



DATA CLOCK

CARTAGENA DE INDIAS

Edición N° 1 Enero - Septiembre 2025.

El índice de satisfacción del visitante en el destino - GTPI

analiza el sentimiento general
sobre el destino basado en la
percepción de la experiencia
en hoteles, producto turístico,
seguridad y clima.

GTPI
80,06
2025

GTPI
71,86
2024

CONECTIVIDAD



VUELOS
19,2K
▼▼ 0,75%



ASIENTOS
3,38M
▼▼ 1,4%

Top 10 Países: Vuelos

País	Actual	Anterior	Variación%
Colombia	15.160	15.611	-2,85%
Estados Unidos	1.467	1.563	-6,14%
Panamá	1.195	1.178	1,44%
Perú	553	423	30,73%
Costa Rica	264	234	12,82%
México	223	-	100,00%
República Dominicana	210	269	-21,93%
Canadá	65	64	1,56%
Ecuador	46	-	100,00%
Chile	26	25	4,00%
Otros	12	12	100,00%
TOTAL	19.221	19.367	-0,75%

Top 10 destinos: Asientos

País	Actual	Anterior	Variación%
Colombia	2.652.078	2.771.631	-4,3%
Estados Unidos	269.795	277.729	-2,9%
Panamá	214.527	213.461	0,5%
Perú	91.744	70.376	30,4%
Costa Rica	47.049	42.120	11,7%
República Dominicana	37.854	36.565	3,5%
México	37.796	-	100,0%
Canadá	12.922	12.715	1,6%
Ecuador	8.280	-	100,0%
Chile	4.654	3.118	49,3%
Otros	3.622	3.622	100,0%
TOTAL	3.380.321	3.427.715	-1,4%



Top 5 Aéreo Lineas: Asientos

Fecha de consulta: Enero - Septiembre 2025.
Fuente: Mabrian, 2025. Elaboración CORPOTURISMO.

Para diciembre de 2025, se proyecta una disminución de 1,20 % en la oferta de sillas hacia Cartagena, debido a la menor capacidad de vuelos nacionales e internacionales provenientes de Estados Unidos, Panamá y República Dominicana. En este escenario se espera una reducción en la capacidad de sillas en el periodo (sep-dic 25) del 1,14 %

-1,20%

RESERVAS



USA
10.037



México
5.714



España
3.357



Perú
2.722



Brasil
2.472



Argentina
1.788



Chile
1.705



Canada
1.171



Ecuador
742

TOTAL 90.627

Septiembre - diciembre 2025, Mabrian

TOTAL 86.639

Septiembre - diciembre 2024, Mabrian

Para el periodo comprendido entre septiembre y diciembre de 2025, se proyecta un aumento de 5,5% en la demanda turística hacia el destino, lo que representa un total de **90.627 RESERVAS.**

En este escenario, el número de reservas aumenta en 4.984 respecto al mismo periodo de 2024.

+5,5%



PASAJEROS
90,6K
▲▲ 4,6 %
Periodo anterior

DURACIÓN
5,1 DIAS
▲▲ 2,0 %
Periodo anterior

ANTELACIÓN
67,2 DIAS
▲▲ 4,2 %
Periodo anterior

Fecha de consulta: Enero - Septiembre 2025.
Fuente: Mabrian, 2025. Elaboración CORPOTURISMO.

PERFIL VISITANTE

Grupo de viaje



PAREJAS
40,2%



FAMILIA
26,9%



SOLO
17,0%



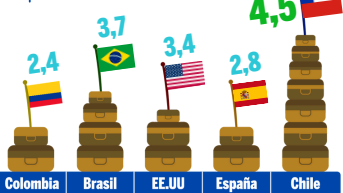
AMIGOS
15,9%

La mayoría de los turistas que llegan a Cartagena viajan en pareja (40,2%), seguidos por quienes lo hacen en familia (26,9%).

Duración de turistas: Noches



En promedio, todos los turistas que llegan a nuestro destino, se quedan **3 noches.**



Fecha de consulta: Enero - Septiembre 2025.
Fuente: Mabrian, 2025. Elaboración CORPOTURISMO.



Alojamientos de Corta Duración en Cartagena.

TOTAL ALOJAMIENTOS

9.139

▲▲ 0,9%
Periodo anterior

CON LICENCIA

8.625

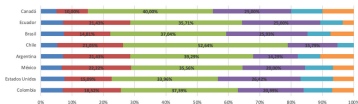
▲▲ 1,0%
Periodo anterior

SIN LICENCIA

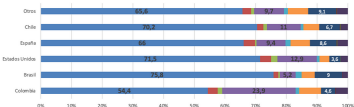
510

▲▲ 1,0%
Periodo anterior

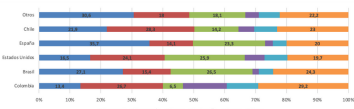
Edades



Por Tipo de Alojamiento



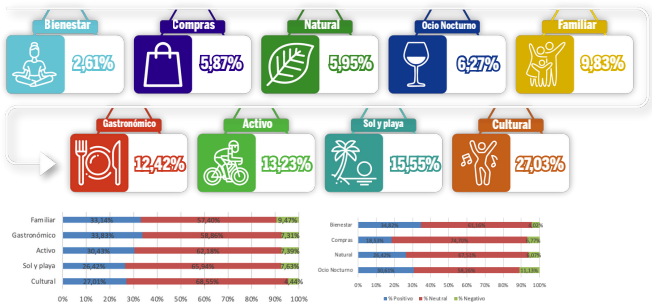
Zonas preferidas para alojarse



Alojamientos de corta duración

GESTION DE PRODUCTOS TURISTICOS

Los productos turísticos con mayor interés en Cartagena son



En Cartagena, la percepción turística muestra predominio de opiniones neutrales (57-68%), con picos positivos en Bienestar (34,4%), Gastronomía (33%) y Familiar (33%).

Indice de seguridad



La percepción de seguridad que tienen los visitantes en Cartagena de Indias alcanza un valor de 89,58.

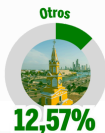
Este resultado evidencia un nivel favorable en la valoración del destino, dado que el indicador se construye a partir del volumen de menciones negativas relacionadas con la seguridad.



Los atractivos con mayor interés son

Los atractivos con mayor interés son la Ciudad Amurallada (29,94%), la Casa de la Alcaldía y Getsemaní, que concentran el mayor interés cultural e histórico. Les siguen el Castillo San Felipe y las Islas del Rosario como referentes naturales y patrimoniales, mientras que Bocagrande, Playa Blanca e Isla Barú destacan en la oferta de sol y playa.

(01/01/2025 - 30/09/2025)



Fecha de consulta: Enero - Septiembre 2025.
Fuente: Mabrian, 2025. Elaboración CORPOTURISMO.

FICHA TECNICA

DESEMPEÑO DEL DESTINO.

GTPÍ: analiza el sentimiento general sobre el destino basado en la percepción de la experiencia en hoteles, producto turístico, seguridad y clima.

CONECTIVIDAD.

Este componente mide la disponibilidad de vuelos y asientos hacia el destino, considerando el top 10 de países emisores y las principales aerolíneas que operan en el periodo analizado.

Variables incluidas:

- Número de vuelos programados hacia el destino.
- Número de asientos disponibles hacia el destino.
- Principales aerolíneas que operan la ruta.
- Distribución por país emisor (Top 10).
- Fuente de información:
- Cirium
- Travelport
- OTAs (Online Travel Agencies)

RESERVAS.

Análisis de las reservas efectivas. Recoge datos de reservas efectivas confirmadas a través de los GDSs (MIDT data) y los compara de manera interanual desagregado por orígenes.

Incluye:

- Variables incluidas
- Volumen total de pasajeros efectivos, desagregado por país.
- Evolución interanual de reservas por orígenes.
- Estancia media real.
- Días de anticipo de compra.
- Estimación del volumen total de pasajeros entrantes.

Fuente de información:

- Cirium
- Travelport
- OTAs (Online Travel Agencies)

PERFIL DE VISITANTE.

Analiza el perfilado de cliente de las diferentes tipologías alojativas y permite determinar tendencias de demanda para cada mercado de origen contratado, a través de las valoraciones de los visitantes.

**Variables incluidas:**

- Identificación de los principales mercados de origen.
- Identificación del grupo de viaje: solo, parejas, familias y grupo de amigos. Desagregado por mercados de origen. Rango de edades desagregados por origen.
- Estancia media. Desagregado por mercados de origen.
- Demanda por región del destino. Identifica las zonas del destino más demandadas. Desagregado por mercados de origen. Demanda de tipo de alojamiento y sus categorías. Hotelero, B&B, apartamento, Hostal, otros. Desagregado por mercados de origen.
- Mapa de geolocalización con la distribución de alojamientos en destino, identificando los alojamientos más populares para cada mercado de origen.

Fuente: Booking.com

GESTIÓN DE PRODUCTOS TURISTICOS.

Capta, filtra, analiza y presenta toda la información con relevancia turística compartida de manera espontánea en Medios Sociales y portales turísticos on-line (Big Data) sobre un destino turístico concreto.

Variables incluidas:

- Análisis de menciones por productos turísticos. Desagregado por subproductos y atractivos en cada familia.
- Índice de sentimiento (positivo, negativo o neutral) o Distribución de menciones por nacionalidades y productos turísticos o Desglose de subproductos y atractivos turísticos concretos relacionados con cada uno de los productos turísticos.
- Análisis de los principales atractivos turísticos. Detecta y analiza los principales atractivos turísticos del destino según el volumen de menciones. (Ranking de las principales atracciones turísticas según el volumen de menciones; Análisis de menciones de cada atracción por mercados).

Fuente de información:
Instagram, X, Google, TripAdvisor