

3 de octubre 2023

WWW.CCCARTAGENA.ORG.CO

     CAMCARTAGENA

Centro, Calle Santa Teresa No. 32 - 41 A.A. 16

INDICADORES SOBRE TURISMO: Un análisis de la temporada de mediados de año en 2023.



Informe presentado a:
Corporación de Turismo de Cartagena
de Indias



CÁMARA COMERCIO
CARTAGENA

más
EMPRESAS
EVIDA

Contenido

Introducción.....	5
1. Información general sobre los visitantes.....	6
2. Comportamiento del gasto de los turistas.....	16
3. Percepción sobre la ciudad.....	27
Conclusiones.....	37

Índice de gráficos

Gráfico 1. Lugar de la entrevista.....	6
Gráfico 2. Visitantes según sexo y lugar de residencia.....	6
Gráfico 3. Edad según lugar de la encuesta	10
Gráfico 4.¿Cuál es su máximo nivel educativo?.....	11
Gráfico 5. ¿Cuáles fueron sus principales motivos de visita a la ciudad de Cartagena?	12
Gráfico 6. ¿Cuántas veces ha visitado la ciudad de Cartagena, incluyendo su visita actual?.....	13
Gráfico 7.¿Cuántos días estuvo en la ciudad?.....	14
Gráfico 8. ¿Cuántas personas lo acompañaron en el viaje?	16
Gráfico 9. ¿En qué tipo de hospedaje se alojó?	18
Gráfico 10. Por favor indique qué plataforma utilizó para hacer la reserva.....	19
Gráfico 11. ¿Qué tipo de transporte urbano utilizó?.....	21
Gráfico 12.Durante su estadía en la ciudad, ¿Efectuó algún gasto en la prevención o recuperación de su salud?	23
Gráfico 13. Durante su estadía en la ciudad, ¿Tuvo gastos en vestuario, calzado y accesorios de moda?.....	23
Gráfico 14. Durante su estadía en la ciudad ¿Realizó algún gasto en souvenirs?	24
Gráfico 15. En su estancia en la ciudad, ¿Realizó gastos en bebidas alcohólicas?	25
Gráfico 16. ¿Efectuó algún gasto en entradas a los museos de la ciudad o sitios turísticos?.....	25
Gráfico 17. ¿Adquirió paquetes turísticos?.....	26
Gráfico 18. ¿Por qué medio se enteró de Cartagena y sus lugares turísticos? ..	28
Gráfico 19. Con respecto a sus expectativas antes de llegar a la ciudad, su percepción:	31
Gráfico 20.¿Cómo califica en general la satisfacción con su visita a Cartagena?	32

Índice de tablas

Tabla 1.Cuál es su máximo nivel educativo, P% según lugar de residencia.	11
Tabla 2. ¿Cuáles fueron sus principales motivos de visita a la ciudad de Cartagena?, P% según lugar de residencia.	12
Tabla 3. ¿Cuántas veces ha visitado la ciudad de Cartagena, incluyendo su visita actual? P% según lugar de residencia.	13
Tabla 4. ¿Cuántos días estuvo en la ciudad? P% según lugar de residencia.	14
Tabla 5. Prueba de diferencia de medias módulo características generales, visitante extranjero vs visitante nacional.....	15
Tabla 6. ¿Cuántas personas lo acompañaron en el viaje? P% según lugar de residencia.	17
Tabla 7. ¿En qué tipo de hospedaje se alojó? P% según lugar de residencia.	18
Tabla 8. ¿Por qué medio realizó la reserva del hospedaje? P% según lugar de residencia.	19
Tabla 9. ¿Cuál fue su gasto total en hospedaje?.....	20
Tabla 10. ¿Qué tipo de transporte urbano utilizó? P% según lugar de residencia.....	21
Tabla 11.¿Cuánto fue su gasto total en transporte urbano?.....	22
Tabla 12.¿Cuál fue su gasto total en alimentación?	22
Tabla 13. Diferencia de medias entre la población visitantes internacionales vs nacionales	27
Tabla 14. ¿Por qué medio se enteró de Cartagena y sus lugares turísticos? P% según lugar de residencia.	28
Tabla 15. Satisfacción de los sitios turísticos visitados	29
Tabla 16. Diferencia de medias, visitantes extranjeros vs visitantes nacionales	30
Tabla 17. Satisfacción de los siguientes aspectos	36
Tabla 18. Diferencia de medias según lugar de residencia en satisfacción de los siguientes aspectos	37

Índice de mapas

Mapa 1. País de residencia	7
Mapa 2.Ciudad de residencia, Colombia.....	8

Índice de ilustraciones

Ilustración 1.¿Cuáles son los aspectos más destacables de Cartagena?	33
Ilustración 2. ¿Cuáles aspectos de Cartagena deben mejorar?	34

Introducción

El turismo es un sector importante en la economía de Cartagena y Bolívar, además de aportar a la producción y generación de riqueza, contribuye de manera destacada al empleo. Esto, y su dinámica de crecimiento, lo han perfilado como una apuesta productiva, definida así en el Plan Regional de Competitividad de Cartagena y Bolívar, hoja de ruta que ha trazado lineamientos y actividades estratégicas para el desarrollo de esta y otras apuestas. El turismo también ha ocupado un espacio importante en la agenda del plan de desarrollo “Salvemos Juntos a Cartagena”, este estableció una línea estratégica llamada “Turismo como motor de reactivación económica”, la cual busca, entre otras cosas, mejorar la calidad de la oferta turística.

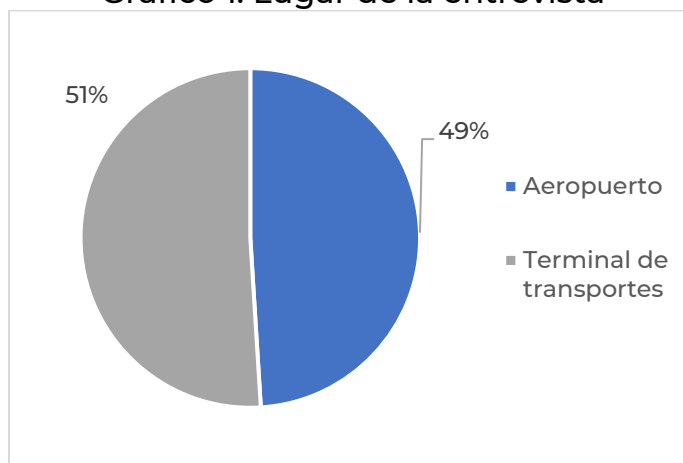
En aras de fortalecer las estadísticas sobre el turismo, insumo que resulta importante para la gestión del sector, la Corporación de Turismo de Cartagena ha llevado a cabo un estudio para conocer la demanda turística en Cartagena a mediados de 2023 y en la semana de receso de octubre.

El presente informe aborda los resultados del análisis de mediados de año en el siguiente orden: un primer capítulo proyecta la descripción de la información general de los visitantes, seguido de una sección sobre el comportamiento del consumo, por último, se considera la percepción del turista sobre los atractivos turísticos y la ciudad.

1. Información general sobre los visitantes

Se aplicó una encuesta a 253 visitantes que salían de la ciudad por la Terminal de transportes y el aeropuerto Rafael Núñez, la distribución de las encuestas fue uniforme entre ambos lugares. El tiempo de levantamiento de la información fue entre julio y agosto del presente año.

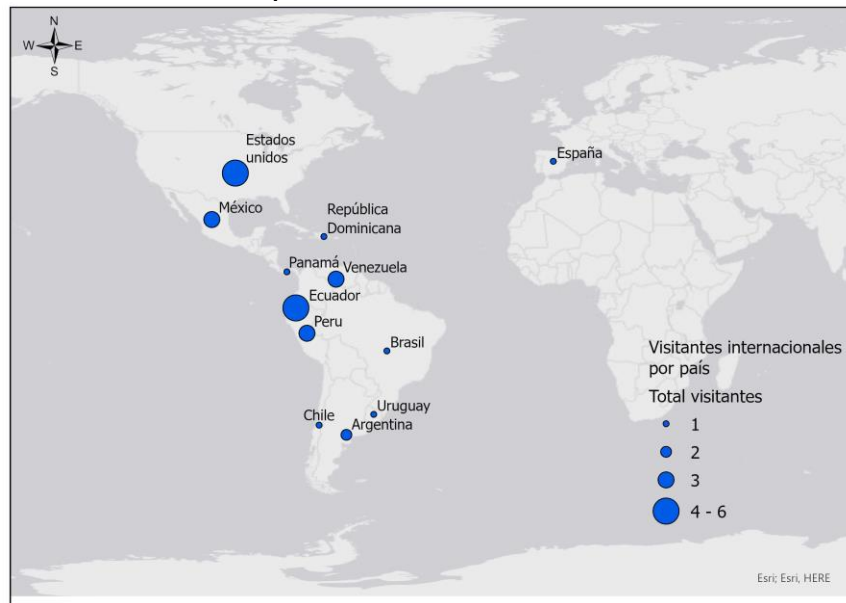
Gráfico 1. Lugar de la entrevista



Fuente: Encuesta

La mayoría de los visitantes son de origen nacional (89%); en cuanto a los visitantes internacionales, estos provenían en mayor frecuencia de Estados Unidos, Ecuador y Venezuela con 2%, 2% y 1% respectivamente.

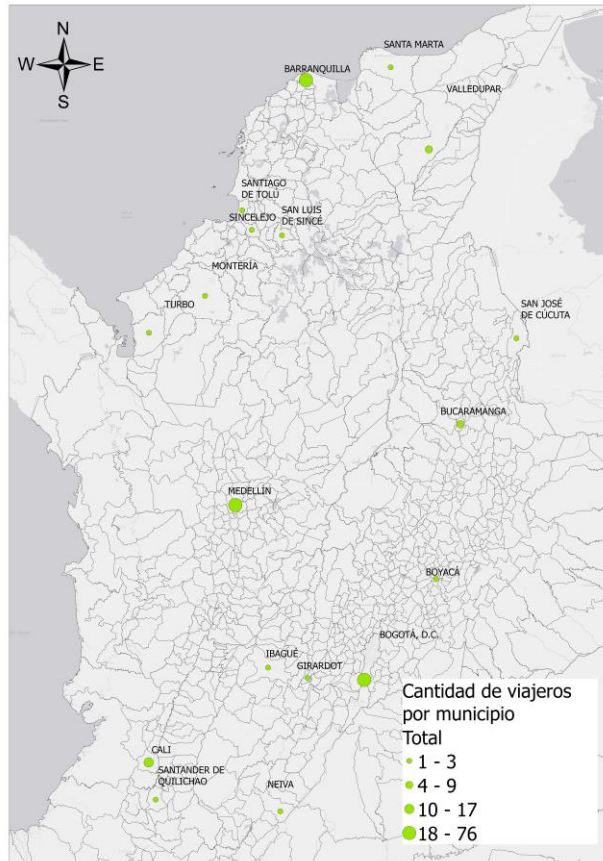
Mapa 1. País de residencia



Fuente: Encuesta

Los visitantes nacionales residen principalmente en Bogotá, con un 34% (76 personas), seguido de Medellín (24%, 53 personas), Barranquilla (19%, 49 personas) y Cali (6%, 14 personas).

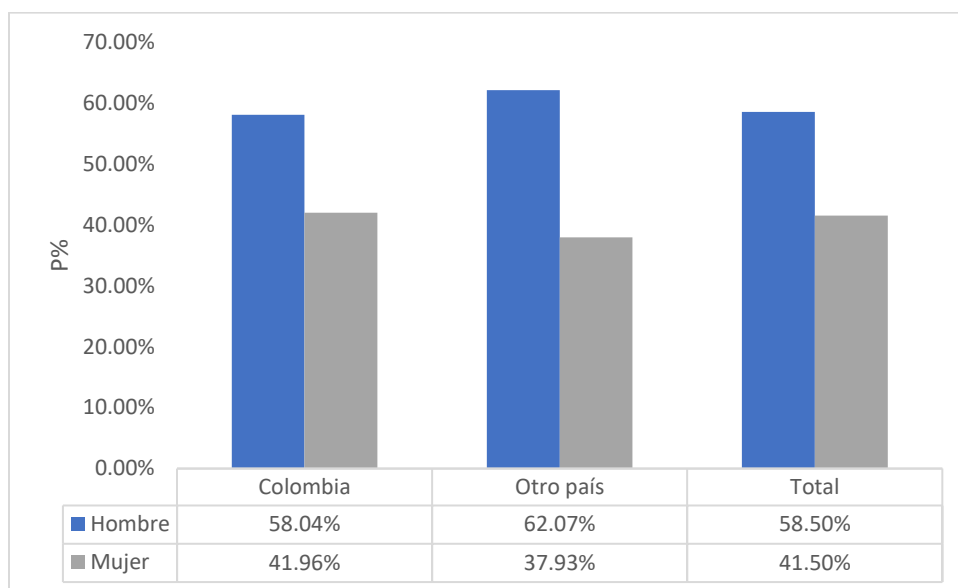
Mapa 2.Ciudad de residencia, Colombia



Fuente: Encuesta

Según sexo de los visitantes, el 58,5% de ellos son hombres, siendo esta proporción mayor para el caso de las personas que residen fuera de Colombia (62,07%).

Gráfico 2. Visitantes según sexo y lugar de residencia.

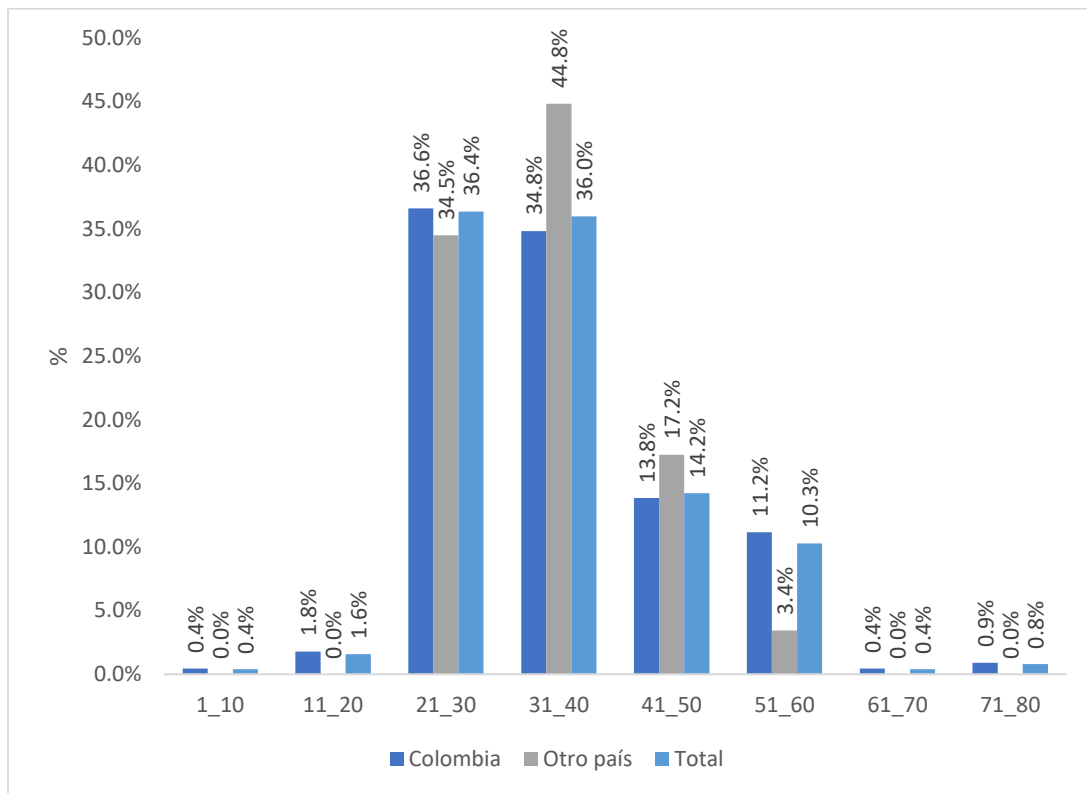


Fuente: Encuesta

En promedio, las personas encuestadas tenían 36 años, según rangos de edad, los más comunes fueron entre 21 y 30 años con una participación del 36%, seguido de entre 31 y 40 años (36%).

La edad promedio de los visitantes internacionales era de 35.1 años, mientras que la de los nacionales fue de 36.5 años; no obstante, no hay diferencia estadísticamente significativa entre estos dos promedios (ver Tabla 5).

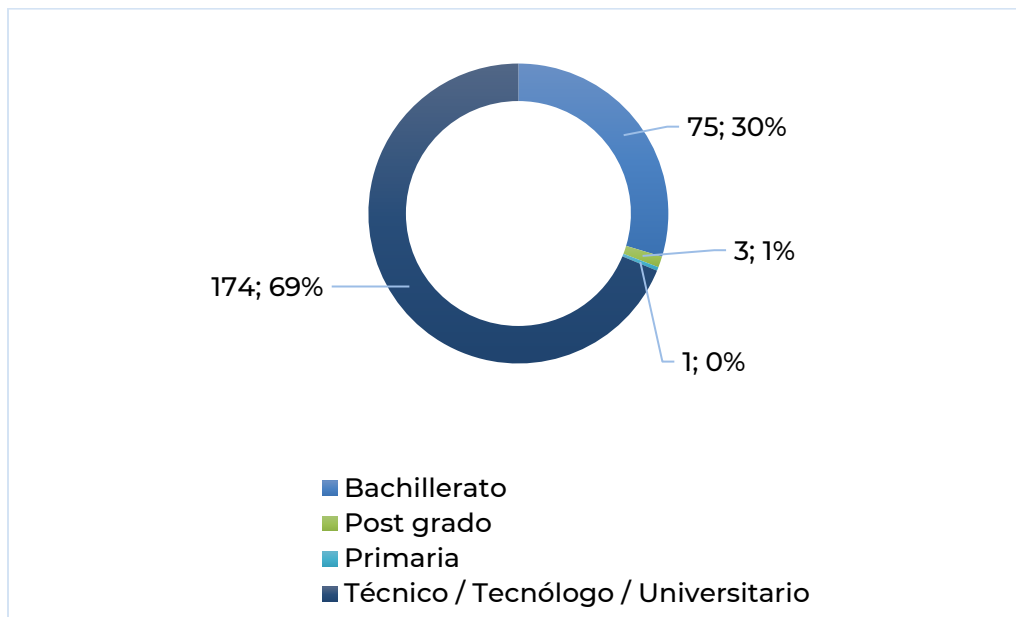
Gráfico 3. Edad según lugar de la encuesta



Fuente: Encuesta

El 69% de las personas encuestadas manifestó tener formación técnica, tecnológica o universitaria, solo un 1% posee un posgrado y el 30% son bachilleres. Según lugar de residencia, se nota una diferencia en este aspecto, una mayor proporción de los visitantes internacionales tiene educación superior al bachillerato, con 86.21% frente a un 66% para el caso de los nacionales; asimismo el 3.45% de los visitantes internacionales posee un postgrado en contraste con un 0.89% en los visitantes nacionales.

Gráfico 4. ¿Cuál es su máximo nivel educativo?



Fuente: Encuesta

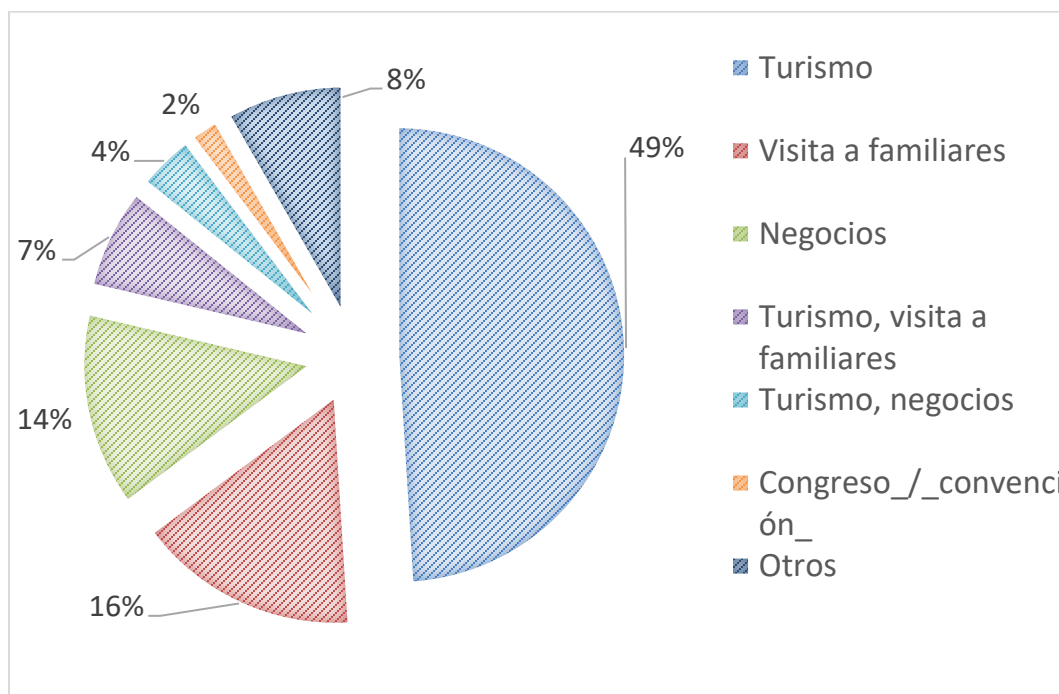
Tabla 1. ¿Cuál es su máximo nivel educativo, P% según lugar de residencia.

Nivel	Colombia	Otro país	Total
Bachillerato	32.14%	10.34%	29.64%
Postgrado	0.89%	3.45%	1.19%
Primaria	0.45%	0.00%	0.40%
Técnico, tecnólogo y universitario	66.52%	86.21%	68.77%
Total general	100.00%	100.00%	100.00%

Fuente: Encuesta

Casi la mitad de las personas que visitaron la ciudad (49%) lo hicieron con el motivo de hacer turismo, la segunda razón fue la visita a familiares (16%), seguido por razones comerciales (14%). Los visitantes internacionales por su parte manifestaron en mayor proporción que los de origen nacional, que habían venido por razones de turismo, con un 62.07% frente a un 47.32%. Los congresos y convenciones también fueron un motivo destacado en los visitantes internacionales con un 13.79% frente a solo un 0.45% de los visitantes nacionales; mientras que la visita a familiares sobresalió en mayor medida en los visitantes nacionales con un 17.41% en contraste con un 3.45% de los internacionales.

Gráfico 5. ¿Cuáles fueron sus principales motivos de visita a la ciudad de Cartagena?



Fuente: Encuesta

Tabla 2. ¿Cuáles fueron sus principales motivos de visita a la ciudad de Cartagena?, P% según lugar de residencia.

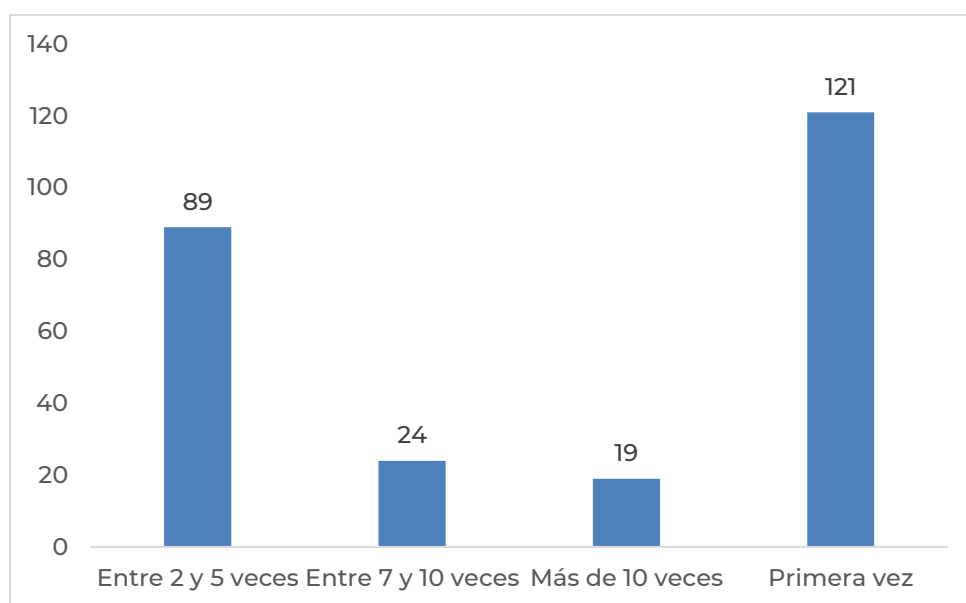
Respuesta	Colombia	Otro país	Total
Boda, matrimonio	0.89%	0.00%	0.79%
Congreso, Convención	0.45%	13.79%	1.98%
Negocios	14.73%	6.90%	13.83%
Negocios, visita a familiares	0.89%	0.00%	0.79%
Otro	0.45%	6.90%	1.19%
Salud	1.34%	0.00%	1.19%
Turismo	47.32%	62.07%	49.01%
Turismo, boda o matrimonio	1.79%	3.45%	1.98%
Turismo, congreso o convención	1.34%	0.00%	1.19%
Turismo, negocios	4.46%	0.00%	3.95%
Turismo, negocios, visita a familiares	0.00%	3.45%	0.40%
Turismo, visita a familiares	8.04%	0.00%	7.11%
Visita a familiares	17.41%	3.45%	15.81%
Visita a familiares, boda matrimonio	0.89%	0.00%	0.79%

Fuente: Encuesta

De otro lado, el 48% de los encuestados afirmó haber venido a la ciudad por primera vez, mientras que el 35% dijo haber estado en Cartagena entre 2 y 5 veces. Según residencia del encuestado, la proporción de los que afirmaron haber venido por primera vez fue más alta para el caso de los de origen internacional, con 86.21% frente a un 42.86% en los nacionales.

De los que ya habían estado en Cartagena, el 53% consideró haber tenido una experiencia similar a la anterior, en tanto que, un 46% afirmó que esta fue mejor.

Gráfico 6. ¿Cuántas veces ha visitado la ciudad de Cartagena, incluyendo su visita actual?



Fuente: Encuesta

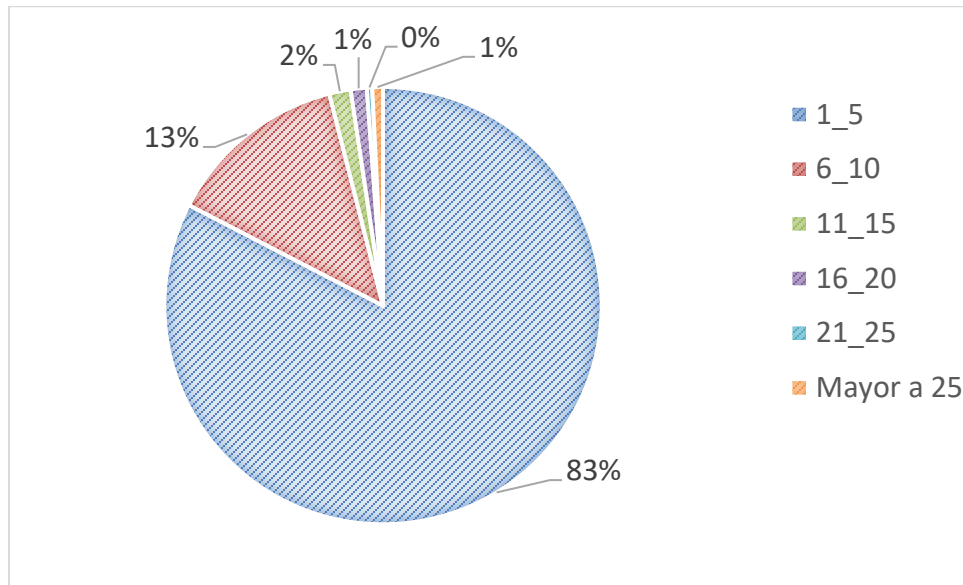
Tabla 3. ¿Cuántas veces ha visitado la ciudad de Cartagena, incluyendo su visita actual? P% según lugar de residencia.

Respuesta	Colombia	Otro país	Total
Entre 2 y 5 veces	38.39%	10.34%	35.18%
Entre 7 y 10 veces	10.27%	3.45%	9.49%
Más de 10 veces	8.48%	0.00%	7.51%
Primera vez	42.86%	86.21%	47.83%
Total general	100.00%	100.00%	100.00%

Fuente: Encuesta

El 85% de los visitantes estuvo en estancias entre 1 y 5 días, seguido de lejos por un 13% que permaneció entre 6 y 10 días. El promedio de días que un visitante internacional estuvo en la ciudad fue de 4.73, mientras que, para el caso del visitante nacional fue de 4.52; estadísticamente no hay diferencia significativa entre estos promedios (ver Tabla 4).

Gráfico 7. ¿Cuántos días estuvo en la ciudad?



Fuente: Encuesta

Tabla 4. ¿Cuántos días estuvo en la ciudad? P% según lugar de residencia.

Respuesta	Colombia	Otro país
1_5	83.93%	72.41%
6_10	11.61%	27.59%
11_15	1.79%	0.00%
16_20	1.34%	0.00%
21_25	0.45%	0.00%
Mayor a 25	0.89%	0.00%
Total general	100.00%	100.00%

Fuente: Encuesta

Un análisis de los fines de semana en el número de días en los que los visitantes estuvieron en la ciudad reveló que, el 54% de las personas encuestadas que permanecieron entre 1 y 5 días, tuvieron un fin de semana en ese periodo; la proporción fue mayor para los visitantes internacionales (72.4%) que para los nacionales (52.2%). Por su parte, la proporción de personas que estuvieron entre 1 y 5 días y que no tuvieron un fin de semana en ese lapso fue del 22.5%, siendo solo los visitantes nacionales los que experimentaron una estadía así.

Gráfico 8. ¿Cuántos días estuvo en la ciudad? P% según lugar de residencia. Número de fines de semana.

Número de fines de semana	Rango número de días	Nacional	Internacional	Total
1	1_5	52.2%	72.4%	54.5%
	6_10	7.1%	13.8%	7.9%
2	6_10	2.2%	13.8%	3.6%
11	Mayor a 25	0.4%		0.4%
25	Mayor a 25	0.4%		0.4%
3	11_15	1.3%		1.2%
	6_10	2.2%		2.0%
5	11_15	0.4%		0.4%
	16_20	1.3%		1.2%
7	21_25	0.4%		0.4%
Ningún día del fin de semana	1_5	25.4%		22.5%
Por lo menos un día del fin de semana	1_5	6.3%		5.5%
Total general				

Fuente: Encuesta

Tabla 5. Prueba de diferencia de medias módulo características generales, visitante extranjero vs visitante nacional

Variables	Observaciones	Promedio Colombia	Promedio otro país	Diferencia	T	Pr(T > t)
Edad	253	36.53	35.10	1.42	0.67	0.5027
¿Cuántos días estuvo en la ciudad?	253	4.73	4.52	0.21	0.16	0.8711

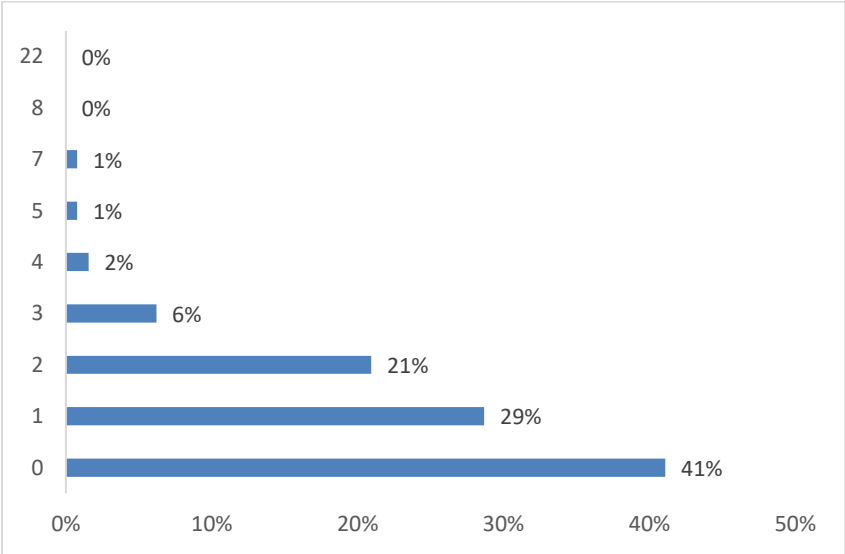
*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Fuente: Encuesta

2. Comportamiento del gasto de los turistas

El 30% de las personas encuestadas vinieron solas, el 26% llegó con dos acompañantes mientras que el 10% con tres. Llama la atención que la proporción de personas que vino sola fue más amplia en los visitantes nacionales (33.93%) que en los internacionales (3.45%); mientras que, la proporción de los que manifestaron haber venido con una persona fue mayor en los visitantes internacionales con 31.03% frente a un 23.21% en los nacionales. En General, hay una mayor cantidad de personas que vienen acompañadas en el caso de los visitantes de origen internacional (ver **Tabla 6**).

Gráfico 9. ¿Cuántas personas lo acompañaron en el viaje?



Fuente: Encuesta

Tabla 6. ¿Cuántas personas lo acompañaron en el viaje? P% según lugar de residencia.

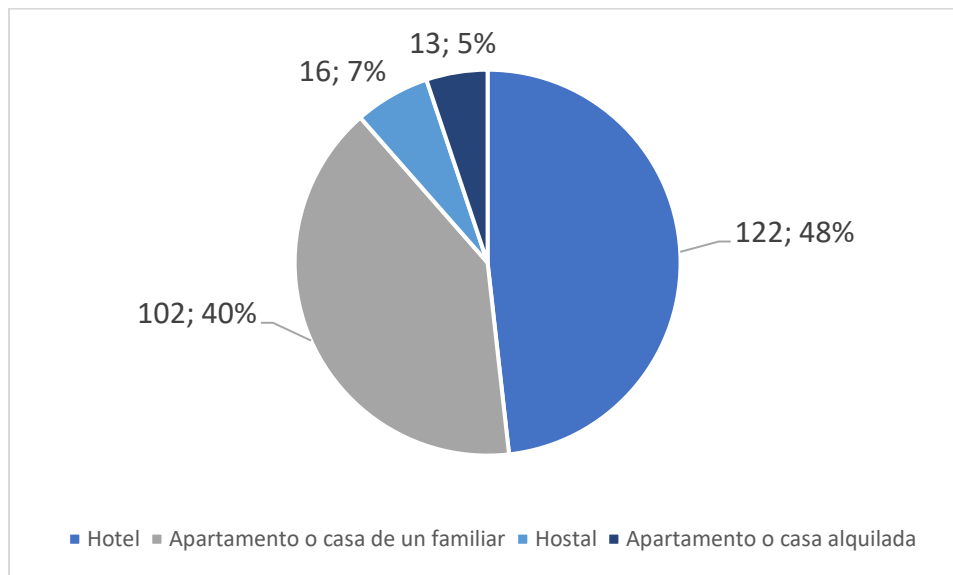
Días	Colombia	Otro país
0	33.93%	3.45%
1	23.21%	31.03%
2	27.23%	20.69%
3	9.82%	13.79%
4	2.23%	13.79%
5	2.23%	10.34%
7	0.45%	6.90%
8	0.45%	0.00%
22	0.45%	0.00%
Total general	100.00%	100.00%

Fuente: Encuesta

El 48% de los encuestados se hospedó en un hotel, mientras que un buen porcentaje lo hizo en casa y/o apartamento de un familiar (40%). Las casas u apartamentos alquilados representaron un 5%. Según origen del visitante, se nota una marcada diferencia en el lugar de hospedaje, siendo más utilizado un hotel en el caso de los visitantes internacionales (68,97%) que en los de origen nacional (45.54%); mientras que el apartamento o casa de un familiar fue más común en los visitantes nacionales con 45.75% en contraste con un 13.79% en los internacionales, esto va en armonía con los motivos de viaje, donde la visita a un familiar fue algo destacado en los encuestados que residen en Colombia.

Asimismo, el apartamento o casa alquilada fue más recurrente en los visitantes internacionales (6.9%) que en los nacionales (4.91%), lo que podría indicar que los primeros son más dados al uso de plataformas digitales que le permite el acceso a este tipo de alojamiento.

Gráfico 10. ¿En qué tipo de hospedaje se alojó?



Fuente: Encuesta

Tabla 7. ¿En qué tipo de hospedaje se alojó? P% según lugar de residencia.

Tipo de hospedaje	Colombia	Otro país
Apartamento o casa alquilada	4.91%	6.90%
Apartamento o casa de un familiar	43.75%	13.79%
Hostal	5.80%	10.34%
Hotel	45.54%	68.97%
Total general	100.00%	100.00%

Fuente: Encuesta

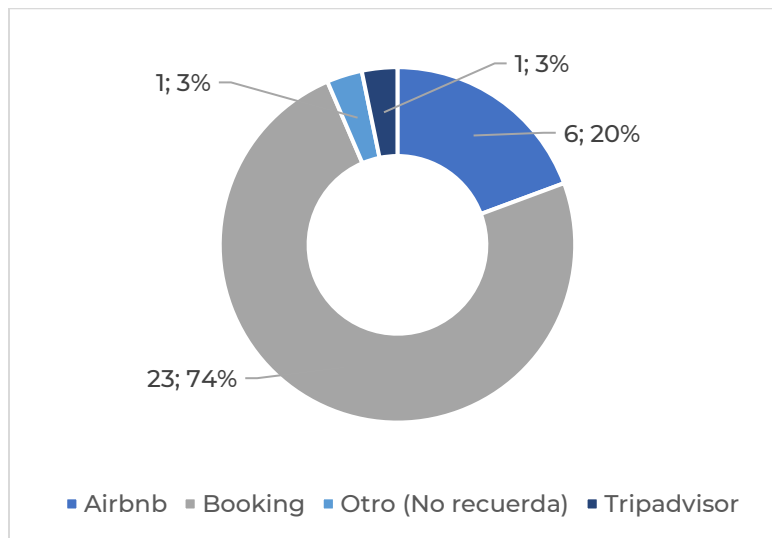
Por su parte, el 25% de los encuestados afirmó haber hecho las reservas por medio de la página web del hotel, en tanto que, un 11% prefirió reservar en el lugar. Las plataformas digitales también fueron un importante medio, siendo Booking la más empleada con un 47%. La proporción de los que afirmaron haber hecho reservas en la página web del hotel fue mayor en los visitantes internacionales (48.28%) que en los nacionales (21.43%).

Tabla 8. ¿Por qué medio realizó la reserva del hospedaje? P% según lugar de residencia.

Medio	Colombia	Otro país
(en blanco)	43.75%	13.79%
Búsqueda en Google (página web)	21.43%	48.28%
En el lugar	16.07%	31.03%
Otro (Empresa)	0.45%	0.00%
Plataforma digital	13.39%	3.45%
Redes sociales	4.91%	3.45%
Total general	100.00%	100.00%

Fuente: Encuesta

Gráfico 11. Por favor indique qué plataforma utilizó para hacer la reserva



Fuente: Encuesta

El gasto total promedio por visitante, según el lugar de residencia, muestra unas diferencias importantes; en el caso de los visitantes internacionales fue de \$3,496,552, superior en \$2,446,034 al que registró un visitante que reside en Colombia (\$1,050,518) (ver tabla 13). A continuación, se detalla el gasto por cada rublo.

En promedio, el gasto total en hospedaje fue de \$798,927; cuando se discrimina por lugar de origen del encuestado, se logra apreciar que el gasto promedio total de los encuestados internacionales (\$1,691,200) fue superior al gasto promedio total de los encuestados de origen nacional (\$621,889).

En cuanto a la alimentación, el gasto promedio total por persona llegó a

\$472,000, siendo más elevado en los visitantes internacionales, con un promedio de \$1,157,241 en comparación con \$382,081 de los visitantes nacionales.

Ahora bien, el gasto total en hospedaje de todas las personas encuestadas ascendió a \$120,638,000; el valor más alto fue en los de origen nacional, debido a que ellos son el mayor número de la muestra.

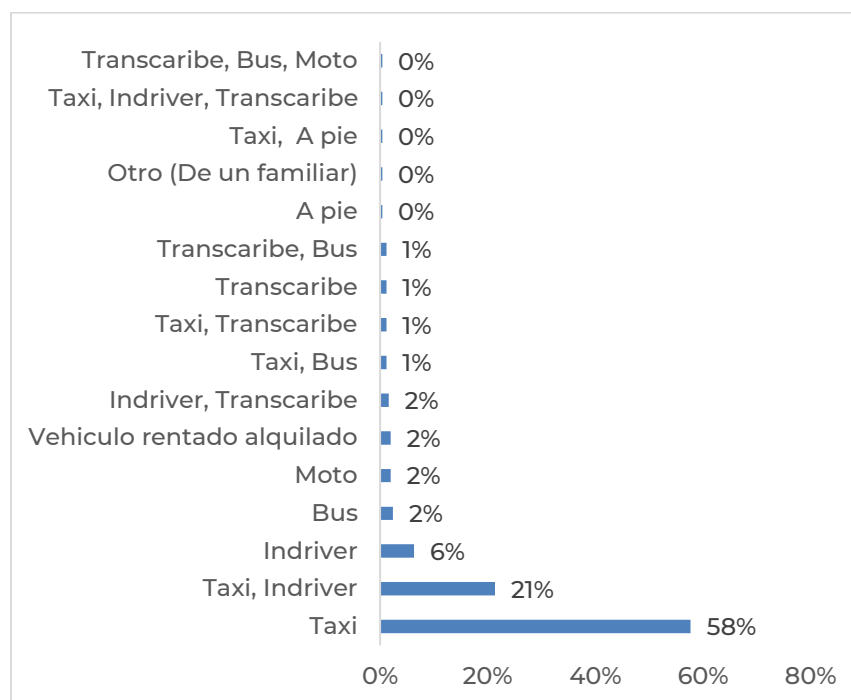
Tabla 9. ¿Cuál fue su gasto total en hospedaje?

Lugar de residencia	Promedio	Suma
Colombia	\$621,889	\$78,358,000
Otro país	\$1,691,200	\$42,280,000
Total general	\$ 798,927	\$120,638,000

Fuente: Encuesta

El tipo de transporte urbano más utilizado fue el taxi con un 58%, seguido por mucho de Taxi – Indriver (21%) e Indriver (6%). Según lugar de residencia, los extranjeros exhibieron un mayor uso del taxi (83.50%) que los visitantes de origen nacional (67.47%); mientras que los visitantes de origen nacional emplearon más el Taxi – Indriver (20.84%) que los internacionales (11.39%). Es de anotar que, el vehículo rentado u alquilado, fue más común en los encuestados que residen en otro país (3.78%) que en los nacionales (1.32%).

Gráfico 12. ¿Qué tipo de transporte urbano utilizó?



Fuente: Encuesta

Tabla 10. ¿Qué tipo de transporte urbano utilizó? P% según lugar de residencia.

Tipo de transporte urbano	Colombia	Otro país
A pie	0.03%	0.00%
Bus	1.58%	0.00%
Indriver	3.87%	0.00%
Indriver, Transcaribe	0.98%	0.00%
Moto	0.89%	0.00%
Otro	0.07%	0.00%
Taxi	67.47%	83.50%
Taxi, a pie	0.04%	0.00%
Taxi, bus	0.65%	0.00%
Taxi, Indriver	20.84%	11.39%
Taxi, Indriver, Transcaribe	0.41%	0.00%
Taxi, Transcaribe	0.44%	0.00%
Transcaribe	0.48%	0.00%
Transcaribe, bus	0.73%	1.33%
Transcaribe, bus, moto	0.21%	0.00%
Vehículo rentado u alquilado	1.32%	3.78%
Total general	100.00%	100.00%

Fuente: Encuesta

El gasto promedio en transporte urbano fue de \$239,534, siendo este mayor en el caso de los visitantes internacionales (\$436,429) que en los de origen nacional (\$214,361).

Tabla 11. ¿Cuánto fue su gasto total en transporte urbano?

Lugar de residencia	Promedio	Suma
Colombia	\$214,361	\$46,945,009
Otro país	\$436,429	\$12,220,000
Total general	\$239,534	\$59,165,009

Fuente: Encuesta

En cuanto a la alimentación, el gasto promedio total alcanzó los \$472,000, valor que resultó más alto en los encuestados que provenían de otros países (\$1,157,241) que en los de origen nacional (\$382,081). De otra parte, el gasto total en este rubro para toda la muestra fue de \$118,000,000, mayor que el de los encuestados que residen en Colombia (\$84,440,000).

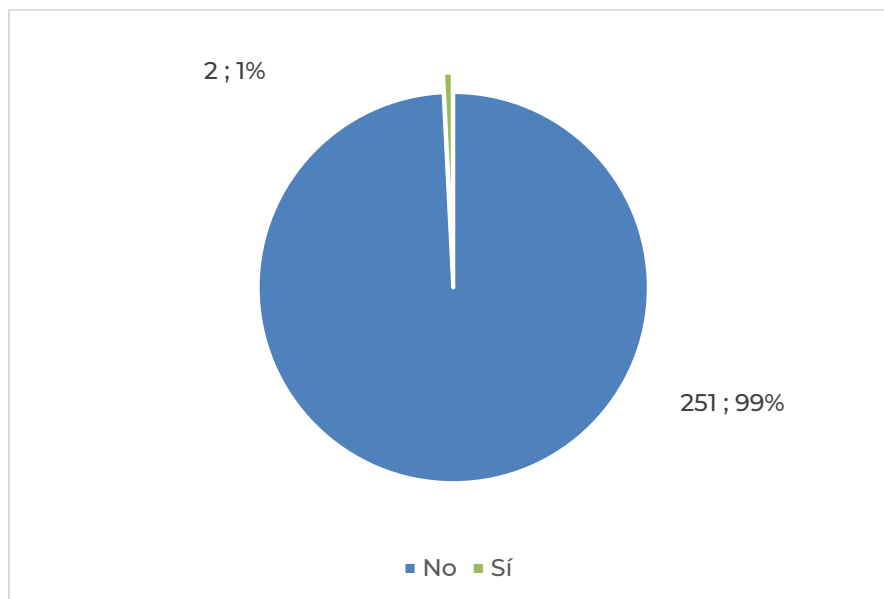
Tabla 12. ¿Cuál fue su gasto total en alimentación?

Lugar de residencia	Promedio	Suma
Colombia	\$ 382,081	\$ 84,440,000
Otro país	\$1,157,241	\$ 33,560,000
Total, general	\$ 472,000	\$118,000,000

Fuente: Encuesta

Con relación al gasto en salud, solo dos personas afirmaron haber efectuado un gasto de este tipo, reportando un promedio de \$175,000 y un gasto total de \$355,000.

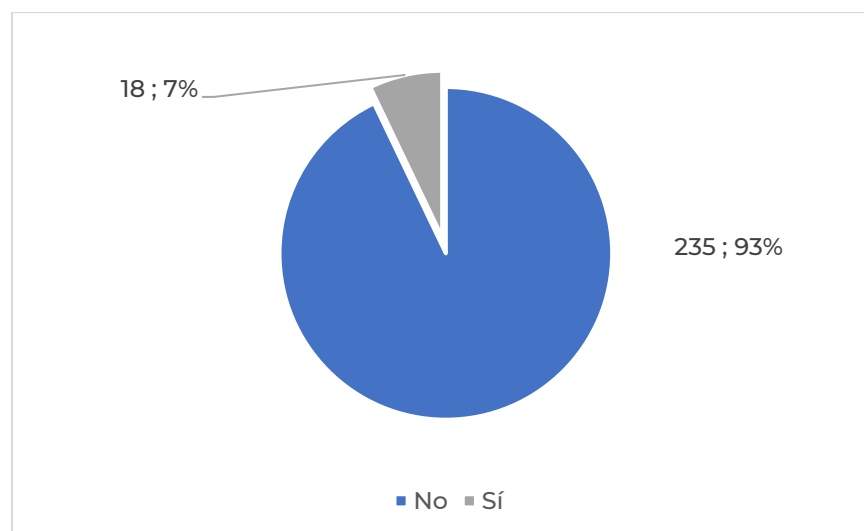
Gráfico 13. Durante su estadía en la ciudad, ¿Efectuó algún gasto en la prevención o recuperación de su salud?



Fuente: Encuesta

Por su parte, los gastos relacionados con calzado y accesorios fueron efectuados por el 7% de los encuestados, alcanzando un promedio de \$255,444. El gasto total de la muestra ascendió \$4,598,000.

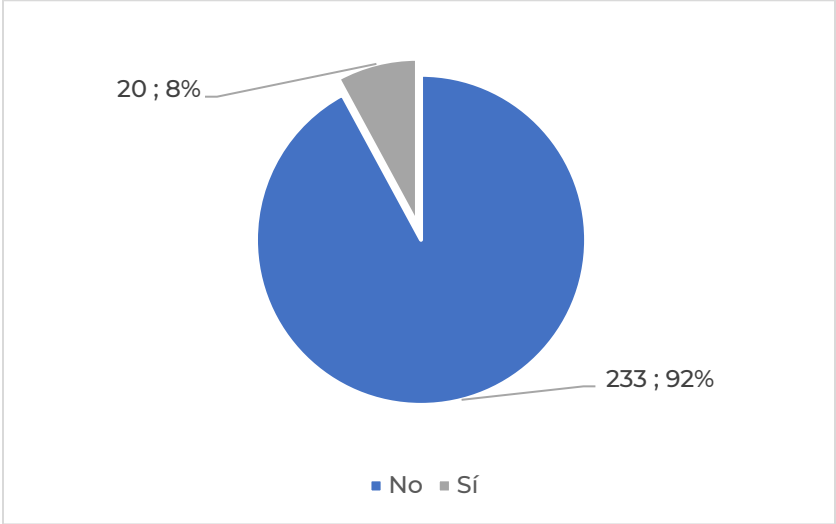
Gráfico 14. Durante su estadía en la ciudad, ¿Tuvo gastos en vestuario, calzado y accesorios de moda?



Fuente: Encuesta

Solo 15 personas efectuaron gastos en souvenirs, lo que representó el 8% del total de participantes de la encuesta. De esta manera, el gasto promedio en este rublo fue de \$255,500, con una suma total de \$5,110,000 para toda la muestra.

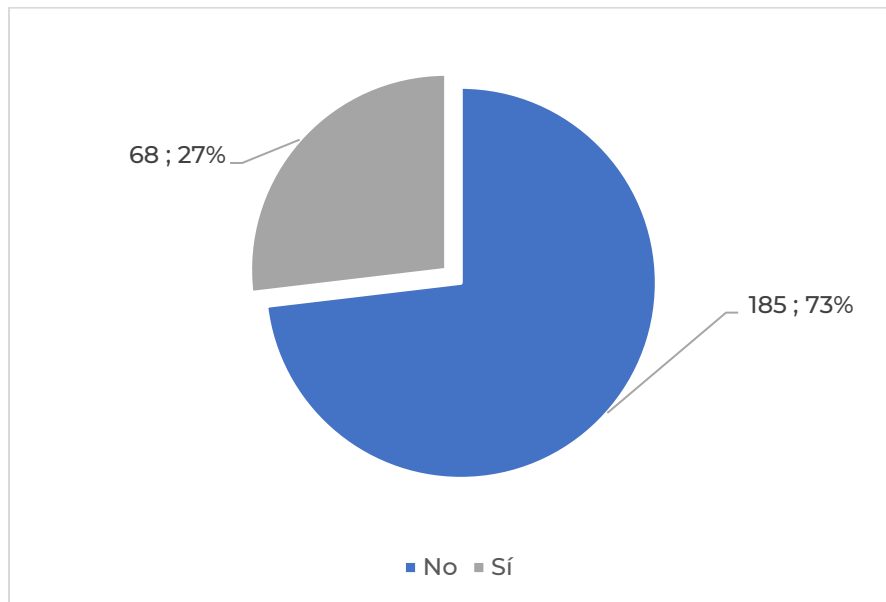
Gráfico 15. Durante su estadía en la ciudad ¿Realizó algún gasto en souvenirs?



Fuente: Encuesta

Un total de 68 personas afirmó haber comprado bebidas alcohólicas, lo que significa el 27% del total de los encuestados, quienes a su vez registraron un consumo promedio de \$362,721 y un consumo total de \$24,665,009.

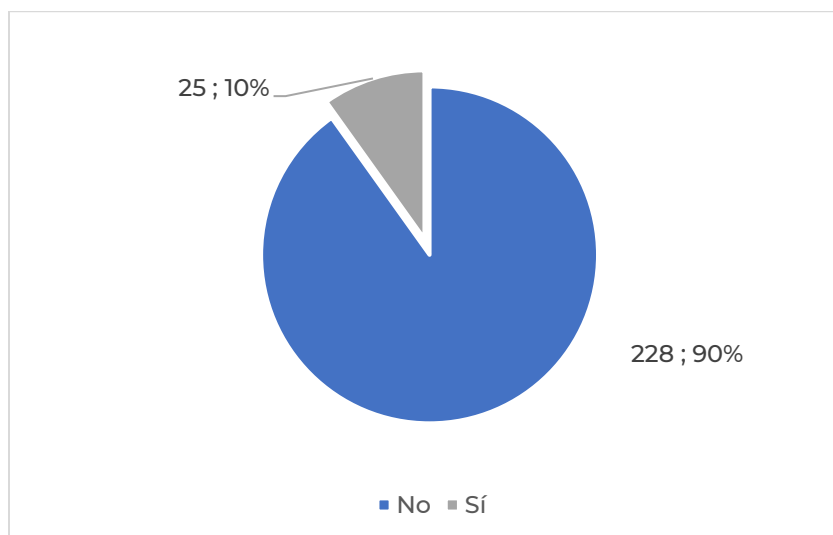
Gráfico 16. En su estancia en la ciudad, ¿Realizó gastos en bebidas alcohólicas?



Fuente: Encuesta

Solo el 10% de los encuestados, es decir, 20 personas, realizaron gastos en museos, con un gasto promedio de \$181,600. En conjunto, el gasto total en museos fue de \$4,540,000.

Gráfico 17. ¿Efectuó algún gasto en entradas a los museos de la ciudad o sitios turísticos?

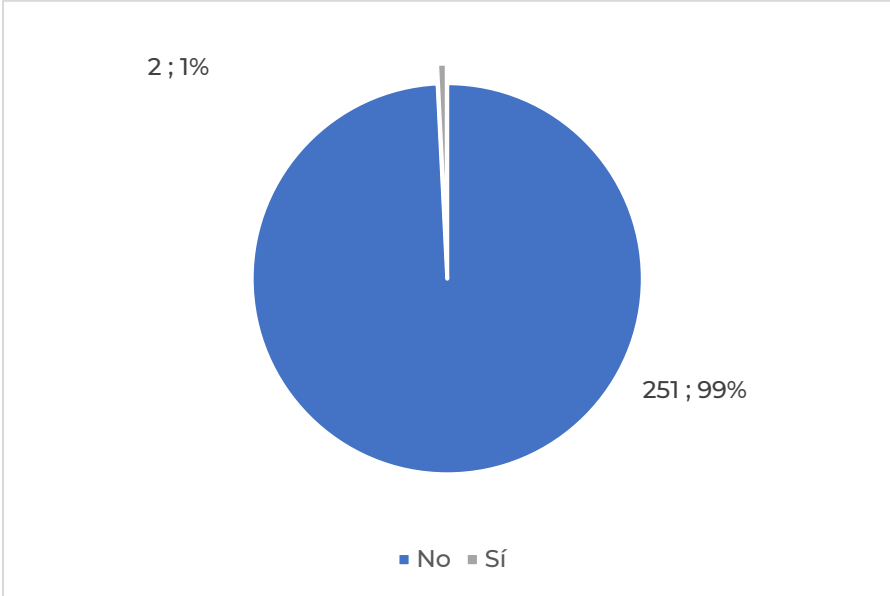


Fuente: Encuesta

Los museos, unos de los más importantes atractivos turísticos de la ciudad, fueron visitados por el 10% de los encuestados, quienes a su vez efectuaron un gasto promedio en las entradas a estos lugares de \$181,600, lo que para toda la muestra significó \$4,540,000.

Sobre el consumo de paquetes turísticos, apenas dos personas compraron estos servicios.

Gráfico 18. ¿Adquirió paquetes turísticos?



Fuente: Encuesta

Como ha podido notarse, hay una diferencia en el perfil del consumo de las personas que residen fuera del país y en Colombia. Para probar esto, se hizo una prueba de hipótesis de diferencia de medias con el estadístico t student, se pudo demostrar para la mayoría de los tipos de gastos, que el promedio del consumo de los visitantes internacionales es superior al de los de origen nacional; solo el gasto en de souvenirs y moda no presentó tal diferencia (ver Tabla 13)

Tabla 13. Diferencia de medias entre la población visitantes internacionales vs nacionales

Variables	Observaciones	Promedio Colombia	Promedio otro país	Diferencia	T	Pr(T > t)
¿Cuál fue su gasto total en hospedaje?	151	621,889	1,691,200	-1,069,311	-5.67	0,0000***
¿Cuál fue su gasto total en transporte urbano?	247	214,361	436,429	-222,068	-6.90	0,0000***
¿Cuál fue su gasto total en alimentación?	250	382,081	1,157,241	-775,160	-9.83	0,0000***
¿Cuánto fue su gasto total en moda?	18	212,714	405,000	-192,286	-1.67	0.1150
¿Cuál fue su gasto total en souvenirs?	20	225,625	375,000	-149,375	-0.78	0.4448
¿Cuál fue su gasto total en bebidas alcohólicas?	68	278,334	800,000	-521,667	-6.80	0,0000***
¿Cuál fue su gasto total en entrada a los museos?	25	156,000	284,000	-128,000	-3.16	0.0043**
Total, consumo	253	1,050,518	3,496,552	-2446034	-9.81	0,0000***

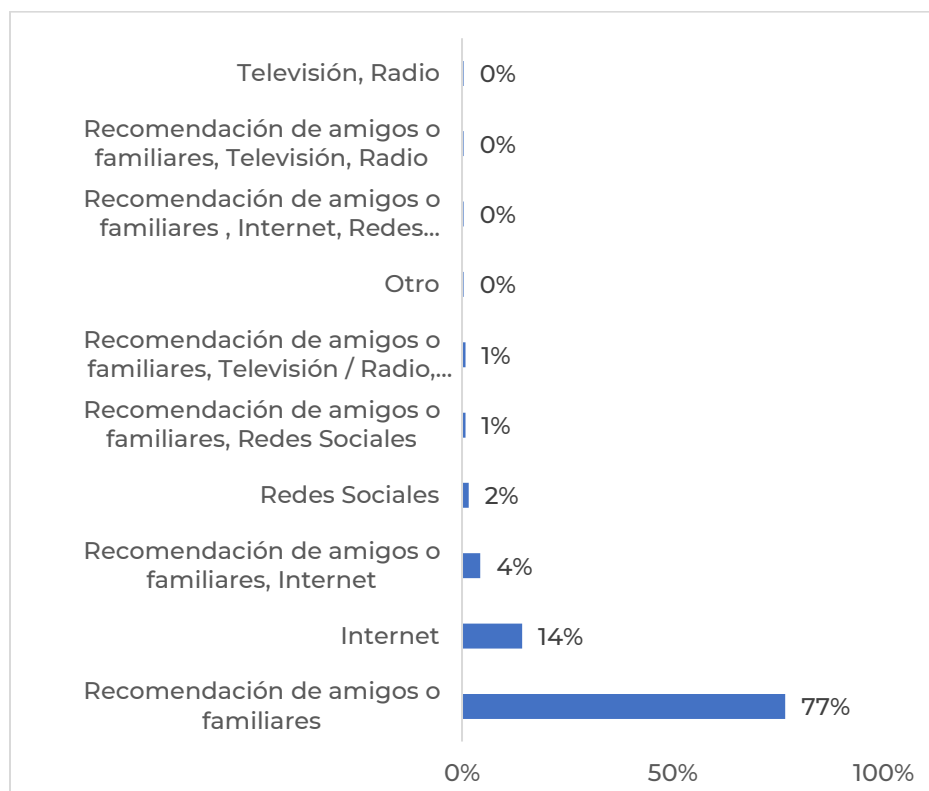
*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Fuente: Encuesta

3. Percepción sobre la ciudad

El medio más frecuente por el cual los visitantes se informaron acerca de la ciudad fue amigos y familiares con un 77%, seguido por un 14% que afirmó haberlo hecho por medio de internet. Solo el 2% dijo haber obtenido información a través de las redes sociales. Cuando se hizo este análisis según lugar de residencia del visitante, se encontró que en el caso de los que venían de otros países, el uso del internet para enterarse acerca de Cartagena y sus lugares turísticos, fue mayor con un 70.97% frente a un 12.69% por parte de los visitantes nacionales; mientras que, la recomendación de amigos o familiares fue más frecuente en los visitantes de origen nacional (80.89%) que en los extranjeros (26.88%).

Gráfico 19. ¿Por qué medio se enteró de Cartagena y sus lugares turísticos?



Fuente: Encuesta

Tabla 14. ¿Por qué medio se enteró de Cartagena y sus lugares turísticos? P% según lugar de residencia.

Medio	Colombia	Otro país
Internet	12.69%	70.97%
Otro	0.06%	0.00%
Recomendación de amigos o familiares	80.89%	26.88%
Recomendación de amigos o familiares, Internet	3.64%	0.00%
Recomendación de amigos o familiares, Internet, Redes sociales	0.35%	0.00%
Recomendación de amigos o familiares, Redes sociales	0.53%	1.25%
Recomendación de amigos o familiares, Televisión o Radio	0.29%	0.00%
Recomendación de amigos o familiares, Televisión o Radio, Internet	0.03%	0.15%
Redes sociales	1.45%	0.76%
Televisión o radio	0.07%	0.00%
Total general	100.00%	100.00%

Fuente: Encuesta

En una escala de 1 a 5, donde 1 representa "nada satisfecho" y 5 "muy satisfecho", la mayoría de las personas calificaron positivamente los diferentes atractivos turísticos y lugares de la ciudad.

En cuanto a la percepción que los visitantes tuvieron de los lugares turísticos, la mayoría de los que estuvieron en ellos los calificaron como muy satisfechos y satisfechos; esto puede verse en la **Tabla 15** donde el color verde indica una proporción mayor y el rojo una proporción baja. Por ejemplo, el 60% de los que visitaron las playas dentro de la ciudad, afirmaron haber quedado muy satisfecho con ellas y, el 34% dijo a haber quedado satisfecho -ambos porcentajes suman el 94%-; estos porcentajes están en color verde; mientras que solo el 2% dijo haber quedado nada satisfecho, ese porcentaje aparece en color rojo.

Vale anotar que dos personas visitaron el Centro de Convenciones de Cartagena y manifestaron haber tenido una experiencia satisfactoria.

De otra parte, las personas que visitaron las islas, 53 de ellas se embarcaron en el Muelle de la Bodeguita.

Tabla 15. Satisfacción de los sitios turísticos visitados.

Lugar	Escala				
	1=nada satisfecho	2=poco satisfecho	3 = mediana mente satisfecho	4 = satisfecho	5 =muy satisfecho
Centro Histórico	3%	1%	1%	41%	54%
Castillo de San Felipe	4%	0%	2%	47%	48%
Cerro de la Popa	3%	0%	4%	62%	31%
Barrio Getsemaní	0%	0%	1%	43%	57%
Islas del Rosario	0%	0%	0%	64%	36%
Playa Blanca – Barú	2%	0%	4%	62%	32%
Las playas dentro de la ciudad (Bocagrande, Manzanillo, Castillo grande, Marbella, La Boquilla)	2%	2%	3%	34%	60%
Tierra Bomba (Bocachica, Punta Arena, Caño del Loro)	3%	0%	0%	71%	26%
Centros comerciales en la zona turística de la ciudad	3%	0%	4%	51%	42%
Algún restaurante o bar emblemático en la zona turística de la ciudad	1%	1%	6%	58%	34%

Coches halados por caballos	0%	0%	7%	69%	24%
Tour en chiva	0%	0%	6%	56%	38%

Fuente: Encuesta

El promedio de la calificación entre los visitantes de otros países y los de origen nacional, con relación a los lugares visitados, presentó una diferencia estadísticamente significativa solo en el caso de coches halados por carreta, atracción que fue mejor percibida por los extranjeros que por los nacionales (Tabla 16).

Tabla 16. Diferencia de medias, visitantes extranjeros vs visitantes nacionales.

Variables	Observaciones	Promedio Colombia	Promedio otro país	Diferencia	T	Pr(T > t)
Centro histórico	225	4.41	4.60	-0.20	-1.14	0.2542
Castillo San Felipe	169	4.32	4.59	-0.27	-1.43	0.1552
Cerro de la Popa	108	4.15	4.47	-0.32	-1.51	0.1328
Barrio Getsemaní	152	4.56	4.58	-0.03	-0.17	0.8654
Islas del Rosario	39	4.31	4.57	-0.26	-1.29	0.2058
Playa de Barú	39	4.31	4.57	-0.26	-1.29	0.2058
Playas de la ciudad	188	4.48	4.48	0.00	0.00	0.9977
Tierra Bomba, Boca Chica, Punta arena	38	4.11	4.40	-0.29	-1.15	0.2560
Algún restaurante bar emblemático de la zona turística de la ciudad	186	4.21	4.31	-0.10	-0.68	0.4977
Coches halados por carreta	55	4.05	4.64	-0.59	-3.62	0.0007***

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

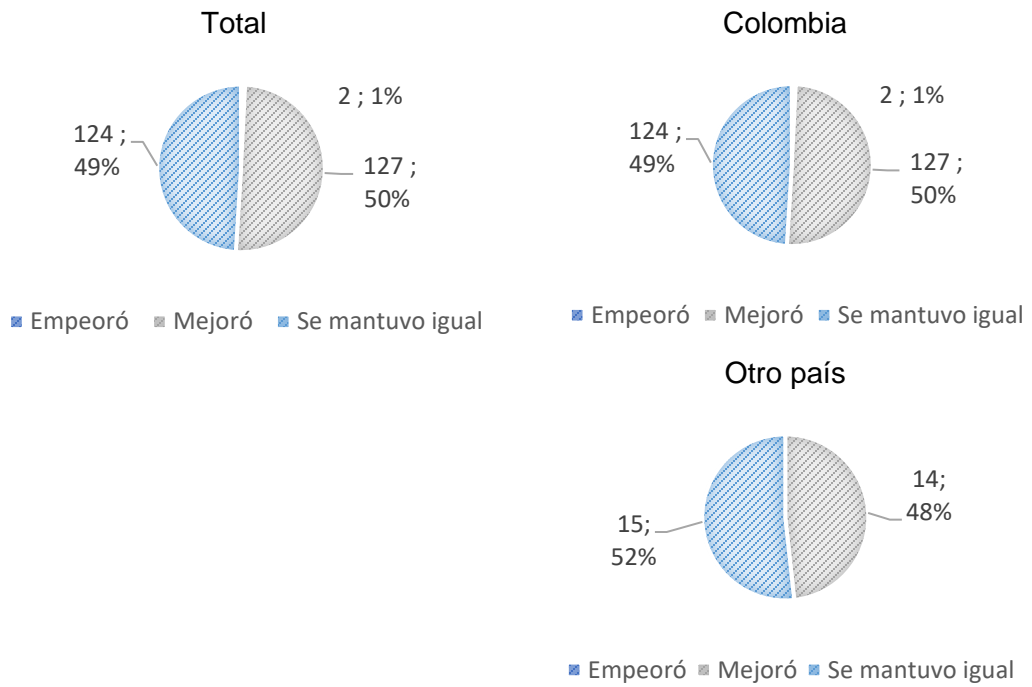
Fuente: Encuesta

Con relación a la ciudad, la mitad de las personas encuestadas afirmaron sentir que sus expectativas resultaron ser superadas luego de su estancia, en este mismo sentido, un 65% y 33% se sintieron muy satisfechos y satisfechos en su visita.

Según lugar de residencia del turista, la proporción de los que afirmaron que su percepción sobre la ciudad mejoró luego de su visita, fue para los que viven en Colombia y fuera del país de un 50% y 48% respectivamente.

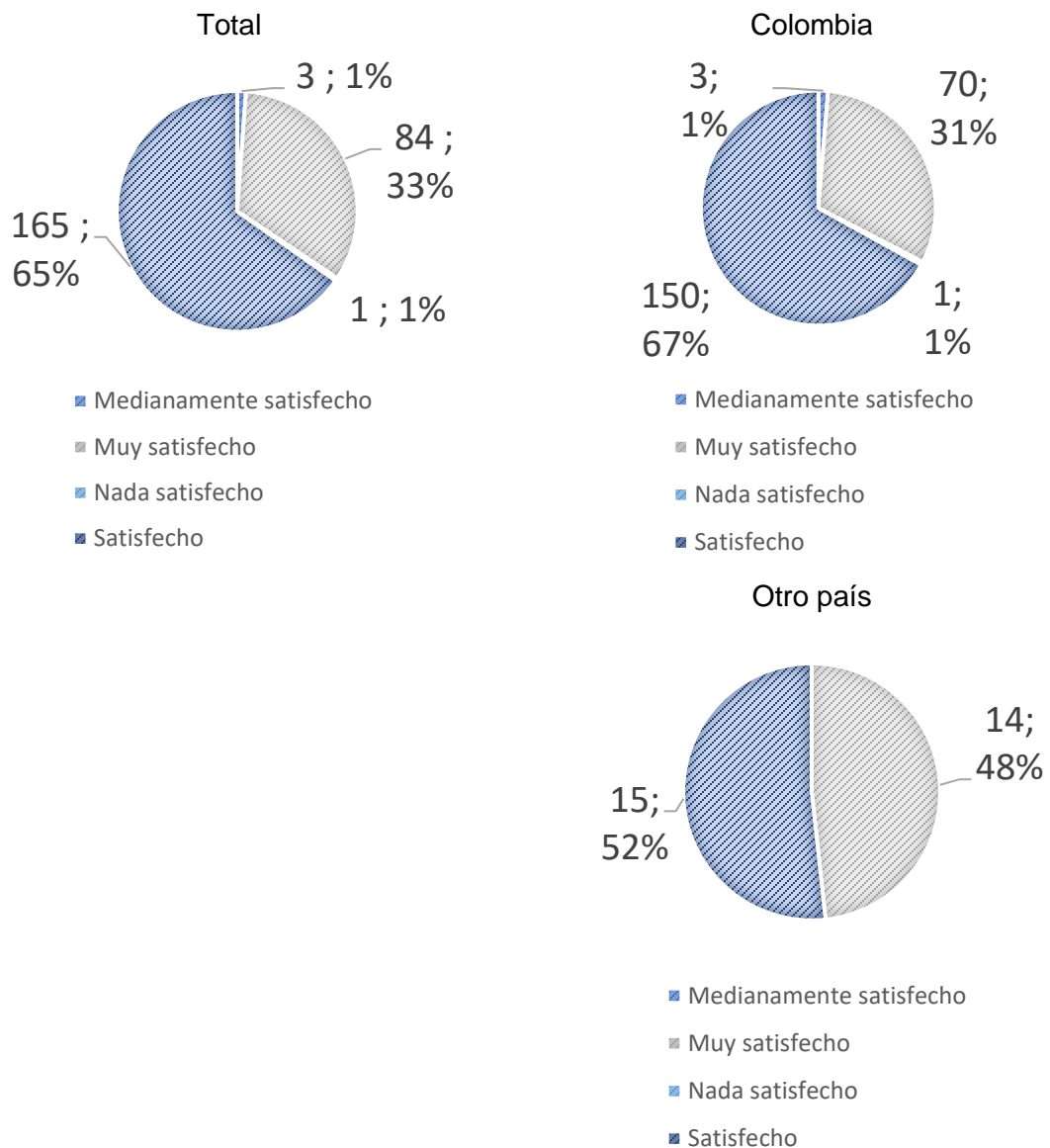
Por su parte, la proporción de los que afirmaron haber quedado muy satisfechos con la visita a la ciudad fue superior en los extranjeros (48%) que en los de origen nacional (31%).

Gráfico 20. Con respecto a sus expectativas antes de llegar a la ciudad, su percepción:



Fuente: Encuesta

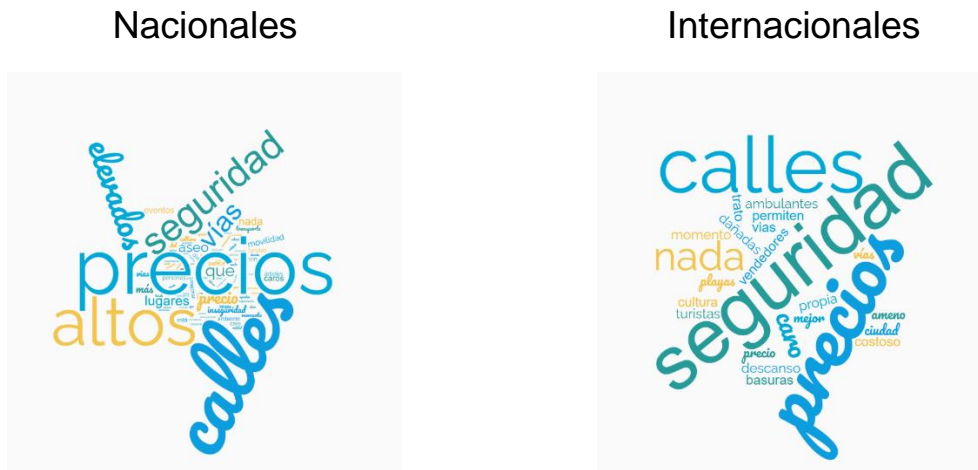
Gráfico 21. ¿Cómo califica en general la satisfacción con su visita a Cartagena?



Fuente: Encuesta

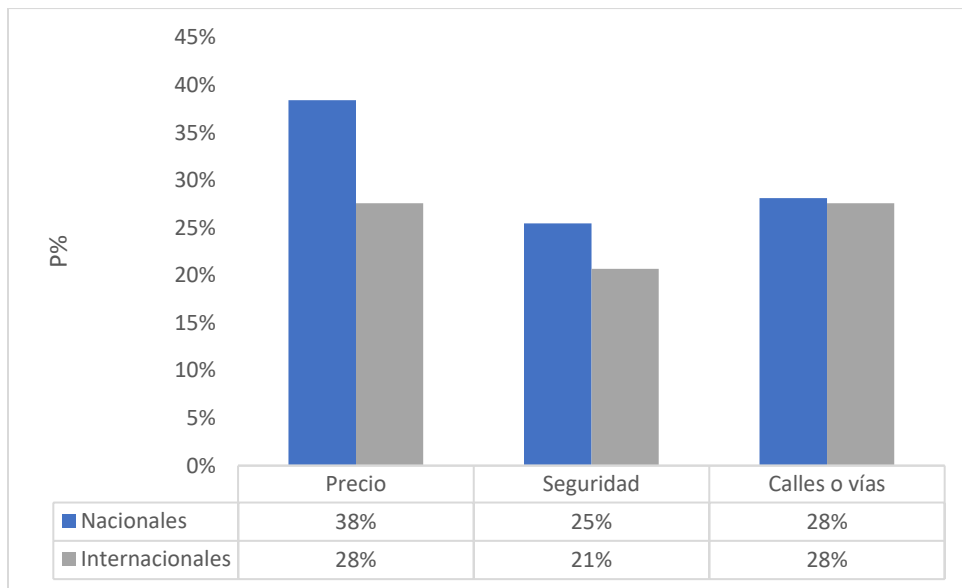
Los aspectos de la ciudad que fueron destacados como positivos, según los visitantes, fueron las playas (50% de los encuestados), el centro histórico, los lugares de la ciudad, los museos, el Castillo San Felipe y la hospitalidad de las personas. Cuidar y potenciar estos atributos contribuirán a mejorar la experiencia de los turistas.

Ilustración 3. ¿Cuáles aspectos de Cartagena deben mejorar? según lugar de residencia.



Fuente: Encuesta

Gráfico 22. P% del número de palabras más comunes con relación a los visitantes según origen de estos.



Fuente: Encuesta

La mayoría de las personas calificaron con 4 “satisfecho”, en una escala de 1 a 5 a buena parte de los aspectos asociados al servicio turístico. No obstante, hay algunos aspectos que merecen atención, debido a que algunos visitantes experimentaron baja satisfacción en ellos (ver tabla 17), estos son: aseo, limpieza y saneamiento ambiental de la ciudad, el

comportamiento de los vendedores ambulantes y la seguridad. En números:

- El 12% dijo estar poco satisfecho con la seguridad de la ciudad, un 19% dijo estar medianamente satisfecho.
- El 15% dijo estar medianamente satisfecho con el comportamiento de los vendedores ambulantes.
- El 25% dijo estar medianamente satisfecho con el aseo y el saneamiento ambiental de la ciudad. El 4% dijo estar poco satisfecho.

Tabla 17. Satisfacción de los siguientes aspectos

Aspecto	Escala					
	1=nada satisfecho	2= poco satisfecho	3 = medianamente satisfecho	4 = satisfecho	5 =muy satisfecho	No responde
Transporte marítimo	0%	0%	3%	30%	8%	58%
Transporte terrestre	0%	0%	9%	48%	13%	30%
Movilidad y señalización	0%	2%	7%	63%	16%	12%
Información turística	0%	0%	7%	48%	19%	26%
Hoteles / Hostales	0%	0%	3%	42%	39%	16%
Guías turísticos	0%	1%	6%	42%	15%	36%
Seguridad	1%	12%	19%	55%	12%	2%
Comportamiento de los vendedores ambulantes	2%	2%	15%	56%	12%	12%
Hospitalidad del cartagenero	0%	0%	5%	45%	49%	0%
Aseo, limpieza y/o saneamiento ambiental de la ciudad	0%	4%	25%	54%	13%	4%

Fuente: Encuesta

Los visitantes internacionales valoraron mejor, los diferentes aspectos asociados al servicio turístico, que los nacionales. La Tabla 18 presenta los promedios de la calificación que dieron ambos grupos, siendo 1 nada satisfecho y 5 muy satisfecho; la prueba de hipótesis deja ver que la diferencia en los promedios es estadísticamente significativa a excepción de la Hospitalidad del cartagenero, donde ambos grupos calificaron con similar puntuación.

Tabla 18. Diferencia de medias según lugar de residencia en satisfacción de los siguientes aspectos

Variables	Observaciones	Promedio Colombia	Promedio otro país	Diferencia	T	Pr(T > t)
Transporte marítimo	105	4.05	4.32	-0.27	-1.8	0.075*
Transporte terrestre	177	4.01	4.28	-0.27	-2.2	0.032**
Movilidad y señalización	222	4.03	4.32	-0.30	-2.6	0.011***
Información turística	187	4.12	4.31	-0.19	-1.5	0.130
Hoteles y hostales	213	4.39	4.63	-0.24	-2.0	0.048**
Guías turísticos	163	4.06	4.46	-0.40	-3.2	0.002**
Seguridad	248	3.61	4.03	-0.42	-2.5	0.014***
Comportamiento de los vendedores	222	3.79	4.11	-0.31	-2.0	0.049**
Hospitalidad del cartagenero	252	4.44	4.45	-0.01	-0.1	0.941
Aseo, limpieza y/o saneamiento ambiental	244	3.73	4.18	-0.45	-3.1	0.003**

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Fuente: Encuesta

Conclusiones

La mayor parte de los visitantes encuestados en la temporada de medidos de año provino de otras ciudades del país, siendo Bogotá, Medellín, Barranquilla y Cali las más comunes. En cuanto a las características generales de ellos, un buen número tienen formación académica superior al bachillerato y están en un rango de edad de entre 21 y 40 años.

Por su parte, los gastos en hospedaje, alimentación y transporte mostraron diferencias entre los visitantes internacionales y los nacionales, lo que evidencia un posible contraste en el perfil de ambos grupos. El gasto total promedio en hospedaje fue el más alto con \$798,927, seguido por el gasto promedio en alimentación (\$472,000), bebidas alcohólicas (\$362,721), suvenires (\$255,500), vestuario, calzado y accesorios de moda (\$255,444) y salud (\$177,500).

En lo relacionado a la precepción de la ciudad, la mayoría de los visitantes tuvo una mirada positiva de ésta, se sintieron muy satisfechos con algunos lugares como el Centro Histórico, las playas, los centros comerciales, el barrio Getsemaní y el Castillo San Felipe. No obstante, percibieron aspectos que deben ser atendidos como la seguridad, el

aseo en las calles, la movilidad y los altos precios; problemas que merecen ser subsanados si se desea mejorar la experiencia de las personas que visitan la ciudad.