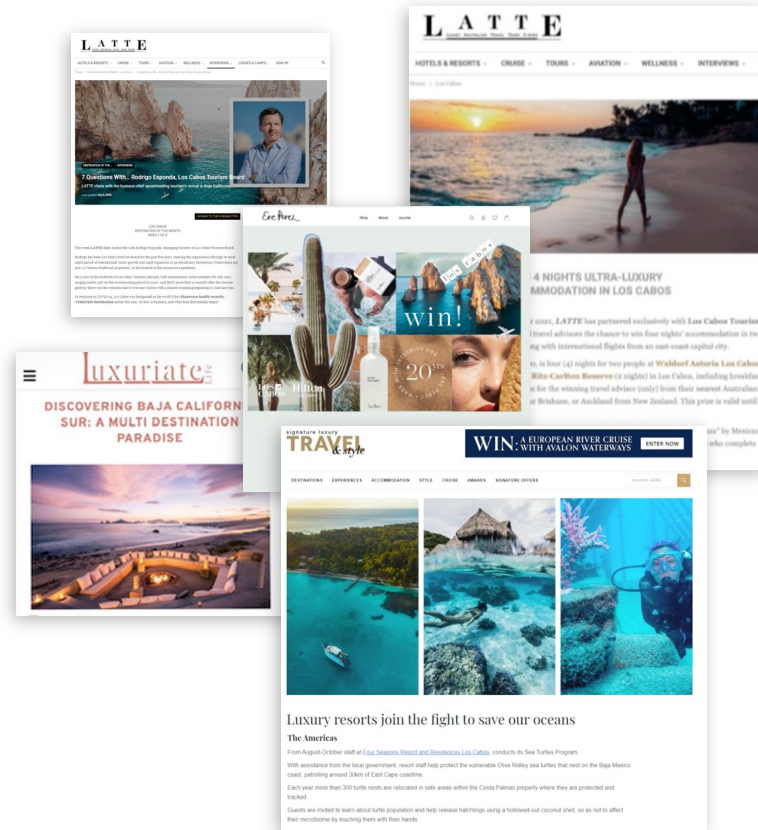
## MERCADOS EMERGENTES: MEDIOS

### EUROPA

#### ESPAÑA / UK



### AUSTRALIA



### BRASIL

#### NUEVA AGENCIA / DGX TRAVEL



DESTINOS

Los Cabos visa aumentar em 35% o volume de turistas brasileiros no país em 2022


DESTINOS

Turismo de Los Cabos registra alta de 18% no volume de visitantes em março



# ROMANCE

- ✓ Participación en Romance Travel Forum 2021 y 2022.
- ✓ 46 Reuniones por evento con Agentes del segmento de Romance.
- ✓ Asistencia DWP en 2022.
- ✓ Wedding Planner FAM - Agosto 2022  
10 Planeadores.



**LOS CABOS WEDDING FORUM**

SESIONES

1	11:00 am Opening session Rodrigo Esponda Los Cabos, Managing Director	2	11:10 - 11:50 am The Why - The How - The Experience of Planning a Destination Wedding in Los Cabos Karla Casillas and Guest Experts, Karla Casillas and Co
3	12:00 - 12:50 pm How to choose the right venue for your wedding in Los Cabos Renée Strauss & Pamela Goldman, Wedways	4	1:00 - 1:50pm Los Cabos wedding services Arianna Ocampo, Del Cabo Weddings
5	2:00 - 2:50 pm Specialty weddings in Los Cabos Stanley Alexander, Amy Abbott & Brennan Elliott	6	3:00 - 3:50 pm Top 10 reasons to get married in Los Cabos Los Cabos Wedding Association
7	4:00 - 4:50 pm Case studies and testimonials from the 2018 DWP Congress in Los Cabos *Special guest: Sidh NC		

[Register here](#)



Evento Educativo y de Promoción

Participación de líderes del segmento de romance



SEGMENTOS ESPECIALES  
**GOLF & LGBTQ+**

Continuar consolidando a Los Cabos como la Capital del Golf en Latinoamérica y a su extraordinaria oferta de campos de golf y de sus diseñadores de renombre internacional.

## GOLF

- ✓ Participación en eventos de promoción enfocados a esta actividad y deporte de un nicho tan exclusivo, siempre asegurándonos que la marca y los campos de golf sean posicionados estratégicamente.
- ✓ Generación de negocio al formar parte en trade shows, al generar acuerdos comerciales con operadores exclusivos de la industria de golf.
- ✓ Generación y difusión de noticias, actualizaciones, reconocimientos, etc. en relación al golf y sus resorts generados directamente en el destino.
- ✓ Reforzar la comunicación y fortalecer las relaciones entre los diferentes campos de golf del destino.
- ✓ Generar alianzas con diferentes socios comerciales y medios para la atracción de grupos y eventos de golf al destino.

# ACCIONES GOLF

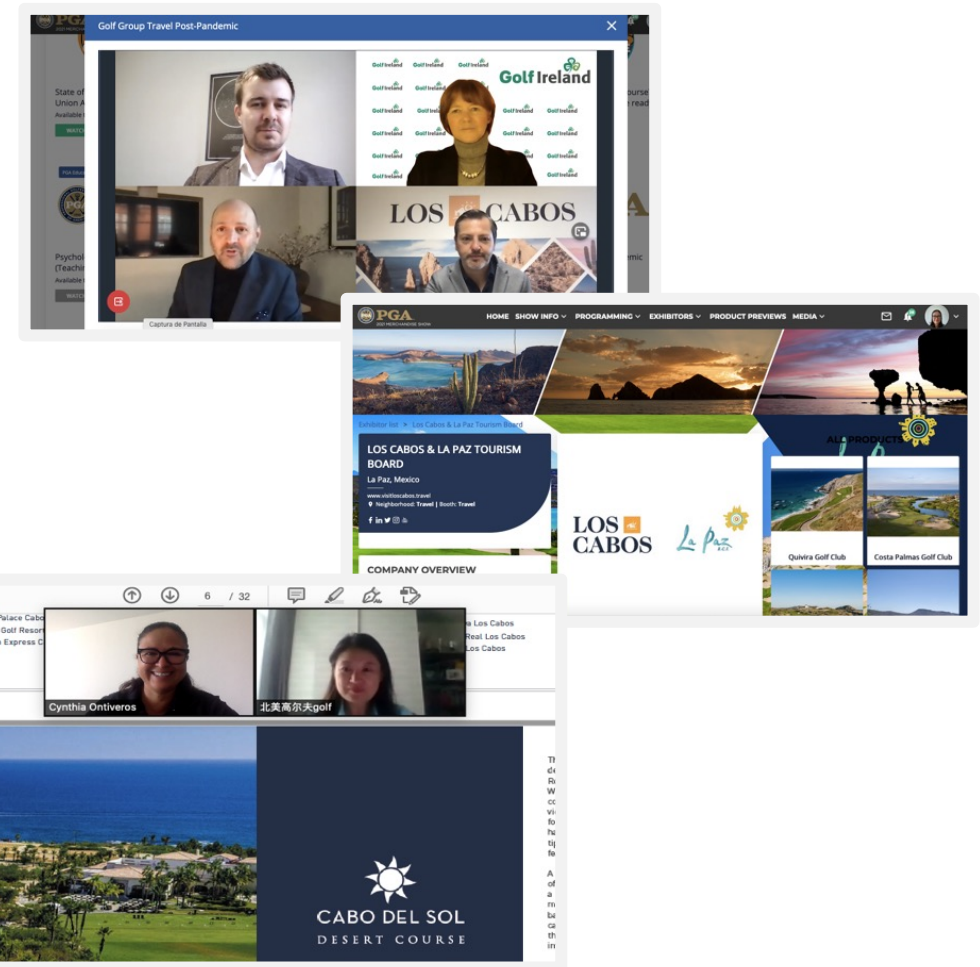
2021

Se participó en eventos exclusivos para turismo de golf:

- ✓ *PGA Merchandise Show Virtual Marketplace* y Panel de *Golf Group Travel Cobertura* de 352 profesionales, agentes y medios de golf de más de 15 países.
- ✓ *British Columbia Golf Expo Virtual Experience.*
- ✓ *Ontario Golf Expo Online.*
- ✓ *Denver Golf Cyber Expo.*

En estas tres ferias de consumidor se contactó con más de 3,000 personas interesadas en golf y el destino en general.

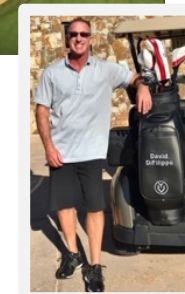
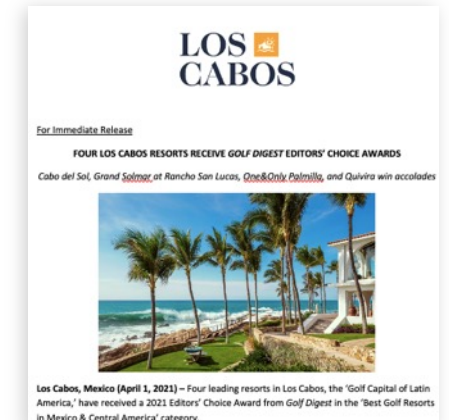
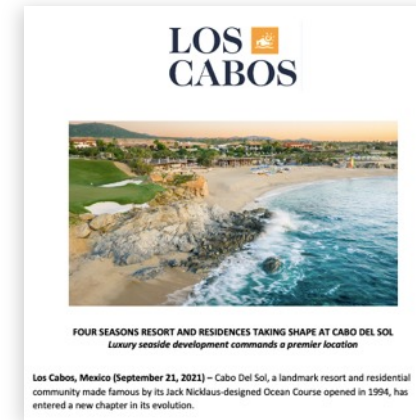
- ✓ *IAGTO “Americas Week”*  
Evento exclusivo 50 citas con TTOO de más de 10 países.



# ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

## GOLF

- ✓ Se generaron más de 10 comunicados de prensa de noticias relevantes del golf del destino y que fueron distribuidos en 500 medios especializados de golf como *10Best USA Today*, *Affluent Magazine*, *California Golf*, *Canadascope*, *Colorado Avid Golfer*, *The Denver Post*, etc.
- ✓ Alianza con *Northeast Golf Magazine* y *Distincte Golf*  
Portada y contraportada *North East Golf Mgz* en ediciones de Editorial en revista *Coastal Home Life*.
- ✓ *Fam Trip* Medios Golf *Arizona Fairways Magazine*  
David DiFilippo visitó el destino para la editorial en la revista *Arizona Fairways*.



# LGBTQ+

## POSICIONAR A LOS CABOS COMO UN DESTINO LGBTQ+ DE LUJO DE REFERENCIA MUNDIAL

1. Capacitar a los prestadores de servicio en materia de derechos, libertades y experiencias de la comunidad LGBTQ+ para asegurar el óptimo recibimiento del segmento y certificar al destino con el sello *Queer Destinations*.
2. Crear un Club de Producto Turístico LGBTQ+ Los Cabos que sirva como herramienta para gestionar y planificar la oferta turística del destino de una manera competitiva, diversa, sostenible y de calidad.
3. Participación en los eventos de nicho para generar acuerdos comerciales con la cadena de valor del destino que está (siendo) certificada con el sello *Queer Destinations*.
4. Atracción de eventos LGBTQ+ al destino.
5. Apoyar a las asociaciones LGBTQ+ locales en eventos en Los Cabos y negocios operados por integrantes de la comunidad.

# ACCIONES LGBTQ+

2021



- ✓ Ganadores del *GayTravel Award* 2020 al Mejor Destino de Playa.
- ✓ Miembros de Asociación Internacional de Turismo LGBTQ+ (IGLTA).
- ✓ Creación de sección LGBTQ+ en página web del destino.
- ✓ Alianza formada entre *Queer Destinations* y el destino.
- ✓ Certificación de la cadena de valor del destino con el sello *Queer Destinations*.
- ✓ Portada y editorial en revista *Shangay Voyager*.
- ✓ Participación en la ***International Gay Lesbian Travel Association (IGLTA) Annual Global Convention***. Con 30 citas de negocios con agentes de viaje de lujo y con medios especializados en turismo LGBTQ+ así como *networking* con *influencers* y *key opinion leaders*.
- ✓ *GayTravel* Los Cabos fue el “*Featured Destination*” en la portada de *GayTravel.com* la semana del 15-21 de noviembre. Finalistas en la categoría ***Beach Destination*** en los ***GayTravel Awards 2021***.

# ACCIONES

2022

## GOLF

---

- ✓ Participación en 6 eventos especializados en la industria de golf y viajes en Orlando, NYC, Chicago, Denver, Dallas y Foxboro.
- ✓ Grabación del programa de viajes de golf Ruta 21 para el mercado Español y promover el vuelo Madrid – Los Cabos a partir de junio.
- ✓ Renovación de Alianza con *Northeast Golf Mgz* y *Distincte Golf*.
- ✓ *North America Convention* de IAGTO.
- ✓ *Golf Buyer* NY-NJ.
- ✓ *International Golf Travel Market*.
- ✓ *Fam trips* de medios de golf y de Tour Operadores de golf.
- ✓ Comunicados de prensa de noticias locales a medios de golf internacionales.

## LGBTQ+

---

- ✓ Visita de *influencers* Kristen McKenzie y Steph LeClair con gran éxito.
- ✓ Certificación con el Sello *Queer Destinations* al Hotel ME Cabo, Hard Rock Hotel Los Cabos y Paradisus Los Cabos. Al restaurante Don Sánchez. Una gran cantidad de miembros de la cadena de valor están en proceso de la obtención del distintivo.
- ✓ Se hará entrega a Los Cabos como el primer destino en el mundo de obtener el distintivo *Queer Destinations* en Tianguis Turístico en Mayo 23.
- ✓ Reactivación de la marcha del *Pride* Los Cabos 2022 primera edición del Festival del mismo el día 19 de junio.
- ✓ Eventos: *Proud Experiences*, Convención IGLTA.
- ✓ Evento de destino: LGBTQ+ *Travel Symposium* Los Cabos 2022.



INFORME  
**RELACIONES PÚBLICAS**

RESULTADOS  
Febrero 2021 – Abril 2022

# RELACIONES PÚBLICAS ESTADOS UNIDOS, MÉXICO Y CANADÁ

- ✓ 30 Comunicados Reactivos.
- ✓ 18 Comunicados de prensa nacionales.
- ✓ 4 Comunicados de prensa Estados Unidos.
- ✓ 28 Viajes de prensa e *influencers* nacionales.
- ✓ 22 Viajes de prensa Estados Unidos.
- ✓ 1 Programa de *Influencers* “Los Cabos *Discovery*” en Estados Unidos.
- ✓ 2 Viajes de prensa e *influencers* Canadá
- ✓ +70 oportunidades para medios / pitches.
- ✓ 47 Contenidos editoriales para *visitaloscabos.travel*.

- ✓ Creación de documento de protocolos de llegada y salida del Aeropuerto.
- ✓ Creación de contenido protocolos covid y test en página *visitaloscabos.travel*.
- ✓ 1 Entrenamiento de crisis a voceros (presencial).
- ✓ 2 Talleres virtuales alineación de mensajes a voceros.
- ✓ 1 Comida con medios de comunicación CDMX.
- ✓ 1 Comida con medios en el mercado de Canadá.
- ✓ 12 *Newsletters* Canadá.

# RESULTADOS RELACIONES PÚBLICAS ESTADOS UNIDOS

Febrero 2021 – Abril 2022



# RESULTADOS RELACIONES PÚBLICAS NACIONAL

Febrero 2021 – Abril 2022



# RESULTADOS RELACIONES PÚBLICAS NACIONAL *INFLUENCERS*

Febrero 2021 – Abril 2022



# RESULTADOS RELACIONES PÚBLICAS CANADÁ

Febrero 2021 – Abril 2022



LOS  CABOS

CAMPAÑAS  
**DE MARKETING**

# COOPS SOCIOS COMERCIALES

## 38 PROGRAMAS

USA	
Campañas COOPs	20 socios
Inversión Pesos	\$18,571,041.60
Canadá	
Campañas COOPs	4 socios
Inversión Pesos	\$ 6,711,600
México	
Campañas COOPs	14 socio
Inversión Pesos	\$ 3,343,650

57.2 MMXP


- ✓ Match de inversión 1:1.
- ✓ 30% de las ventas del destino se derivan de la participación de estos socios comerciales.
- ✓ Generan mayor conversión (cierre de ventas) dentro del *funnel*.
- ✓ Cuentan con red de agentes de viajes y amplia cartera de clientes.

# MEDIOS AL TRADE


Travel Weekly Webinars On demand		
Date	Title	Participation
17-May	Travel Safety in Los Cabos	1,045
19-Jul	Los Cabos: Where luxury goes to indulge	985
6-Oct	The Evolution of travel in Los Cabos	817
8-Dec	Los Cabos Travel Trends for 2022	892
<b>TOTAL LIVE PARTICIPATION</b>	Base de datos de agentes de viajes	<b>3,739</b>

Spotlights Travel Weekly and TAW			
15-Jun	Los Cabos: Every day is an occasion	CTA	Download Guides
16-Aug	Los Cabos: The Emerald-Green Gem of Golf		Become a Los Cabos Specialist
15-Nov	Los Cabos: 23400 District		A safer way to get away


LinkedIn	
Inversión	33,000
Impresiones	3,465,031
Clicks	7,266
CTR	0.21%



**Los Cabos' 23400 District**  
Experience the magic in the culinary heart of San José del Cabo.





**Los Cabos: The Emerald-Green Gem of Golf**  
There's a reason why legendary golfers believe Los Cabos sets itself apart as a golfing destination.



**Los Cabos**  
In Los Cabos, every day is an occasion. Help your clients give themselves everything they've been holding in.

Los Cabos Tourism Board  
7,165 followers  
Promoted


Every detail is taken care of when you plan an event in Los Cabos. Plan your meeting in a destination that sets the standard for health and safety.

Worldly destination close to home. Start planning your meeting in Los Cabos.

Los Cabos Tourism Board  
7,165 followers  
Promoted

Every detail is taken care of when you plan an event in Los Cabos. Plan your meeting in a destination that sets the standard for health and safety.

Experience a Higher Standard of Care. Los Cabos sets the bar for health.

# LOS CABOS SPECIALIST



## Dedicated Website

- Personal account
- Destination updates & resources



## Training

- 4 chapters
- Graduate as Los Cabos Specialist Agent
- Own a badge and enjoy benefits for you and your clients.



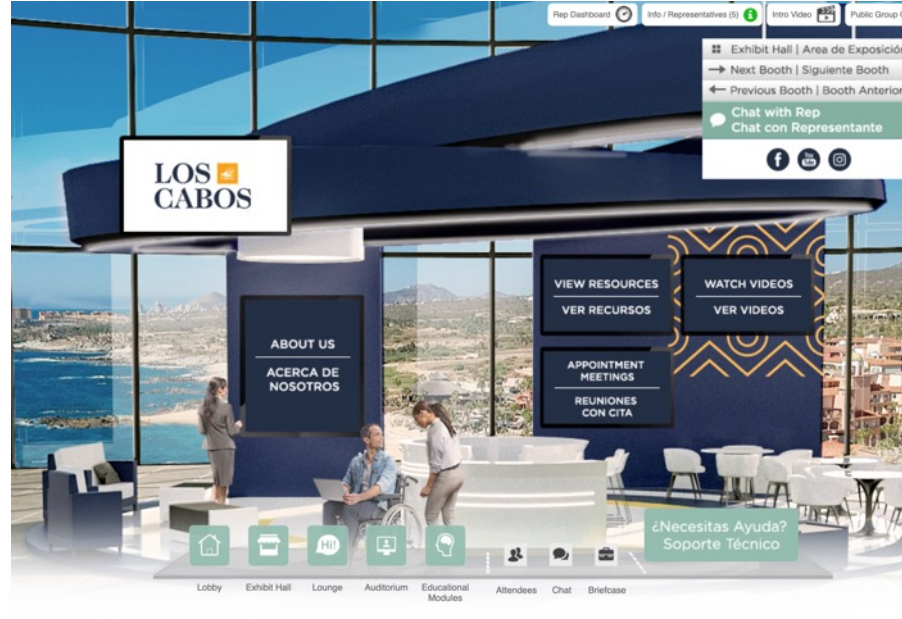
## B2B Market Place

- Download resources from hotels and tourist suppliers
- Interaction with suppliers
- One-to-one meeting with LCTB team



## Loyalty

- Exclusive fam trips and webinars
- Access to VIP Summit travel agent virtual trade show
- Exclusive benefits



**B2B Market Place visits**

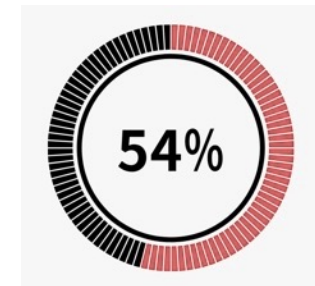
**1,207**

## Los Cabos Specialist Training Program

Launched on June 14th, 2022

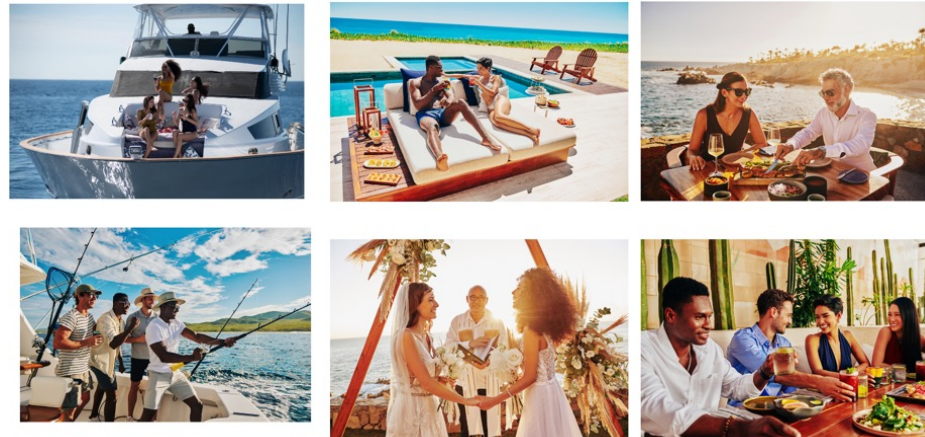
Enrolled	Graduates
2,114	1,133

Completion Rate:



# CAMPAÑA INTERNACIONAL

- ✓ Estrategia y desarrollo del concepto creativo campaña *Set Yourself Apart*.
- ✓ Producción 138 materiales creativos para pauta de campaña en medios al consumidor, *trade* y cooperativos.
- ✓ Análisis de tendencias de mercado y competencia.
- ✓ Nuevo *shoot* de marca de foto y video: diversidad, espacios abiertos, lujo.



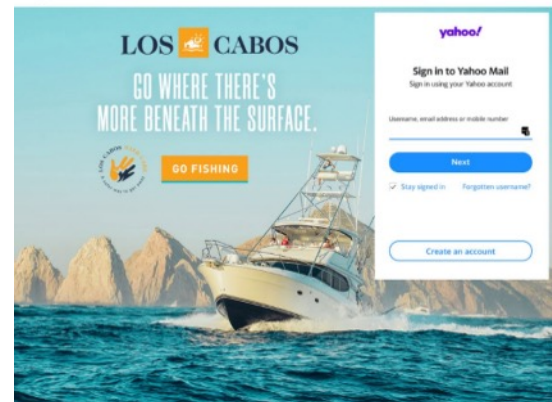
LOS CABOS

# CAMPAÑAS AL CONSUMIDOR INTERNACIONAL

Campaña al consumidor Mayo 2021- Febrero 2022 USA	
Inversión	\$ 334,019
Impresiones estimadas	26,763,138
Impresiones reales	123,838,570
CTR de la campaña	0.47%



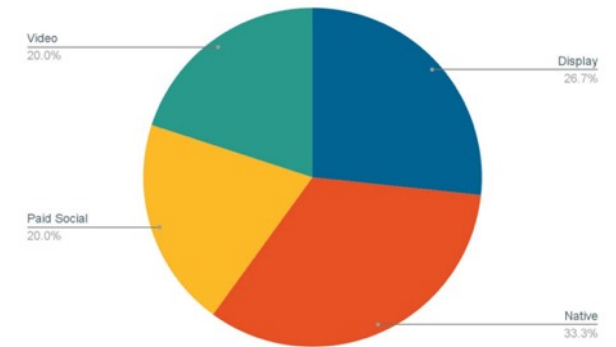
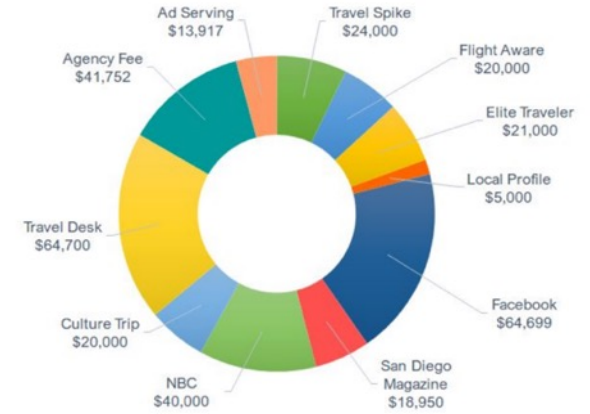
Campaña de Pesca Octubre 2021- Febrero 2022	
Inversión	\$ 295,000
Impresiones estimadas	10,900,000
Impresiones reales	28,716,782
CTR de la campaña	0.75%



\$630,000 USD



Media Mix



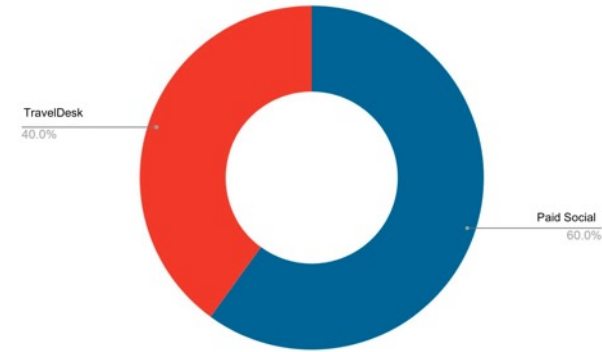
# CAMPAÑAS AL CONSUMIDOR INTERNACIONAL 2021-2022

Campaña Activa

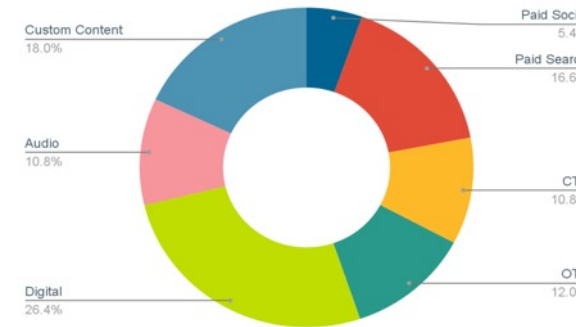
Campaña al consumidor Febrero 2021- Abril 2022 CANADA	
Inversión	\$ 92,500
Impresiones estimadas	6,066,667
impresiones reales	11,291,014
CTR de la campaña	0.79%



Media Mix



Campaña al consumidor Marzo 2022- July 2022 USA	
Inversión	\$ 500,000
Impresiones estimadas	38,685,564



Del 3 de marzo al 30 abril se han generado 20,090 visitas al landing page de la campaña.

# CAMPAÑAS AL CONSUMIDOR NACIONAL 2021-2022

\$7.7 M MX

## Campaña al consumidor SEMANA SANTA Marzo 2021- Abril 2021

Inversión	\$ 333,875
KPIs estimados	555,322
KPIs reales	1,170,811
CTR de la campaña	0.76%



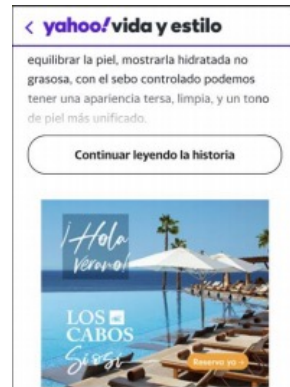
## Campaña al consumidor OTOÑO / Buen fin Sept 2021- Nov 2021

Inversión	\$ 2,416,517
KPIs estimadas	2,853,240
KPIs reales	3,084,260
CTR de la campaña	2.16%



## Campaña al consumidor VERANO Mayo 2021- Agosto 2021

Inversión	\$ 2,555,161
KPIs estimados	7,195,095
KPIs reales	7,589,683
CTR de la campaña	2.89%



## Campaña al consumidor INVIERNO/ Wellness Dic 2021- Feb 2022

Inversión	\$ 2,416,517
KPIs estimadas	11,255,668
KPIs reales	12,764,040
CTR de la campaña	1.10%



# CAMPAÑAS AL CONSUMIDOR NACIONAL

- ✓ Estrategia de lanzamiento campaña **Los Cabos Sí o Sí** y conceptos creativos.
- ✓ Estrategia para impulsar la gastronomía.
- ✓ Desarrollo de 84 materiales creativos para pauta de 5 campañas al consumidor y cooperativas (*banners*, redes sociales, *banners*, artículos, *prints* de revista, *publishers*, OOH)

## Campaña al consumidor SEMANA SANTA Marzo 2022- Abril 2022

Inversión	\$ 525,956
KPIs estimadas	
KPIs reales	
CTR de la campaña	



## Campaña crecimiento comunidad Redes sociales Oct 2021- Mar 2022

Inversión	\$ 219,240
Alcance	74,000
impresiones reales	94,000
Clicks	2,000
Likes a la pagina/ nuevos seguidores	26,203
CTR de la campaña	1.43%

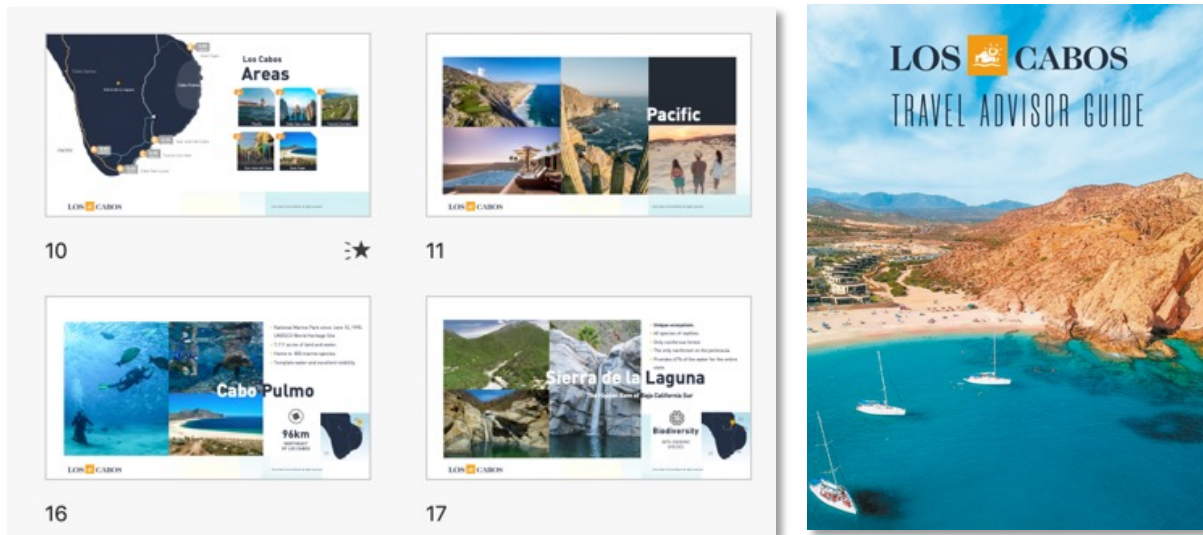


## MATERIAL DE PROMOCIÓN DEL DESTINO

- ✓ Desarrollo de material promocional ( videos, mapas, guías, *flyers*, etc.).
- ✓ Nueva presentación oficial del destino.
- ✓ Diseño de 21 invitaciones para *webinars* y eventos.
- ✓ Producción de 10 testimoniales.
- ✓ Diseño creativo de 5 *stands* para eventos de promoción.
- ✓ Apoyo constante para selección de imágenes y videos para uso de promoción en el destino.

## CAMPAÑAS LOCALES

- ✓ Estrategia y material creativo de la campaña local **¡Ponte las pilas!**.
- ✓ Desarrollo de imagen festival **Cultural Los Cabos**.
- ✓ Desarrollo imagen nuevo producto gastronómico **Distrito 23400**.



LOS  CABOS

DESARROLLO  
**DE PRODUCTO**

## PLANES DE ACCIÓN

---

Destino Inclusivo y accesible.

Centro Histórico de San José.

Marina de Cabo San Lucas.

Festival de las Catrinas.

Integración de proveedores a las 10 experiencias.

## PLANES DE APOYO

---

Turismo Médico.

Experiencias locales como *Lifestyle* y chef Casiano.

Los Cabos *Wedding Forum*.

Sustentabilidad.

*Filming in Los Cabos*

Consejo Consultivo ITES Universidad.

Apoyos a empresas locales para ofrecer sus productos o servicios en la página web del destino.

# PRODUCTO



**DISTRITO 23400** parte del interés de FITURCA por apoyar el sector gastronómico de Los Cabos.

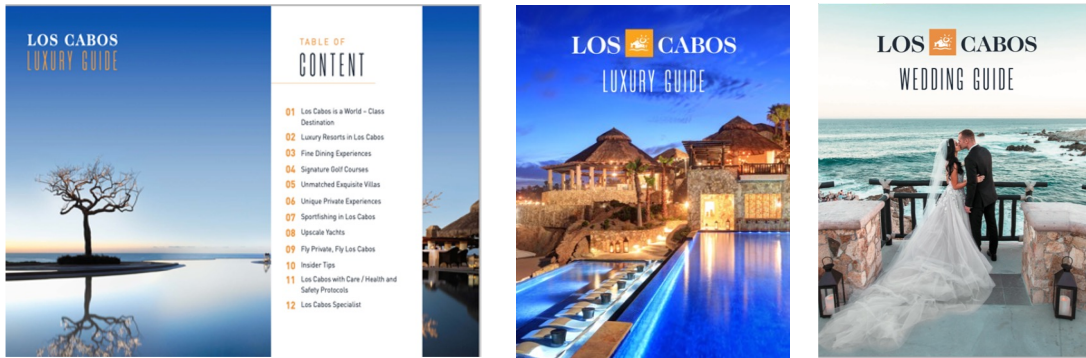
Es así como nace Distrito 23400 y su trilogía gastronómica: Historia detrás de los talentos. Narrativa de los chefs, compartiendo su paso por la vida, la resiliencia tantas veces puesta a prueba dejando en claro el carácter y determinación de cada uno, su pasión por la cocina y el servicio.



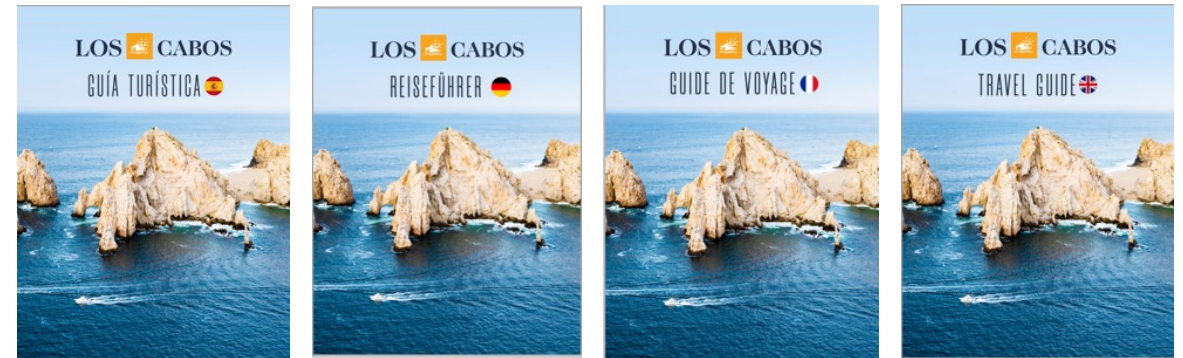
El Festival Cultural de Los Cabos se llevó a cabo durante el mes de octubre y presentó una oportunidad única que permitió resaltar la cultura de Los Cabos por medio de su gastronomía y mostrar la herencia gastronómica de las Californias en el que los amantes de la comida podrán degustar de cenas a cuatro manos preparadas con chefs invitados de Los Cabos y Los Ángeles.

# DISEÑO DE GUÍAS DE DESTINO

- ✓ Los Cabos *Luxury Guide*.
- ✓ *Virtuoso Guide*.
- ✓ Los Cabos *Wedding Guide*.



- ✓ Guías turísticas para 4 mercados emergentes (España, Inglaterra, Francia y Alemania).



# CERTIFICACIONES DE HIGIENE Y SEGURIDAD



## INTERTEK CRISTAL

Una empresa líder en el mercado global de salud, gestión de riesgos y seguridad enfocada a los sectores de viajes, turismo y hospitales.



## VERIFIED™ DE SHARECARE Y FORBES TRAVEL GUIDE

Posicionamiento de Los Cabos como el primer destino en el mundo en obtener el sello VERIFIED™ de *Sharecare* y *Forbes Travel Guide*.



## INTERNATIONAL WELL BUILDING INSTITUTE

Alianza estratégica con el *International WELL Building Institute* (IWBI) para adaptar el programa *WELL Health Safety Ranking*.

LOS  CABOS

MEDIOS  
**DIGITALES**

# PÁGINAS WEB

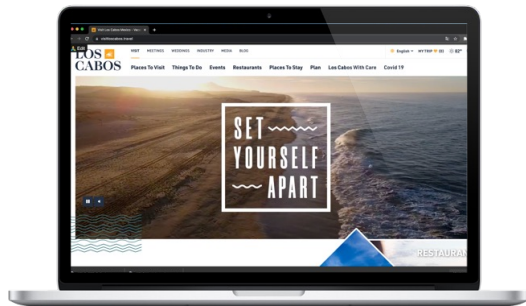
FEB 2021 – ABR 2022

## PÁGINA EN INGLÉS

- ✓ 2,023,199 usuarios
- ✓ Duración media de la sesión: 01:34
- ✓ Crecimiento de 74.22% en usuarios y de 2.82% en duración media de la sesión vs mismo período anterior.

## PÁGINA EN ESPAÑOL

- ✓ 1,015,041 usuarios
- ✓ Duración media de la sesión: 00:51
- ✓ Crecimiento de 384.89% en usuarios vs mismo período anterior.



## SE CREARON LAS SIGUIENTES PÁGINAS EN INGLÉS

- ✓ Los Cabos App
- ✓ Los Cabos Real Estate
- ✓ District 23400
  - ✓ Tasty Tuesdays
  - ✓ San José Fusion
  - ✓ Street Food
  - ✓ Landings de restaurantes (22)
- ✓ Featured Partners (campaña)
- ✓ Featured Offers (campaña)
- ✓ Holistic (campaña)
- ✓ Cabo Villas (campaña)
- ✓ Casa Dorada (Campaña)
- ✓ Welcome (QR aeropuerto)
- ✓ Chef of the month
- ✓ Los Cabos Discovery
- ✓ Villas (industria)
- ✓ La Calle Grande
- ✓ LGBTQ+
- ✓ Los Cabos Guides
- ✓ Luxury Guides
- ✓ Embrace it
- ✓ Meetings Blog
- ✓ Meeting Planners Guide – con automatización de correo.

## SE CREARON LAS SIGUIENTES PÁGINAS EN ESPAÑOL

- ✓ Los Cabos App
- ✓ LGBTQ+
- ✓ La Calle Grande
- ✓ El Buen Fin (Campaña)
- ✓ Distrito 23400
  - ✓ Tasty Tuesday
  - ✓ San José Fusión
  - ✓ Gourmet de banqueta
  - ✓ Landings restaurantes (22)
- ✓ Chef del Mes
- ✓ Embrace It

## SE REDISEÑARON/MEJORARON LAS SIGUIENTES PÁGINAS

- ✓ Covid 19 – optimización de información: EU y Canadá
- ✓ Sportfishing
- ✓ Wellness
- ✓ Golf
- ✓ Plan
- ✓ Events

# GUÍAS ESPECIALIZADAS

FEB 2021 – ABR 2022

## DESCARGAS DE GUÍAS INGLÉS

- Golf Guide: 419
- Luxury Guide: 567
- Meeting Planner Guide: 254
- Travel Advisor Guide: 710
- Visitors Guide: 674
- Wedding Guide: 443
- Wellness Guide: 409

**TOTAL: 3,486**

## DESCARGAS DE GUÍAS ESPAÑOL

- Visita Los Cabos: 10
- Guía de agente de viajes: 5
- Guía de Grupos y Convenciones: 3



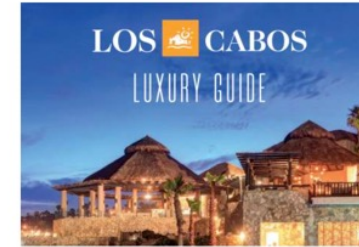
### VISIT LOS CABOS >

The perfect destination, Los Cabos has everything!



### TRAVEL ADVISOR GUIDE >

The perfect way to discover Los Cabos.



### LUXURY GUIDE >

The complete Los Cabos Luxury Guide.



### WELLNESS GUIDE >

Los Cabos is the perfect wellness destination.



### WEDDING GUIDE >

Your destination wedding awaits for you!



### GOLF GUIDE >

Check out our Digital Golf Guide Here.



### MEETING PLANNER GUIDE >

The perfect destination for meetings and business tourism

# REDES SOCIALES

FEB 2021 – ABR 2022

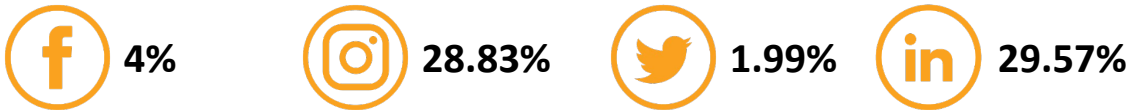
## CANALES NACIONALES

CRECIMIENTO DE COMUNIDADES EN EL PERÍODO



## CANALES INTERNACIONALES

CRECIMIENTO DE COMUNIDADES EN EL PERÍODO



## TOTAL DE PERSONAS ALCANZADAS A TRAVÉS DE REDES SOCIALES

Internacional: 10,039,085 / Nacional: 12,094,843

**TOTAL: 22,133,928**



# BOLETINES ELECTRÓNICOS

FEB 2021 – ABR 2022

## BOLETÍN AL CONSUMIDOR

Tasa de clics promedio	3.59%
CTOR promedio	18.28%
Tasa de apertura promedio	20.62%
<b>Total envíos</b>	<b>220,511</b>

## BOLETÍN A LA INDUSTRIA

Tasa de clics promedio	1.26%
CTOR promedio	3.92%
Tasa de apertura promedio	17.83%
<b>Total envíos</b>	<b>287,253</b>

En julio de 2021 se implementó la nueva herramienta de e-mail marketing Act-On

**LOS CABOS**

### LET THE CONNECTIONS COME NATURALLY

These days, space to relax and reflect as a group is just as important as the meeting space itself. When planning a meeting or event in Los Cabos, incredible gathering spaces give way to unique activities and experiences in nature. Explore our exclusive group offers to pave the way for the perfect meeting.

[See Group Offers](#)

### Meet in Spaces That Inspire

Location is key, but the amenities of these meeting venues are just as impressive. Your clients can choose from spacious ballrooms, terraces and more, all following our robust health and safety guidelines.

[Find A Place](#)

[Los Cabos Travel Tools](#)

[Vote For Los Cabos at the 2022 WAVE AWARDS](#)

**LOS CABOS**

### THE BEST OF THE BAJA

Los Cabos is full of unique and exciting experiences – but there are some essential moments you just can't miss. From lively city streets and legendary sites to lesser-known areas the locals love, these five activities will lead you to a world of adventure all across Los Cabos.

[Take a Look](#)

### Your Home a World Away

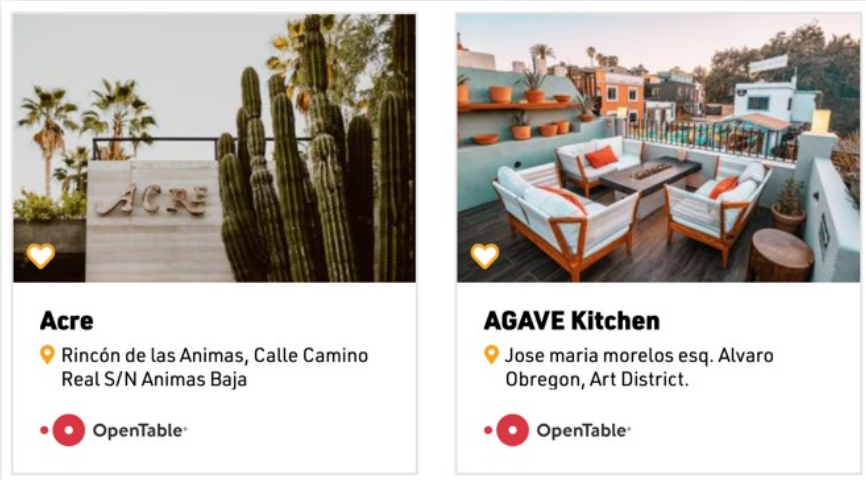
No matter your style, you can find a space that feels like your own. Explore resorts, hotels and villas with dramatic views of the desert, mountains and sea.

[Find a Place](#)

# CRM

FEB 2021 – ABR 2022

- ✓ Clics a listados de socios: **579,758**
- ✓ Clics a los sitios de los socios: **220,592**
- ✓ Clics a reservas de Open Table de los socios: 3,957\*
- ✓ Total de cuentas activas: **796**



Category	Active
Venues	111
Fishing & Charters	16
Transportation & Accessibility	9
Golf	18
Shopping	10
Tours & Activities	53
Nightlife & Clubs	9
Restaurants	257
Outdoor Adventures	37
Wedding Vendors	22
Beaches	22
Accommodations	109
Spas & Wellness	65
Services	35
Things to Do With Kids	4
Arts & Culture	19
Grand Total	796

\*En mayo de 2021 se implementó la integración de Open Table a los listados de restaurantes

# CRM: REGISTROS POR FORMULARIOS

FEB 2021 – ABR 2022

- ✓ **E-newsletter – english: 6,266**
- ✓ E-newsletter – español: 410
- ✓ Contact Us Form: 1,050
- ✓ Contact Us / español: 26
- ✓ LGBTQ+ Request –info: 3
- ✓ Meeting Request: 33
- ✓ Spanish Meeting Request: 3
- ✓ Meetings info Request: 76
- ✓ Meetings Guide Request: 21
- ✓ **Trade E-newsletter –english: 4,913**
- ✓ Golf Request: 144
- ✓ Spanish Golf Request: 7
- ✓ Spanish Wedding Information Request: 7
- ✓ **Visitors Guide Request: 7,027**
- ✓ Wedding Information Request: 64
- ✓ Wellness Guide – english: 124
- ✓ Wellness Guide – español: 7

### About You

First Name\*:

Last Name\*:

Email\*:

Yes, it is okay to send me emails\*:  Yes  No

Sign me up for the E-Newsletter!

I understand I can unsubscribe at any time

Country\*:

Address:

Zip:

City:

State:

### Privacy Policy

We are committed to protecting your personal information and maintaining your trust. Our [Privacy Policy](#) explains the types of personal information we collect and store through our website, how we use it, what we do *not* do with it.

I have read and agree to the terms of the privacy policy.

\* Indicates a required field.

# LOS CABOS

El ecosistema digital de Los Cabos ha sido multipremiado en asociaciones y organismos especializados. Aprovecha los beneficios que trae este ecosistema con mas de 2.3 millones de visitantes únicos.

- ✓ Mejor sitio de viajes en los AVA Digital Awards.
- ✓ Mejor contenido para sitio web en los W3 Awards de la Academia Interactiva de Artes Visuales.
- ✓ Oro en la categoría de diferenciación de contenido en los dot Comm Awards de la AMCP.
- ✓ Premio a la excelencia en los Communicator Awards por la estrategia y efectividad de un sitio de viajes.
- ✓ Premio a lo destacado de la Web Marketing Association por la calidad del desarrollo web.

# PÁGINA WEB & REDES SOCIALES

## CANALES DE COMUNICACIÓN

---

visitloscabos.travel  
visitaloscabos.travel

## WEBSITE

---

**2.3 millones de visitantes únicos al año**

## REDES SOCIALES

---



*Los Cabos México*



*VisitaLosCabos\_mx*



*Los Cabos Tourism Board*



*@loscabostourism*



*VisitaLosCabos*



*Los Cabos Tourism*



DESCARGA

LOS  CABOS  
APP OFICIAL

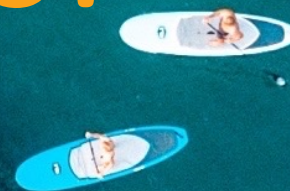


<https://www.visitloscabos.travel/loscabosapp/>

<https://www.visitloscabos.travel/los-cabos-app/>

LOS  CABOS

¡GRACIAS!



LOS  CABOS