

ENSENADA VALLES 365



TODO EL AÑO, EN TODOS TUS SENTIDOS.

Ana Melissa Solis Yanez

Market Manager, Baja California



Si hoy tuvieran que recomendar
Ensenada a alguien que nunca la ha
visitado, ¿qué dirían no se puede
perder?

Agenda

1. Expedia Group
2. Tendencias y Producción
3. Producción a futuro
4. Destino
5. Herramientas



1

Expedia Group



Un canal robusto de distribución





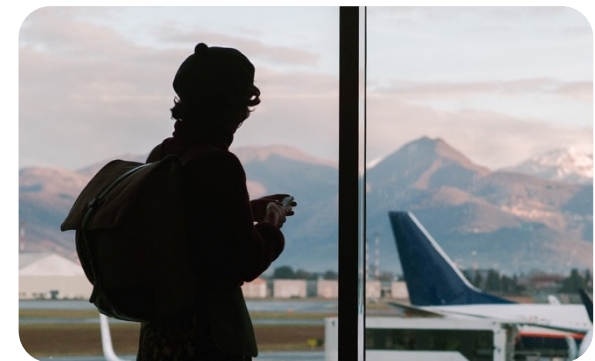
70K+
B2B socios



120K+
renta de autos



20+
marcas globales

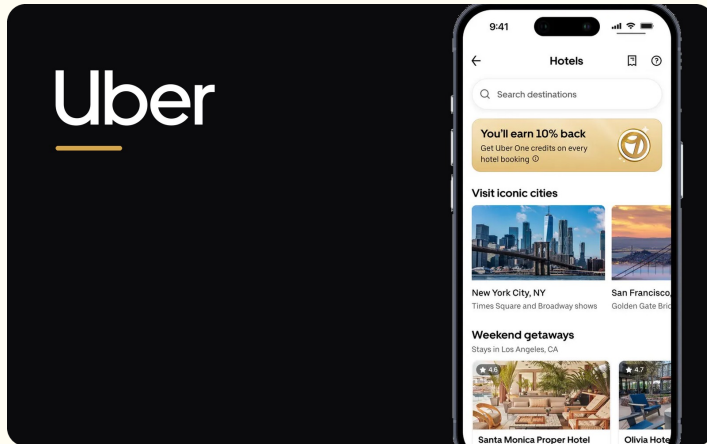


220k+
actividades y
atracciones

3M+
propiedades

500+
aerolineas

Lo nuevo en Expedia Group



Uber

Expedia hoteles en Uber app



Expedia × Claude & Google AI

Ahora con Claude AI y Google AI



Muse de meta partnership

Expedia se une a Meta Ai agent

2

Tendencias y Producción



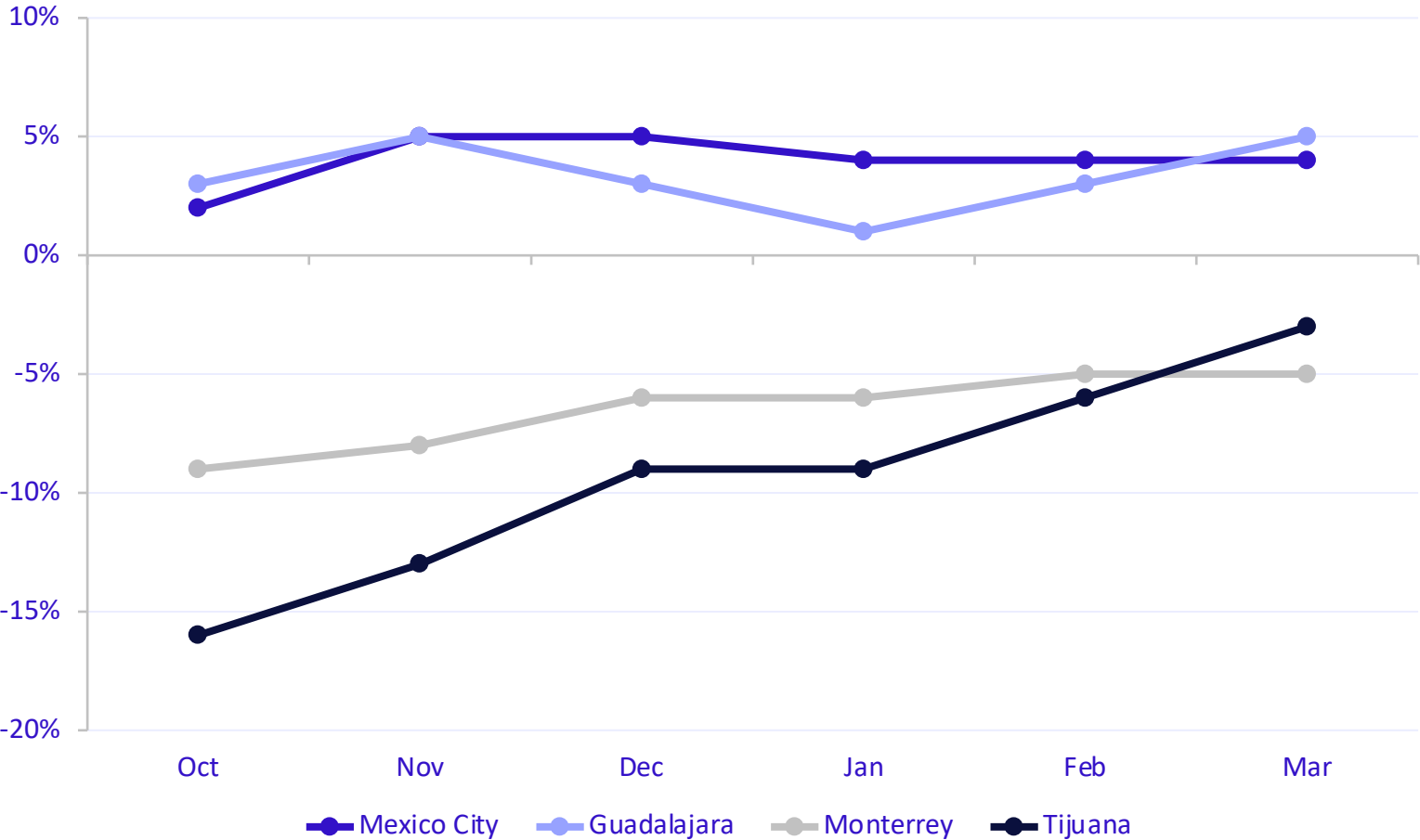
Baja California vs otros destinos

	CIUDAD DE MEXICO	GUADALAJARA	MONTERREY	TIJUANA
YTD Ventas	+29%	+8%	+14%	+15%
L28D	+25%	-9%	+1%	+12%
YTD Cuartos Noche	+9%	-8%	-1%	+5%
L28D	+11%	-9%	-4%	+10%
YTD Tarifa Promedio	\$149 (+17%)	\$98 (+18%)	\$121 (+14%)	\$124 (+9%)
L28D	\$163 +12%	\$92 0%	\$117 +5%	\$115 +1%
YTD Estancia promedio	2.5	2.1	2	1.7
YTD Anticipación de compra	34	23	18	16

*Producción de enero 01 a octubre 24, 2026

Baja California vs otros destinos

Capacidad aérea YoY siguientes 6 meses



Notas

Crecimiento: **Ciudad de México** (+2% a +5%) y **Guadalajara** (+1% a +5%) cada mes.

Monterrey se mantiene negativo (-9% a -5%).

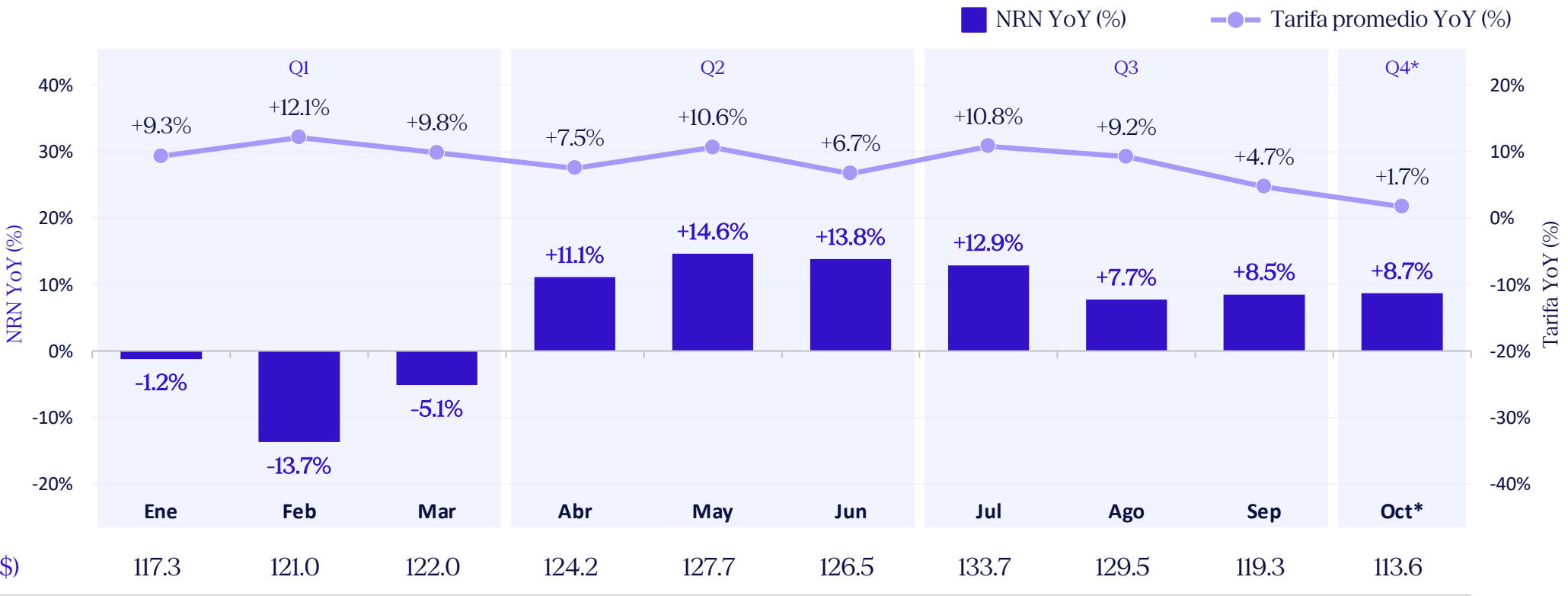
Tijuana es la ciudad con menor crecimiento: -16% en octubre, mejorando a -3% para marzo.



Baja California producción

Año a la fecha
+5%

Tarifa promedio
US\$124 | +9% YoY



*Producción de enero 01 a octubre 24, 2026

Baja California tendencias de producción

Cuartos noche (NRN) ▲ 5% YoY

Tarifa promedio \$124 ▲ 9% YoY

Tendencias

Estancia promedio

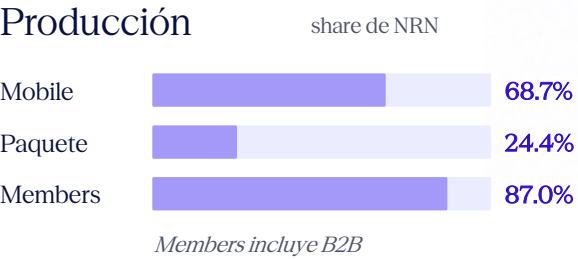
1.6d

Ventana de compra

10.3d

Tasa de cancelación

17.3%



Producción por punto de venta

Punto de venta	Share	YoY	Tarifa	Anticipación	Estancia promedio
Total	100%	▲ 5%	\$124	10d	1.6d
US	62.8%	▲ 11%	\$129	10d	1.6d
México	28.3%	▼ -9%	\$118	11d	1.6d
China	6.1%	▲ 49%	\$100	6d	1.6d
Canadá	0.5%	▲ 5%	\$120	22d	2.3d
Brasil	0.3%	▲ 135%	\$102	13d	3.7d

*Producción de enero 01 a octubre 24, 2026



Ensenada-Valle vs Baja California

	ENSENADA	VALLE DE GPE	ROSARITO	TIJUANA
Share	13%	13%	12%	46%
YTD Ventas	+18%	+10%	+21%	+17%
L28D	+11%	+7%	+14%	+23%
YTD Cuartos Noche	+10%	+4%	+4%	+8%
L28D	+6%	+10%	+1%	+22%
YTD Tarifa Promedio	\$131 (+7%)	\$244 (+5%)	\$149 (+16%)	\$97 (+9%)
L28D	\$121 +4%	\$235 -4%	\$129 +12%	\$95 +1%
YTD Estancia promedio	1.8	1.8	1.8	1.6
YTD Anticipación de compra	24	37	21	12

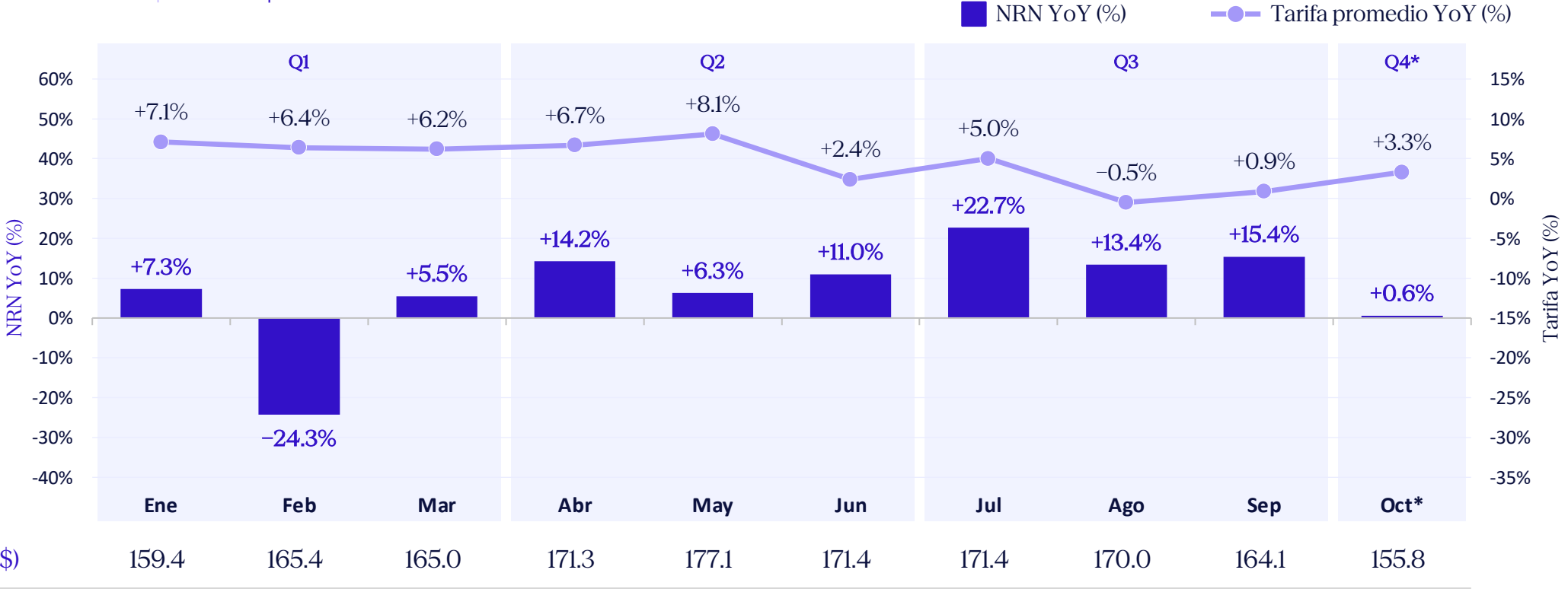
*Producción de enero 01 a octubre 24, 2026



Ensenada-Valle producción

Año a la fecha
+8.0%

Tarifa promedio
US\$168.3 | +4.6% YoY



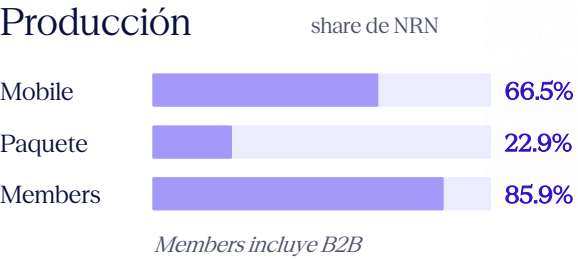
*Producción de enero 01 a octubre 24, 2026

Ensenada-Valle tendencias de producción

Cuartos Noche (NRN) ▲ 8% YoY

Tarifa promedio \$168 ▲ 4% YoY

Tendencias	
Estancia promedio	1.7d
Ventana de compra	18.2d
Tasa de cancelación	22.5%



Producción por punto de venta					
Punto de venta	Share	YoY	Tarifa	Anticipación	Estancia promedio
Total	100%	▲ 8%	\$168	18d	1.7d
US	59.0%	▲ 12%	\$172	18d	1.7d
México	33.9%	▼ -3%	\$165	18d	1.7d
China	4.5%	▲ 72%	\$150	12d	1.7d
Brasil	0.6%	▲ 914%	\$107	8d	7.6d
Canadá	0.4%	▲ 26%	\$153	29d	2.1d

*Producción de enero 01 a octubre 24, 2026

3

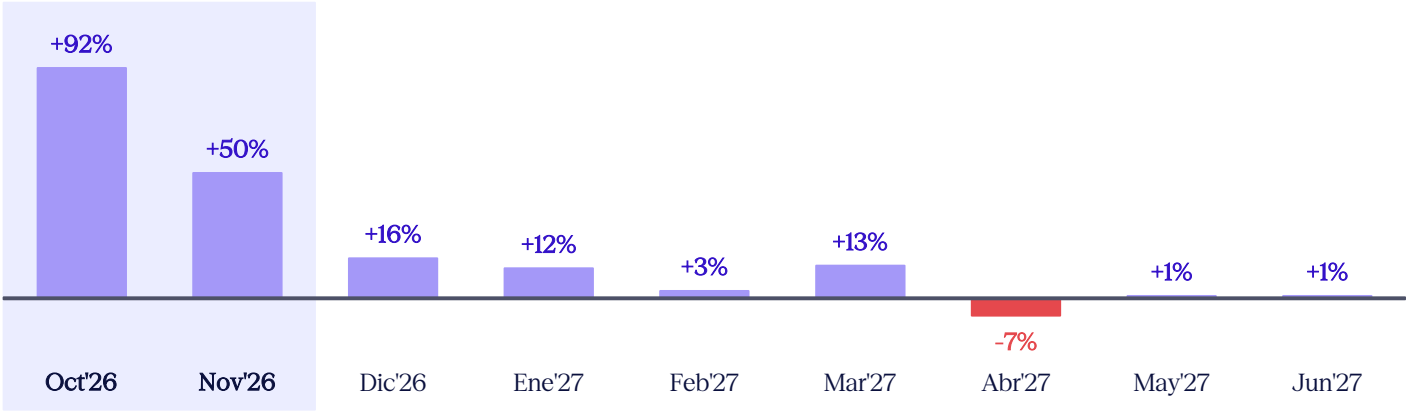
Demanda a futuro



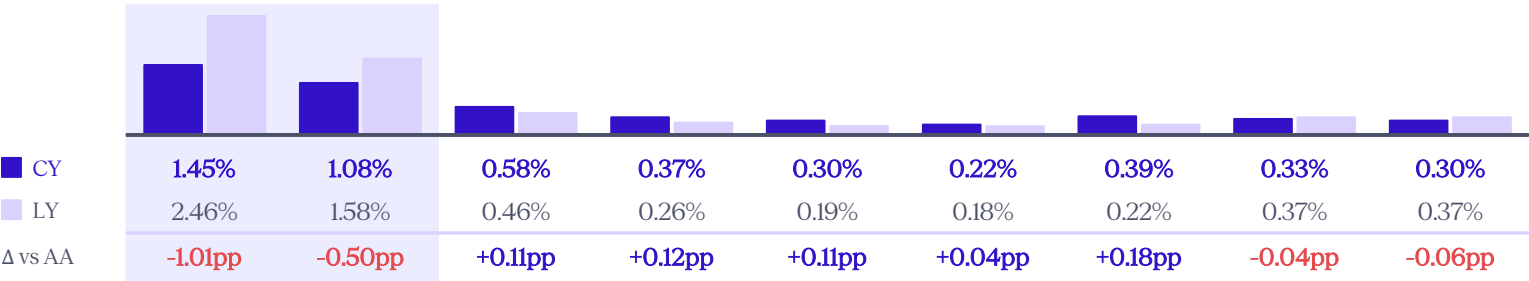
Ensenada-Valle tendencia a futuro

Visitantes	▲ 39% YoY	Cuartos noche (NRN)	▲ 10% YoY	Tarifa promedio	\$241 ▲ 3% YoY	Tasa de cancelación	26.0% ▼ -2.7pp YoY
------------	-----------	---------------------	-----------	-----------------	----------------	---------------------	--------------------

Demanda: visitantes YoY %



Conversión: CY vs LY



Lectura

- Oct y Nov concentran 62% de la demanda futura (29.1% y 33.4% de los visitantes)
- Ahí la demanda sube +92% y +50%, pero la conversión baja vs AA (-1.01pp en Oct y -0.50pp en Nov)
- De Dic a Abr la conversión mejora (+0.04 a +0.18pp) con demanda moderada

*Busquedas de los últimos 28 días

4

Destino



Baja California

Ensenada y sus valles 365, 2026

Campaign period: May 11, 2026 – September 30, 2026

Impressions

2.8M

Clicks

3.6K

CTR

0.15%

Room Nights

63,320

Air Tickets

34,700

Travelers

115,754

Revenue

\$15.6M

ROAS

198.6

5

Herramientas



Qué herramientas ofrece Expedia Group

01 Experiencia del viajero

02 Revenue manager

03 Perfil del viajero

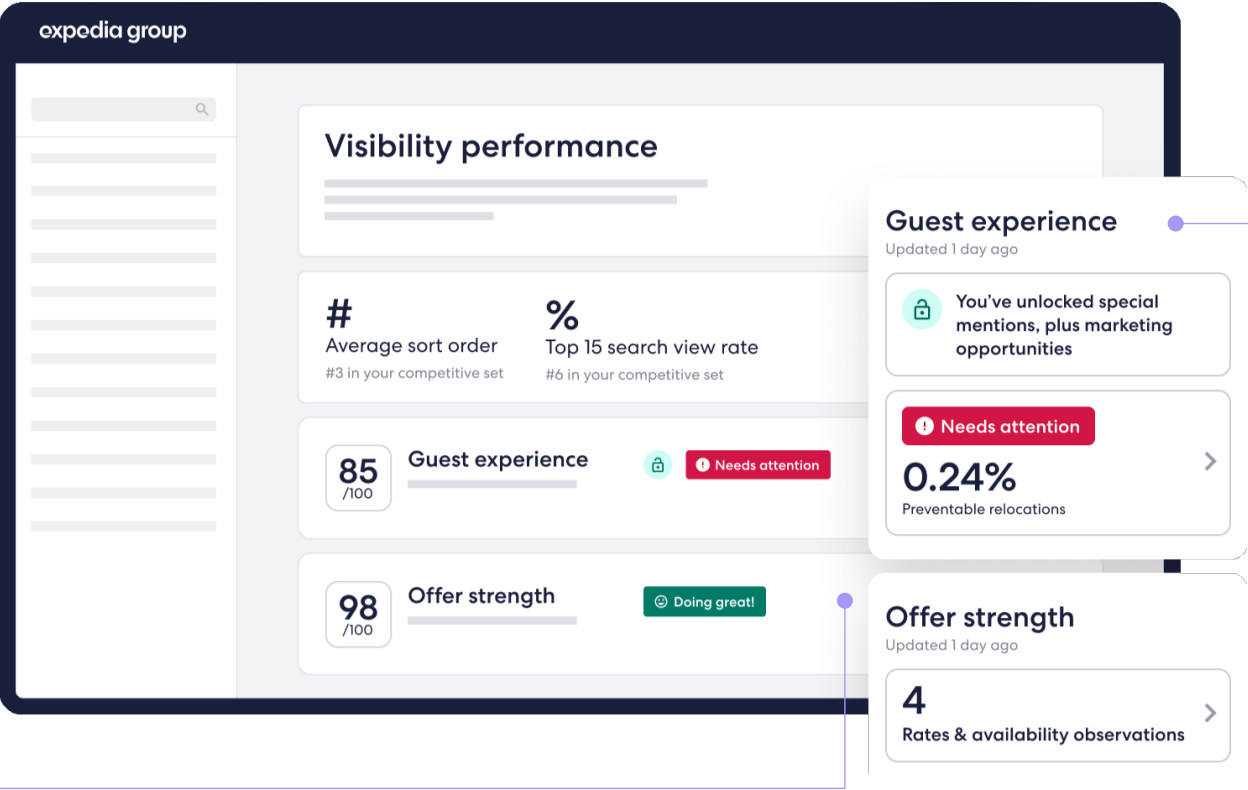
04 Data and insights (Visibilidad, conversion y tendencias)

05 Unpack 2026

Experiencia del viajero

Fortaleza de la oferta

Indicadores de competitividad, atractivo y valor



Experiencia del huésped

Indicadores de una excelente experiencia del huésped, recopilados de reseñas y más

Valle de Gpe - Producción por Estrellaje

Últimos 28 días al 25 de octubre, 2026

	Share Cuartos Noche	Tarifa Promedio	Experiencia de viajero		Viajeros	Share
5 estrellas	22%	\$407	71		Individual	19%
4 estrellas	16%	\$200				
3.5 estrellas	22%	\$193	88		2 adultos	60%
3 estrellas	19%	\$193			Familias	11%
2.5 estrellas	7%	\$68	85		Grupos	10%

Ensenada - Producción por Estrellaje

Últimos 28 días al 25 de octubre, 2026

	Share Cuartos Noche	Tarifa Promedio	Experiencia de viajero		Viajeros	Share
4 estrellas	13%	\$211	71		Individual	19%
3.5 estrellas	37.5%	\$111	88		2 adultos	60%
3 estrellas	30%	\$134			Familias	11%
2.5 estrellas	6.6%	\$74	85		Grupos	10%
2 estrellas	8.7%	\$86				



Revenue Manager

Standalone rates

Package rates

Compare lowest available rates with competitors

Download

Settings for: All rooms

United States - Expedia.com (USD)

1 night

2 adults

Filters

Selected date Mon, Oct 26	Mon, Oct 26	Tue, Oct 27	Wed, Oct 28	Thu, Oct 29	Fri, Oct 30	Sat, Oct 31	Sun, Nov 1	Mon, Nov 2	Tue, Nov 3	Wed, Nov 4
Your Property	364	364	364	364	364	364	364	364	364	364
Competitive set average Manage competitors	146 (-13%)	162 (-4%)	163 (-4%)	164 (+1%)	174 (-7%)	152 (-31%)	152 (-31%)	158 (-4%)	156 (-4%)	167 (+1%)
Casa Hotel El Triangulo	163	184	184	184	184	184	184	184	184	184
Hotel Mirador Las Palmas	Sold out	Sold out	100	100	100	100	100	100	100	100
Armenia Hotel	131	190	149	190	131	131	131	131	131	131
Hotel Campestre Las Camelias	256	256	256	256	256	312	312	256	256	316
Finca Hotel Valparaiso	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Isa Victory Hotel Boutique	86	86	93	86	86	91	91	86	86	86

Mon, Oct 26

Your Property

\$364

Superior Room

Page views

Medium demand

Quindío, Colombia

517

-1%

compared to last year

Medium demand

Quindío - Génova

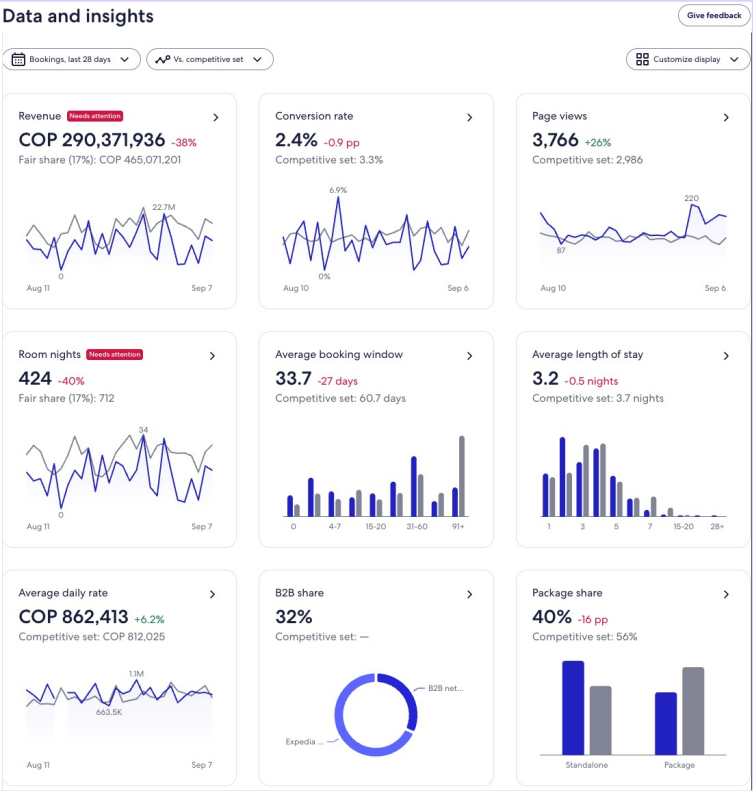
177

+4.1%

compared to last year

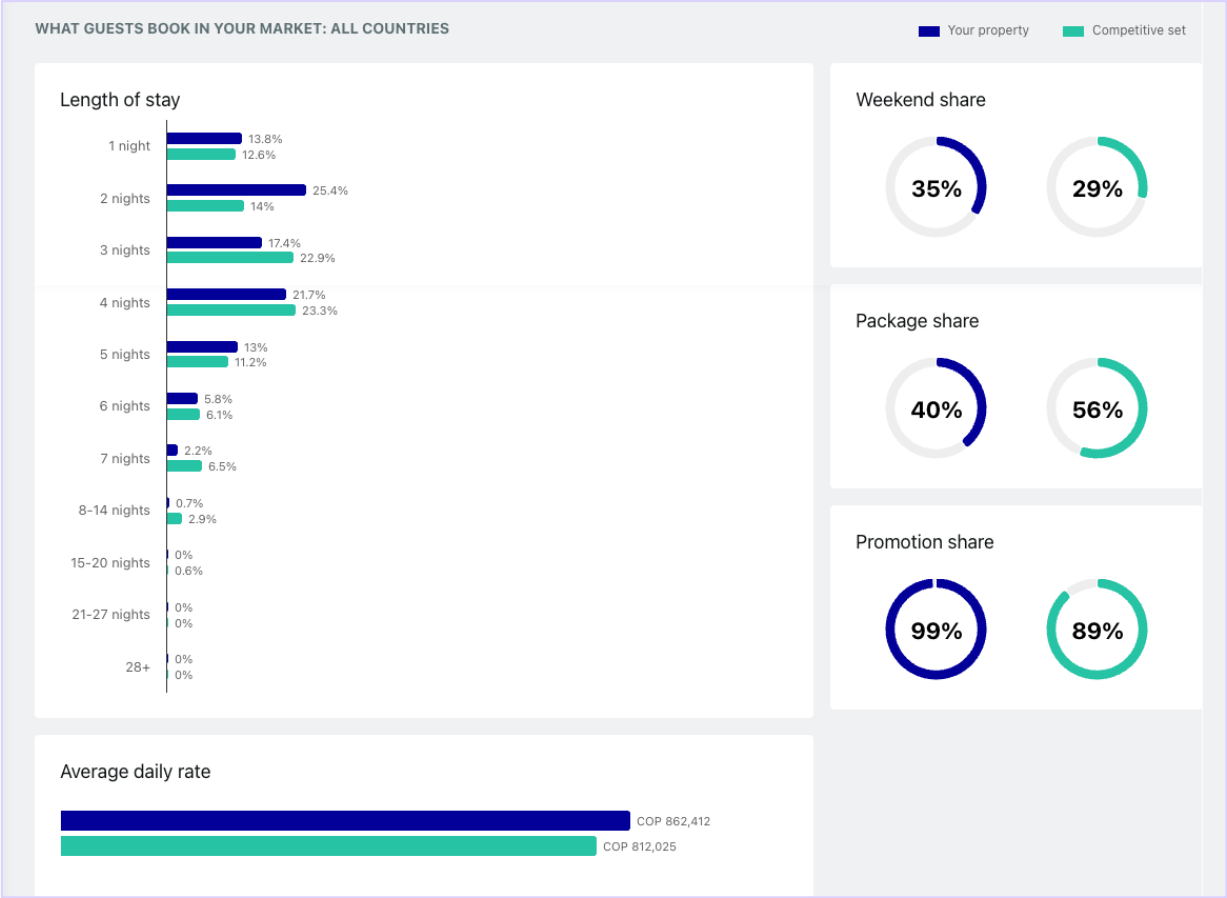
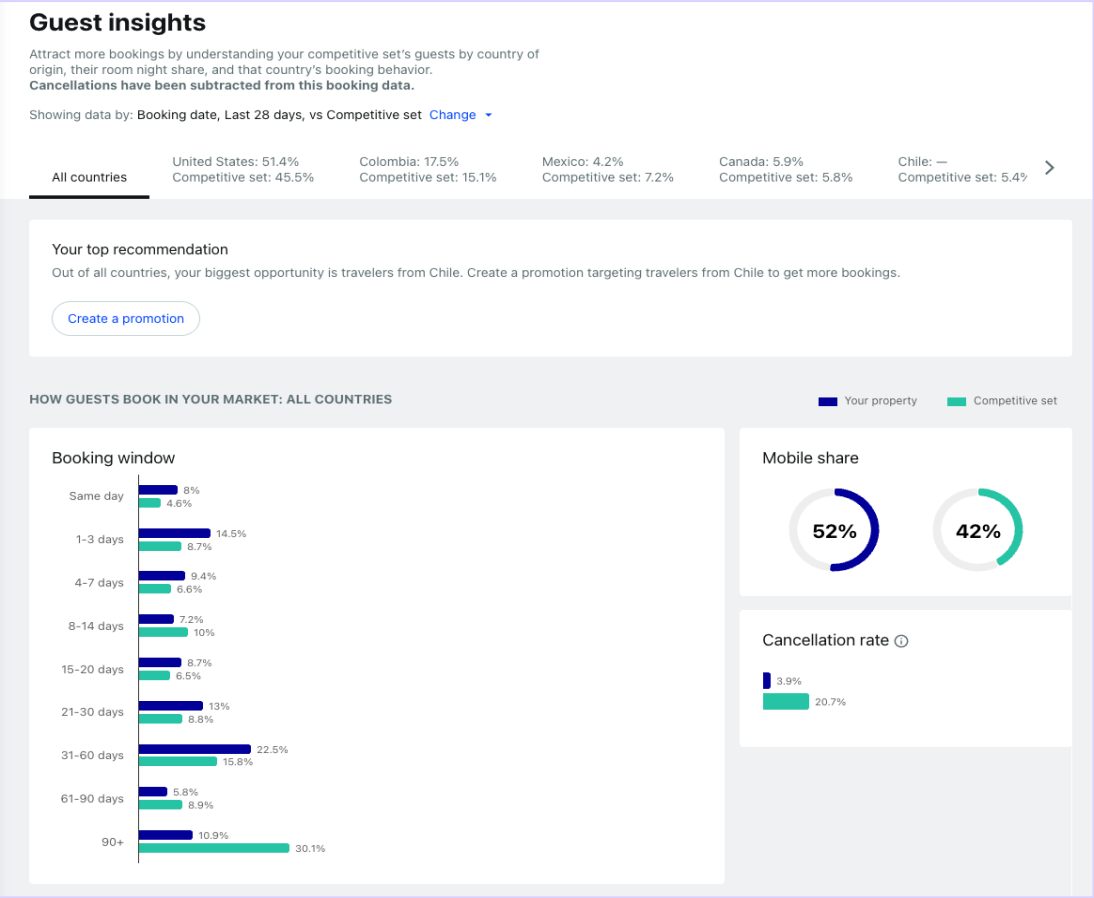
Ask

Del panel general a la oportunidad de negocio

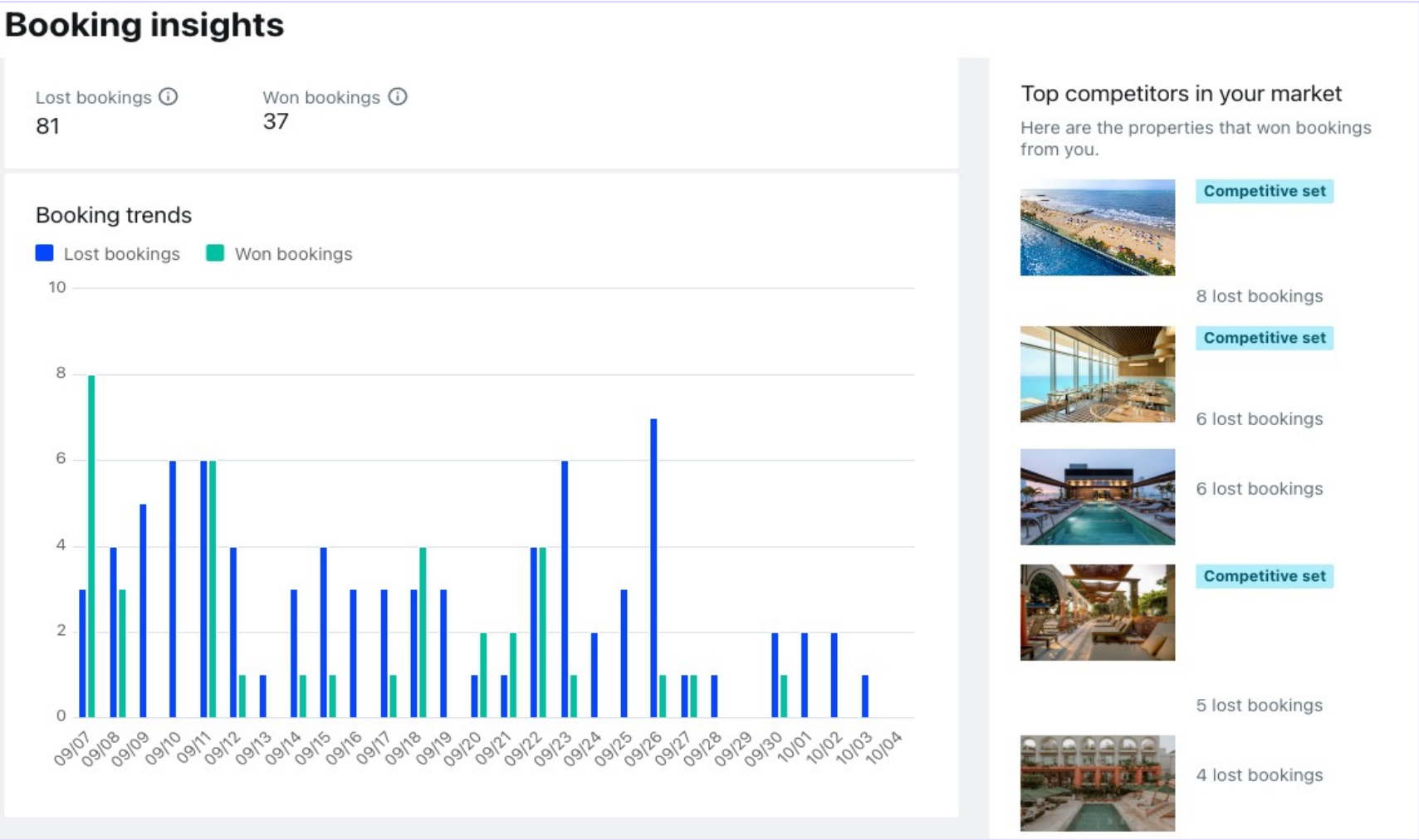




Perfil de viajero: ¿qué dicen tus huéspedes?



Perfil del viajero: ¿conoces tu competencia?



Unpack 2026



Las experiencias son el principal motor de las decisiones de viaje

43%

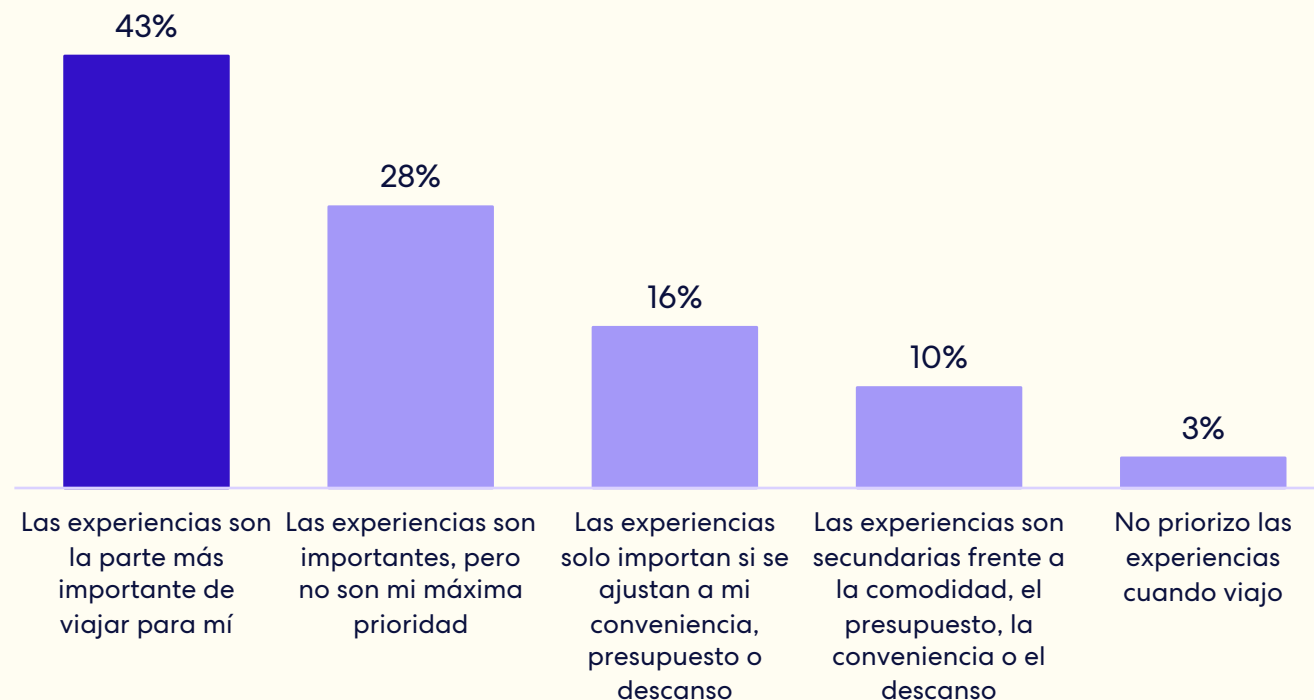
de los viajeros dicen que las experiencias son la parte más importante de sus viajes

Conclusión clave

Las experiencias ahora dominan las decisiones de viaje en todo el mundo

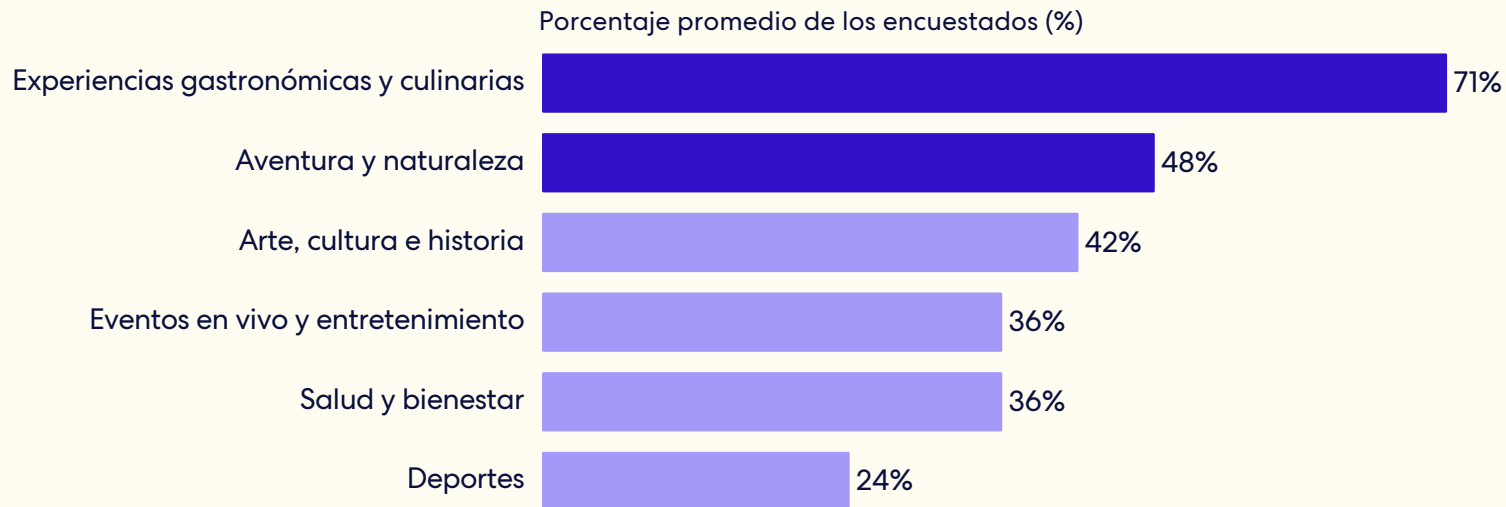
Las experiencias lideran las decisiones de viaje en todo el mundo

Porcentaje de viajeros que están de acuerdo con cada afirmación (% , 2025)



Las experiencias culinarias y de aventura impulsan la intención de gasto en 2026

Actividades en las que los viajeros tienen más probabilidades de gastar durante sus viajes en 2026



Conclusión clave

Los viajeros están priorizando experiencias tangibles, activas y vinculadas al destino.

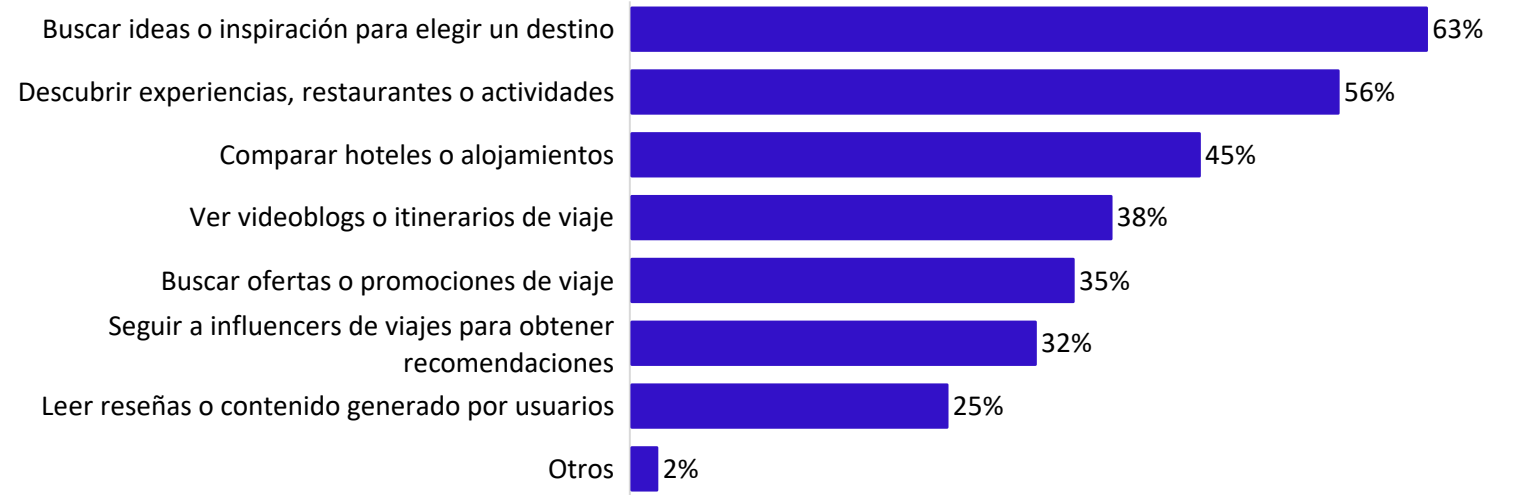


Skift Research | El estado de los viajes 2026

La planificación en redes sociales ahora abarca todo el proceso de reserva

Las redes sociales son una herramienta integral para planificar viajes, no solo una fuente de inspiración

Cómo usan las redes sociales los viajeros al planificar sus viajes (% de encuestados)



Plataformas que inspiran a las distintas generaciones

La generación Z se siente más atraída por Instagram y TikTok, mientras que los millennials prefieren YouTube.

