



Boletín de Prensa

Cartagena, 27 de marzo 2023

Corpoturismo presentó las cifras y los indicadores del primer bimestre del año

- Como principal actividad económica de la ciudad, el turismo en Cartagena sigue mostrando resultados positivos en llegada de visitantes y ocupación hotelera.
- Comparado con los años anteriores, las cifras del primer bimestre del 2023 muestran un crecimiento y se ven reflejadas de manera positiva en los ingresos generados a la economía local y a los empleos en el sector.

Llegada de pasajeros y ocupación hotelera

- En materia de viajeros, arribaron 560.453 personas solo por vía aérea, de las cuales el 82.4% fueron viajeros nacionales y 17.5% fueron de origen internacional. Cabe resaltar que tuvimos un crecimiento del 70% en llegada de pasajeros internacionales con respecto al mismo periodo del año 2022, lo que refleja el trabajo de promoción que se viene realizando de manera conjunta.
- Por vía terrestre llegaron 272.799, 18% por encima de lo registrado en el mismo periodo en el año 2022.

- Vía marítima, producto de la temporada de cruceros, la cifra de turistas llegando a la ciudad fue de 51.047 en 64 recaladas, lo que representa un xxx% por encima de la misma época del año 2022. Esta temporada ha marcado el inicio de la reactivación de la industria.
- En cuanto a ocupación hotelera, estuvo en el orden del 86%, cifra superior a la ocupación promedio del sector a nivel nacional que estuvo en un 80%.

En materia de Conectividad

La conectividad aérea es uno de los pilares fundamentales de la estrategia de promoción de destino para lograr más llegada de turistas nacionales e internacionales a Cartagena.

Resaltamos que la conectividad internacional tuvo un comportamiento positivo a corte de febrero de 2023. Actualmente Cartagena cuenta con 13 rutas directas, lo representa un crecimiento del 30% con respecto al mismo periodo de 2022.

Destacamos el inicio de operaciones de las nuevas rutas directas entre Sao Paulo y Cartagena y Santiago de Chile – Cartagena, que llegaron para fortalecer el mercado turístico en Suramérica.

“El primer bimestre del año nos arroja resultados que reflejan un buen comportamiento del mercado internacional y muestran una estabilidad en el mismo. Por otro lado es evidente la contracción del mercado nacional, que nos muestra que es un año distinto para este segmento producto de la inflación y el alza en las tarifas por el regreso del 19% del IVA; sin embargo vemos una gran oportunidad para fortalecer y robustecer la oferta de producto y experiencias que nos hagan ver como un destino más competitivo en materia turística, más allá de las condiciones económicas que nos plantea el orden nacional.

Por el lado internacional seguimos fortaleciendo la conectividad los que ha aumentado las visitas de viajeros de distintas partes del mundo y nos arroja cifras hasta de un 70% en llegada de pasajeros por encima del mismo periodo del año anterior, colocando el primer bimestre del 2023 como un periodo a destacar en materia de promoción de destino.

El trabajo coordinado entre el sector público y privado nos permite el desarrollo de un turismo sólido y atractivo que muestra cifras y resultados positivos para la ciudad.

Las estrategias planteadas por la Corporación de Turismo y los esfuerzos antes mencionados son fundamentales para lograr resultados importantes, por ejemplo, en materia de conectividad hacía Cartagena, el despertar del interés de los inversionistas nacionales y extranjeros, y el repunte en el posicionamiento de Cartagena como destino líder en turismo a nivel nacional e internacional, siempre alineados con el perfil del viajero que queremos que nos visite y el mercado objetivo al que le apunta la capital histórica del Caribe", informó Natalia Bohórquez, presidente ejecutiva de Corpoturismo.

Sobre la Corporación Turismo Cartagena de Indias

La Corporación Turismo Cartagena de Indias es una entidad mixta sin ánimo de lucro, cuya misión principal es la promoción de la ciudad a nivel nacional e internacional a través de estrategias y acciones articuladas entre el sector público y privado, que conlleven al fortalecimiento de la competitividad y calidad de la oferta turística.

Como estrategia corporativa le apunta a descubrir y potenciar productos y experiencias enfocados en un turismo responsable y sostenible que garanticen la llegada de un turismo con el perfil que quiere la ciudad y buscando siempre que el visitante quiera volver

Fin.