



DATA

CLOCK

CARTAGENA DE INDIAS

Edición N° 2

Periodo de Análisis: Enero - Octubre 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
79,30

2025

CONECTIVIDAD

VUELOS Ene-Oct 2025



21,3K

▼▼ 1,0%

ASIENTOS Ene-Oct 2025



3,75M

▼▼ 1,7%

Top 10 países: Vuelos Enero - Octubre

País	2025	2024	Variación%
Colombia	16.939	17.396	- 457 -2,63%
Estados Unidos	1.556	1.703	- 147 -8,63%
Panamá	1.325	1.312	13 0,99%
Perú	601	480	121 25,21%
Costa Rica	290	259	31 11,97%
México	254	-	254 100,00%
República Dominicana	218	302	- 84 -27,81%
Canadá	67	65	2 3,08%
Ecuador	46	-	46 100,00%
Chile	26	25	1 4,00%
Otros	12	-	12 100,00%
TOTAL	21.334	21.542	- 208 -0,97%

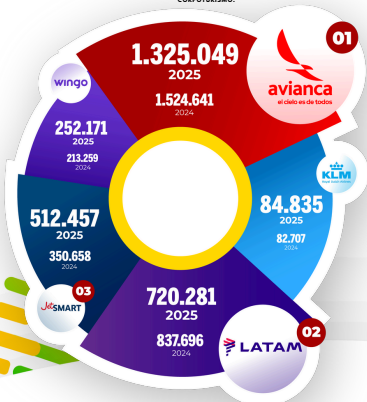
Top 10 países: Vuelos Enero - Octubre

País	2025	2024	Variación%
Colombia	2.959.598	3.085.828	- 126.230 -4,09%
Estados Unidos	286.016	303.137	- 17.121 -5,65%
Panamá	237.844	238.086	- 242 -0,10%
Perú	99.775	79.874	19.901 24,92%
Costa Rica	51.715	46.620	5.095 10,93%
México	42.942	-	42.942 100,00%
República Dominicana	39.174	41.205	- 2.031 -4,93%
Canadá	13.320	12.914	406 3,14%
Ecuador	8.280	-	8.280 100,00%
Chile	4.654	3.118	1.536 49,26%
Otros	3.622	-	3.622 100,00%
TOTAL	3.746.940	3.810.782	- 63.842 -1,68%



Top 5 Aéreas: Asientos Enero - Octubre 2025

Fecha de consulta: Noviembre 19 de 2025.
Fuente: Con base a Mabrian, 2025. Elaboración
CORPOTURISMO.



Para el periodo noviembre a diciembre de 2025, se proyecta una oferta de 776.235 sillas, una disminución del 1,0 % en la oferta de sillas hacia Cartagena,

en razón de una menor oferta de vuelos y sillas nacionales e internacionales provenientes principalmente de Estados Unidos, Panamá, Perú, Costa Rica y República Dominicana. En este escenario se espera una reducción en la capacidad de sillas del 1,0%.

-1,00%

RESERVAS



TOTAL 50.733

Noviembre - Diciembre 2025

TOTAL 44.470

Noviembre - Diciembre 2024

Para el periodo comprendido entre noviembre y diciembre de 2025, se proyecta un aumento de 14,1%

en las reservas de vuelos hacia el destino, lo que representa un total de

50.733 RESERVAS.

un aumento en el número de reservas en 6.263 respecto al mismo periodo de 2024.

+14,1%



DURACIÓN
5,7 DIAS
0%
Periodo anterior

PASAJEROS
50.7K
▲ 14,1%
Periodo anterior

ANTELACIÓN
75,5 DIAS
▲ 3.3%
Periodo anterior

Fecha de Consulta: Noviembre 19 de 2025.
Fuente: Mabrian, 2025. Elaboración CORPOTURISMO.

PERFIL VISITANTE Enero - Octubre 2025

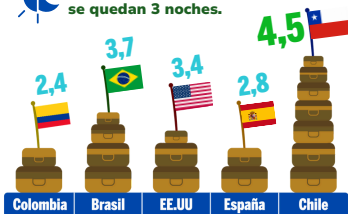
Grupo de viaje



La mayoría de los turistas que llegan a Cartagena viajan en pareja (40,0%), seguidos por quienes lo hacen en familia (26,8%).

Duración de turistas: Noches

En promedio, los turistas que llegan a Cartagena, se quedan 3 noches.



Fecha de Consulta: Enero - Octubre 2025.
Fuente: Con base a Mabrian, 2025. Elaboración CORPOTURISMO.



Alojamientos de Corta Duración en Cartagena Noviembre de 2025



TOTAL ALOJAMIENTOS

9.242

▲▲ 1,1%
Periodo anterior

CON LICENCIA

8.733

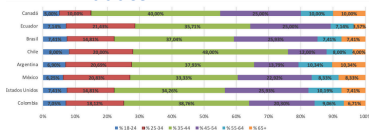
▲▲ 1,2%
Periodo anterior

SIN LICENCIA

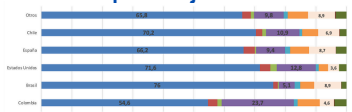
506

▼ 0,8%
Periodo anterior

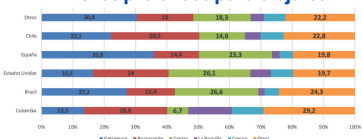
Edades



Por Tipo de Alojamiento

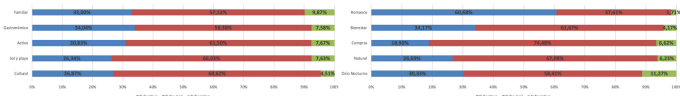
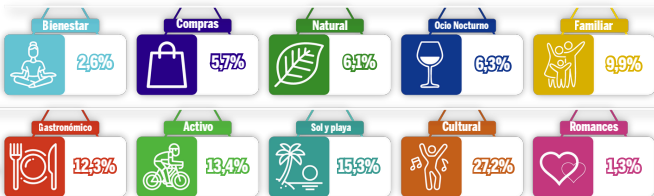


Zonas preferidas para alojarse



GESTION DE PRODUCTOS TURISTICOS

Los productos turísticos con mayor interés en Cartagena en el periodo Enero a Octubre de 2025 son



En Cartagena, la percepción turística muestra predominio de opiniones neutrales (57-68%), con picos positivos en Romance con (60,68%), Gastronomía (34,04%) y Familiar (33%).

Indice de seguridad



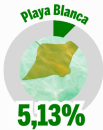
La percepción de seguridad que tienen los visitantes en Cartagena de Indias tiene un valor de 89,56%

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 (30,8%), la Casa de la Alcaldía (15,5%) y Getsemaní (8,0%), que concentran el mayor interés cultural e histórico. Le 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.



Fecha de Consulta: Enero - Octubre 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 oferta de vuelos y asientos hacia el destino, por 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 GDS (MIDT data) y los compara de manera interanual desagregados 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 las características de los visitantes en las diferentes tipologías alojativas y permite determinar tendencias de demanda para cada mercado de origen.

**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 desagregado por origen.
- Estancia media. Desagregado por mercados de origen.
- Demanda por región de destino. Identifica las zonas del destino más demandadas. Desagregado por mercados de origen, tipo de alojamiento y sus categorías.
- Mapa de geolocalización con la distribución de alojamientos en destino, identificando los alojamientos más populares para cada mercado de origen.

Fuente de información: Booking.com

GESTIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

Capta, filtra, analiza y presenta toda la información con relevancia turística compartida de manera espontánea en redes 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