



DATA CLOCK

CARTAGENA DE INDIAS

Edición N° 10

Periodo de Análisis: Enero - Junio 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.



CONECTIVIDAD Vuelos Directos



Vuelos Directos

Ene-Dic 2026

26,3K

▲▲ 2,0%



Asientos Directos

Ene-Dic 2026

4,7M

▲▲ 2,9%



Top 10 países: Vuelos Directos Enero - Diciembre 2026

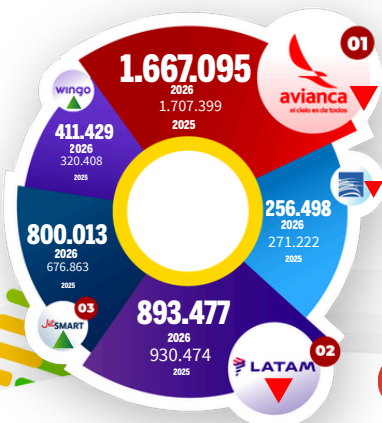
País	2026	2025	Variación%
Colombia	21.236	20.554	▲ 3,3%
Estados Unidos	1.671	1.868	▼ -10,5%
Panamá	1.636	1.586	▲ 3,2%
Perú	648	694	▼ -6,6%
México	454	315	▲ 44,1%
Costa Rica	238	338	▼ -29,6%
Canadá	211	102	▲ 106,9%
República Dominicana	104	235	▼ -55,7%
España	76	29	▲ 162,1%
Chile	32	26	▲ 23,1%
Italia	17	3	▲ 466,7%
Polonia	5	11	▼ -54,5%
Ecuador	-	46	▼ -100,0%
TOTAL	26.328	25.807	▲ 2,0%

Top 10 países: Asientos Directos Enero - Diciembre 2026

País	2026	2025	Variación%
Colombia	3.758.621	3.581.261	▲ 5,0%
Estados Unidos	296.787	343.087	▼ -13,5%
Panamá	273.291	285.017	▼ -4,1%
Perú	110.463	115.377	▼ -4,3%
México	78.078	53.276	▲ 46,6%
Costa Rica	42.063	60.103	▼ -30,0%
Canadá	40.742	20.175	▲ 101,9%
España	26.348	8.966	▲ 193,9%
República Dominicana	19.464	41.979	▼ -53,6%
Italia	5.997	963	▲ 522,7%
Chile	5.581	4.654	▲ 19,9%
Polonia	1.785	3.269	▼ -45,4%
Ecuador	-	8.280	▼ -100,0%
TOTAL	4.659.220	4.526.407	▲ 2,9%



Top 5 Aéreas: Asientos Directos Enero - Diciembre 2026



Para el periodo de enero diciembre de 2026, se proyecta una oferta de 4.659.220 sillars, un aumento del 2,9% en la oferta de sillars hacia Cartagena,

en razón de una mayor oferta de vuelos y sillars nacionales e internacionales provenientes principalmente de Colombia, México y Canadá. En este escenario se espera un aumento en la capacidad de sillars del 2,9%.

2,9%

Fecha de Consulta: julio 9 de 2026.
Fuente: Con base a Mabrian, 2026. Elaboración CORPOTURISMO.

RESERVAS



TOTAL 31.561

Julio-Septiembre 2026

TOTAL 31.004

Julio-Septiembre 2025

Para el periodo comprendido entre Julio-Septiembre de 2026, se proyecta un aumento de 1,8%

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

31.561 RESERVAS.

un aumento en el número de reservas en 557 respecto al mismo periodo de 2025.

+1,8%



DURACIÓN

6,7 DIAS

ANTELACIÓN

118,8 DIAS

PASAJEROS 31.6K

+1,8%
Periodo anterior

Fecha de Consulta: Julio 9 de 2026.
Fuente: Con base a Mabrian, 2026. Elaboración CORPOTURISMO.

PERFIL VISITANTE Enero-Junio 2026

Grupo de viaje



La mayoría de los turistas que llegan a Cartagena viajan en pareja (39,5%), seguidos por quienes lo hacen solos (22,6%).

Duración de turistas: Noches

En promedio, los turistas que llegan a Cartagena, se quedan **2,9** noches.



Fecha de Consulta: Julio 9 de 2026.
Fuente: Con base a Mabrian, 2026. Elaboración CORPOTURISMO.



Alojamientos de Corta Duración en Cartagena Enero Febrero de 2026



TOTAL ALOJAMIENTOS

9.435

+7,4%

Periodo anterior

CON LICENCIA

9.433

+13,5%

Periodo anterior

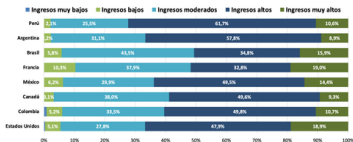
SIN LICENCIA

2

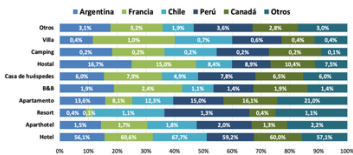
-99,8%

Periodo anterior

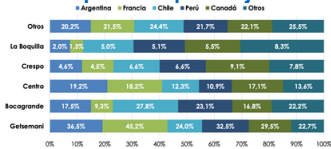
Nivel de ingreso de los huéspedes



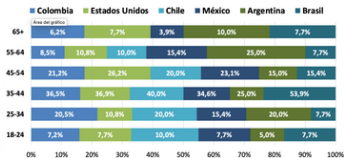
Por Tipo de Alojamiento



Zonas preferidas para alojarse

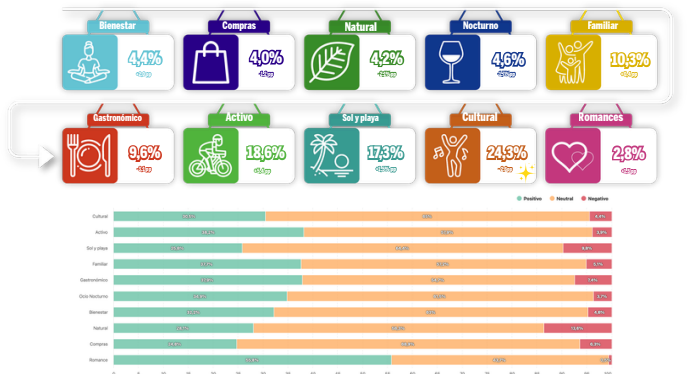


Edades



GESTION DE PRODUCTOS TURISTICOS

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



En Cartagena se destaca el segmento de Romance, seguido del Gastronómico, y el Activo como aquellos con mayor sentimiento positivo. El sentimiento negativo con respecto a los segmentos no predomina en ninguno de ellos, dado que las menciones positivas y neutrales constituyen como mínimo el 86,4% del sentimiento por parte de los visitantes.

Fecha de Consulta: Julio 9 de 2026.
Fuente: Con base a Mabrian, 2026. Elaboración CORPOTURISMO.



CARTAGENA
Desde siempre

Índice de seguridad



Colombia
77,6



Ecuador
100



Canadá
100



Brasil
100



Chile
100



Argentina
100



México
100



USA
34,1



94,08

*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 94,08

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: julio 9 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 (35,2%), Getsemaní (12,3%) y Catedral (8,7%) e Isla de Barú (8,3%). Le siguen Isla del Rosario (8%), Bocagrande y Playa Blanca y Laguito.

Ciudad Amurallada



30,9%

Casa de la Alcaldía



2,7%

Getsemaní



12,9%

Castillo San Felipe



4,5%

Bocagrande



5,6%

Playa Blanca



3,2%

Islas del Rosario



8,9%

Catedral Santa Catalina



8,9%

Isla Barú



10,0%

El Laguito



2,2%

Otros



11,7%

Fecha de Consulta: 9 de julio 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:

- Ciriium
- 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