



# DATA CLOCK

**CARTAGENA DE INDIAS**

Edición N° 6

Periodo de Análisis: Enero -Febrero 2026.

## 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

**80,38**

2026

## CONECTIVIDAD Vuelos Directos



Vuelos Directos  
Ene-Dic 2026



**27,1K**

▼▼ 5,0%

Asientos Directos  
Ene-Dic 2026



**4,7M**

▲▲ 4,2%

### Top 10 países: Vuelos Directos Enero - Diciembre 2026

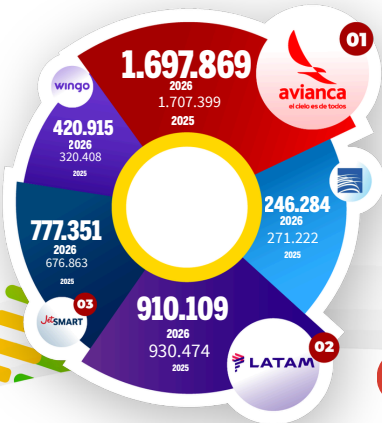
País	2026	2025	Variación%
Colombia	21.853	20.554	↑ 6,3%
Estados Unidos	1.764	1.868	↓ -5,6%
Panamá	1.572	1.586	↓ -0,9%
Perú	694	694	0,0%
México	442	315	↑ 40,3%
Costa Rica	345	338	↑ 2,1%
Canadá	194	102	↑ 90,2%
República Dominicana	104	235	↓ -55,7%
España	65	29	↑ 124,1%
Chile	25	26	↓ -3,8%
Italia	13	3	↑ 333,3%
Polonia	5	11	↓ -54,5%
Ecuador	-	46	↓ -100,0%
<b>TOTAL</b>	<b>27.096</b>	<b>25.807</b>	<b>4,289</b>

### Top 10 países: Asientos Directos Enero - Diciembre 2026

País	2026	2025	Variación%
Colombia	3.784.785	3.581.261	↑ 5,7%
Estados Unidos	319.137	343.087	↓ -7,0%
Panamá	264.193	285.017	↓ -7,3%
Perú	117.324	115.377	↑ 1,7%
México	75.861	53.276	↑ 42,4%
Costa Rica	64.986	60.103	↑ 8,1%
Canadá	37.614	20.175	↑ 86,4%
España	21.866	8.966	↑ 143,9%
República Dominicana	19.464	41.979	↓ -53,6%
Italia	4.565	963	↑ 374,0%
Chile	4.342	4.654	↓ -6,7%
Polonia	1.785	3.269	↓ -45,4%
Ecuador	-	8.280	↓ -100,0%
<b>TOTAL</b>	<b>4.715.922</b>	<b>4.526.407</b>	<b>4,2%</b>



## Top 5 Aéreas: Asientos Directos Enero - Diciembre 2026



Para el periodo de enero diciembre de 2026, se proyecta una oferta de 4.715.922 sillas, un aumento del 4,2% en la oferta de sillas hacia Cartagena,

en razón de una mayor oferta de vuelos y sillas nacionales e internacionales provenientes principalmente de Colombia, México y Canadá. En este escenario se espera una disminución en la capacidad de sillas del 4,2%.



Fecha de Consulta: Marzo 27 de 2026.  
Fuente: Con base a Mabrian, 2026. Elaboración CORPOTURISMO.

## RESERVAS



**TOTAL 49.588**

Marzo-Mayo 2026

**TOTAL 44.357**

Marzo-Mayo 2025

Para el periodo comprendido entre Marzo-Mayo de 2026, se proyecta un aumento de 11,8%

en las reservas de vuelos hacia el destino, lo que representa un total de **49.588 RESERVAS.**

un aumento en el número de reservas en 5.848 respecto al mismo periodo de 2025.



**PASAJEROS 49.4K**  
▲ 11,8%  
Periodo anterior

**DURACIÓN 5,3 DIAS**  
Periodo anterior

**ANTELACIÓN 68,4 DIAS**  
Periodo anterior

Fecha de Consulta: Marzo 27 de 2026.  
Fuente: Con base a Mabrian, 2026. Elaboración CORPOTURISMO.

## PERFIL VISITANTE Enero-Febrero 2026

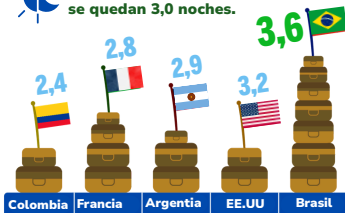
### Grupo de viaje



La mayoría de los turistas que llegan a Cartagena viajan en pareja (41,9%), seguidos por quienes lo hacen en familia (24,2%).

### Duración de turistas: Noches

En promedio, los turistas que llegan a Cartagena, se quedan **3,0** noches.



Fecha de Consulta: Marzo 27 de 2026.  
Fuente: Con base a Mabrian, 2026. Elaboración CORPOTURISMO.



## Alojamientos de Corta Duración en Cartagena Enero Febrero de 2026



TOTAL ALOJAMIENTOS  
**10.164**  
-0,4%  
Periodo anterior

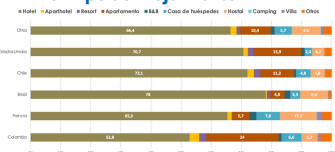
CON LICENCIA  
**9.579**  
-0,3%  
Periodo anterior

SIN LICENCIA  
**572**  
-3,4%  
Periodo anterior

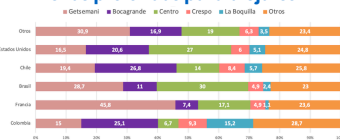
### Nivel de ingreso de los huéspedes



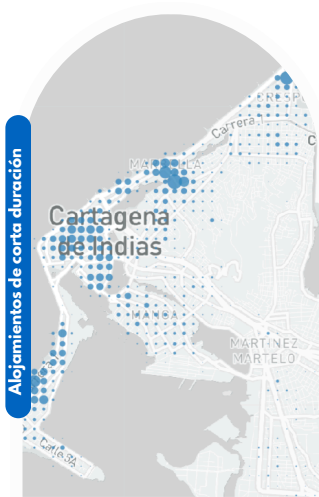
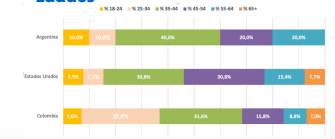
### Por Tipo de Alojamiento



### Zonas preferidas para alojarse



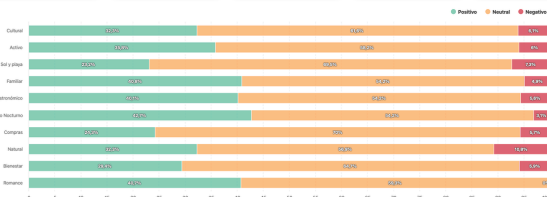
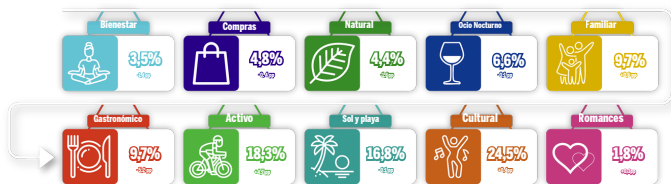
### Eldades



Fecha de Consulta: 27 de marzo de 2026.  
Fuente: Con base a Mabrian, 2026. Elaboración CORPOTURISMO.

## GESTION DE PRODUCTOS TURISTICOS

### Los productos turísticos con mayor interés en Cartagena en el periodo Enero-Febrero de 2026 son:



En Cartagena, la percepción turística muestra un predominio de opiniones neutrales en la mayoría de los segmentos (entre 54% y 69%). Los niveles más altos de percepción positiva se registran en Ocio Nocturno (42,7%), Familiar (42,8%), y Ocio Nocturno (40,1%), mientras que otros segmentos como Natural junto a Sol y playa presentan valores negativos de 10,8% y 7,3% respectivamente.

Fecha de Consulta: Marzo 27 de 2026.  
Fuente: Con base a Mabrian, 2026. Elaboración CORPOTURISMO.



## Indice de seguridad



**93,19%**

\*Los datos aquí expuestos se colocan bajo el criterio de representatividad y disponibilidad de la información.

## La percepción de seguridad que tienen los visitantes en Cartagena de Indias tiene un valor de 93,1%

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.

Fecha de Consulta: Marzo 27 de 2026.  
Fuente: Con base a Mabrian, 2026. Elaboración CORPOTURISMO.

## Los atractivos con mayor interés son

Los atractivos con mayor interés son la Ciudad Amurallada (30,0%), Casa de la Alcaldía (17,1%) y Playa Blanca y Getsemaní con 8,7% y 7,0% respectivamente. Le siguen Castillo San Felipe, Bocagrande y Laguito, Isla del Rosario e Isla de Barú .



Fecha de Consulta: Enero - Febrero 2026  
Fuente: Mabrian, 2026. Elaboración CORPOTURISMO.

# FICHA TECNICA

## DESEMPEÑO DEL DESTINO

**GTPI:** 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)

## GESTIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

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