

2026

PERFIL DE MERCADOS **NORTE AMÉRICA**

ENE - JUN, 2026



LLEGADA DE VISITANTES

| POR NACIONALIDAD



Para **2026** ENE - JUN **175,3 mil** Visitantes ▼ 5,5% VS 2025

RANKING
MERCADOS CTG

1

2

3



Visitantes

118,9 mil
ENE-JUN
%VAR 2025
▼ -14,2%

38,3 mil
ENE-JUN
%VAR 2025
▲ 20,3%

18,3 mil
ENE-JUN
%VAR 2025
▲ 18,8%

Participación
EN EL TOTAL DEL
MERCADO

25,9%
▼ -4,5PP

8,4%
▲ 1,4PP

4,0%
▲ 0,6PP

Oferta de Sillas
VUELOS DIRECTOS
(ENE-DIC 2026)

296,8K
▼ -13,5% Sillas

78,4K
▲ 45,4% Sillas

40,7K
▲ 101,9% Sillas

Género

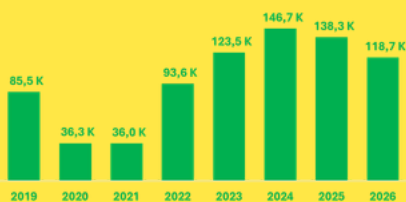
♂ 57% | ♀ 43%

♂ 46% | ♀ 54%

♂ 54% | ♀ 46%



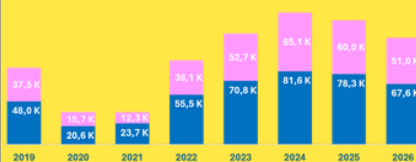
LLEGADA DE VISITANTES EXTRANJEROS NO RESIDENTES



Entre enero y junio de 2026 se registraron 118,7 mil visitantes, equivalente a una disminución del -14,2 % con respecto a 2025.



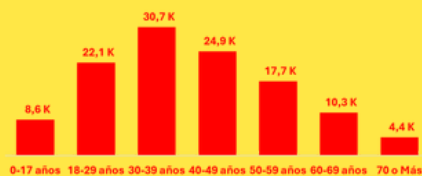
VISITANTES EXTRANJEROS NO RESIDENTES POR GENERO



En 2026, 118,7 mil visitantes registrados con nacionalidad Estado Unidense, fueron de género Masculino, equivalente al 57,0% del total de visitantes.



VISITANTES EXTRANJEROS NO RESIDENTES POR EDAD



En el 2026, el visitante no residente de nacionalidad Estado Unidense, se encontraba en un rango de edad entre 30 y 49 años (46,8%) principalmente.

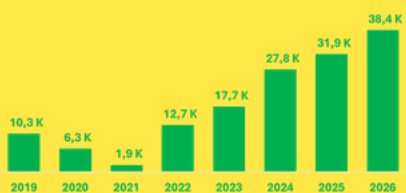
USA



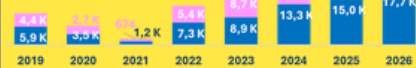
MÉXICO



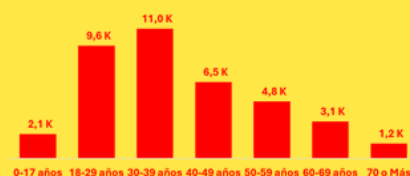
CANADÁ



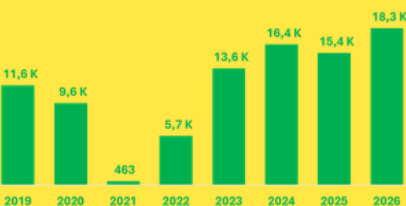
Entre enero y junio de 2026 se registraron 38,4 mil visitantes, equivalente a un incremento del 20,3% con respecto a 2025.



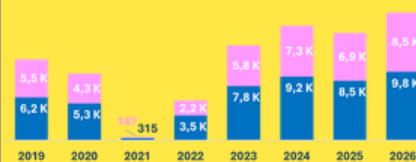
En 2026, 38,4 mil visitantes registrados con nacionalidad mexicana, fueron de género Femenino, equivalente al 46,9% del total de visitantes.



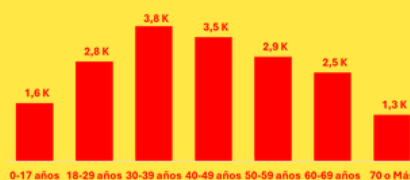
En el 2026, el visitante no residente de nacionalidad mexicana, se encontraba en un rango de edad entre 18 y 39 años (53,6%) principalmente.



Entre enero y junio de 2026 se registraron 18,3 mil visitantes, equivalente a un incremento del 18,8% con respecto a 2025.

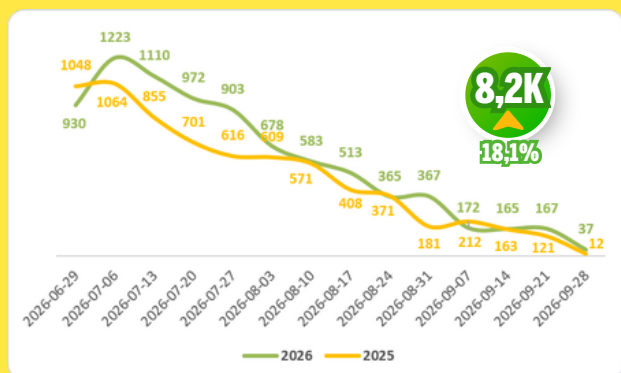


En 2026, 18,3 mil visitantes registrados con nacionalidad canadiense, fueron de género Masculino, equivalente al 53,6% del total de visitantes.

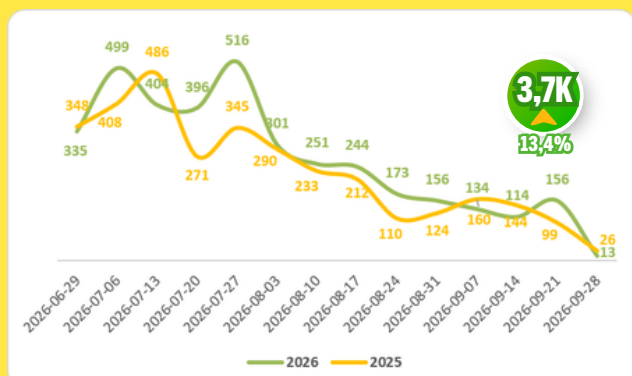


En el 2026, el visitante no residente de nacionalidad canadiense, se encontraba en un rango de edad entre 18 y 39 años (39,9%) principalmente.

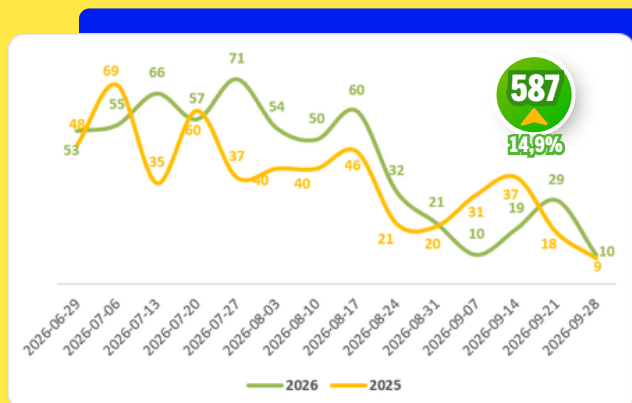
RESERVAS 3 MESES (JUL – SEP 2026)



Para el periodo Julio - Septiembre se espera una disminución en las reservas con origen de vuelos de Estados Unidos en 18.1% con respecto al mismo periodo de 2025.



Para el periodo Julio - Septiembre se espera un aumento en las reservas con origen de vuelos de Mexico en 13.4% con respecto al mismo periodo de 2025.



Para el periodo Julio - Septiembre se espera un aumento en las reservas con origen de vuelos de Canada en 14.9% con respecto al mismo periodo de 2025.



RESERVAS 3 MESES

(JULIO – SEPTIEMBRE 2026)



Duración estancia

6.6

▼ 2,9%

6.2

▲ 1,6%

10.6

▼ 3,4%

Días



Periodo anterior

Antelación compra

73.6

▼ 8,0%

130.1

▲ 83,4%

107.8

▼ 5,9%

Días



Periodo anterior

Pasajeros haciendo escala

53,3

▲ 10,5%

42

▼ 0,8%

100

sin cambio

%



Periodo anterior

PRINCIPALES RUTAS HACIA CARTAGENA



- MIAMI - CARTAGENA DIRECTA
- ATLANTA - CARTAGENA DIRECTA
- NUEVA YORK - CARTAGENA DIRECTA
- FORT LOURDERDALE - CARTAGENA DIRECTA
- SAN FRANCISCO - MIAMI - CARTAGENA
- PHOENIX - ATLANTA - CARTAGENA
- CHICAGO - MIAMI - CARTAGENA
- CHICAGO - ATLANTA - CARTAGENA
- BOSTON - MIAMI - CARTAGENA
- LOS ANGELES - PANAMA - CARTAGENA



- CIUDAD DE MÉXICO - CARTAGENA DIRECTA
- CIUDAD DE MÉXICO - BOGOTÁ - CARTAGENA
- GUADALAJARA - CIUDAD DE MÉXICO - CARTAGENA
- MONTERREY - CIUDAD DE MÉXICO - CARTAGENA



- MONTREAL – CARTAGENA. DIRECTA
- TORONTO – CARTAGENA. DIRECTA
- MONTREAL – MIAMI – CARTAGENA.
- TORONTO – MIAMI – CARTAGENA



VIVA



AIR CANADA

DELTA

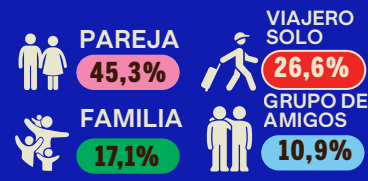
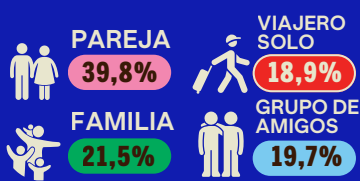
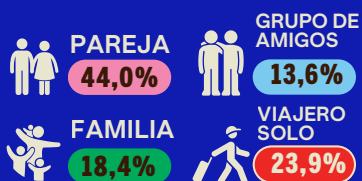
American Airlines



jetBlue



COMPORTAMIENTO DE PASAJEROS POR NACIONALIDAD



INTERÉS POR PRODUCTO

1. CULTURAL
2. FAMILIAR
3. ACTIVO

INTERÉS POR PRODUCTO

1. SOL Y PLAYA
2. ACTIVO
3. CULTURAL

INTERÉS POR PRODUCTO

1. CULTURAL
2. SOL Y PLAYA
3. ACTIVO

PREFERENCIA POR TIPO DE ALOJAMIENTO

1. HOTEL 69,5%
2. HOSTAL 5%
3. CASA DE HUÉSPEDES 2,9%
4. OTROS 22,6%

PREFERENCIA POR TIPO DE ALOJAMIENTO

1. HOTEL 66,6%
2. APARTAMENTO 12,8%
3. HOSTAL 9,9%
4. OTROS 10,7%

PREFERENCIA POR TIPO DE ALOJAMIENTO

1. HOTEL 60,7%
2. APARTAMENTO 15,5%
3. CASA DE HUÉSPEDES 6,2%
4. OTROS 17,6%

FICHA TÉCNICA



LLEGADA DE VISITANTES

Análisis del comportamiento de los visitantes extranjeros no residentes que ingresan a Cartagena de Indias. Permite identificar los principales mercados emisores, su evolución y características demográficas.

Fuente de información:
Elaborado por Corpoturismo con Migración Colombia
– Flujos Migratorios.

INCLUYE:

- Ranking de mercados internacionales.
- Variación frente al mismo período del año anterior.
- Caracterización por género y rango de edad.
- Volumen total de visitantes extranjeros no residentes por nacionalidad.
- Participación de cada mercado dentro del total de visitantes.
- Evolución histórica de llegada de visitantes.



CONECTIVIDAD AÉREA

Análisis de la oferta aérea disponible hacia Cartagena de Indias, identificando la capacidad de conexión del destino con mercados nacionales e internacionales.

Fuente de información:
Elaborado por Corpoturismo con Aerolíneas, Mabrian
– plataforma de inteligencia turística.

INCLUYE:

- Oferta de sillas disponibles.
- Principales aerolíneas que conectan el destino.
- Rutas directas y conexiones hacia Cartagena.
- Comportamiento de capacidad aérea por mercado.



RESERVAS FUTURAS

Análisis de las reservas aéreas proyectadas hacia Cartagena, permitiendo anticipar tendencias de llegada y comportamiento de los viajeros.

Fuente de información:
Elaborado por Corpoturismo con Aerolíneas, Mabrian
– plataforma de inteligencia turística - Cirium,
Travelport, OTAs (Online Travel Agencies).

INCLUYE:

- Variación esperada de reservas frente a períodos anteriores.
- Duración promedio de la estancia.
- Porcentaje de pasajeros realizando conexiones aéreas.
- Principales mercados de origen.
- Antelación promedio de compra.
- Principales rutas hacia Cartagena.



PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL VIAJERO

INCLUYE:

Caracterización de los visitantes según sus preferencias, motivaciones y hábitos durante la planificación del viaje.

Fuente de información:

Mabrian – análisis de comportamiento turístico -
Booking.com, Airbnb

- Composición del grupo de viaje (pareja, familia, amigos o viajero solo).
- Motivo principal de viaje (ocio, trabajo u otros).
- Intereses por productos turísticos.
- Preferencia por tipo de alojamiento.
- Duración promedio de viaje.



GESTIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

INCLUYE:

Análisis de intereses y preferencias de los viajeros frente a las diferentes experiencias disponibles en el destino, permitiendo orientar estrategias de promoción y desarrollo turístico.

Fuente de información:

Mabrian – análisis de comportamiento turístico -
Booking.com, Airbnb.

- Productos turísticos con mayor interés por mercado.
- Tendencias de consumo del visitante.
- Preferencias relacionadas con cultura, sol y playa, naturaleza, compras, gastronomía, entre otros segmentos.
- Oportunidades para fortalecer la oferta turística del destino.



GLOSARIO

DE TÉRMINOS CLAVE

- ✓ **Visitante extranjero no residente:** Persona que visita el destino sin tener residencia permanente en el país.
- ✓ **Mercado emisor:** País o región de origen desde donde llegan los visitantes.
- ✓ **Participación de mercado:** Representación porcentual de un mercado frente al total analizado.
- ✓ **Variación (%):** Cambio de un indicador frente a un periodo anterior.
- ✓ **Oferta de sillas:** Capacidad disponible de asientos aéreos hacia el destino.
- ✓ **Estancia media:** Promedio de noches de permanencia del visitante.
- ✓ **Antelación de compra:** Tiempo entre la reserva y la fecha del viaje.
- ✓ **Pasajero en conexión:** Viajero que realiza escalas antes de llegar al destino final.
- ✓ **Producto turístico:** Experiencias y servicios que conforman la oferta del destino.
- ✓ **Tendencia turística:** Patrones de comportamiento identificados en los viajeros.



TIPOS DE ALOJAMIENTOS

- **B&B:** Casa que ofrece alojamiento con desayuno.
- **Camping:** Espacio destinado para acampar.
- **Condo:** Apartamento o condominio para turistas.
- **Alojamiento entero:** Vivienda completa de uso exclusivo.
- **Casa de Huespedes:** Casa adaptada para recibir turistas.
- **Hostel:** Alojamiento con habitaciones compartidas.
- **Hotel:** Establecimiento que ofrece alojamiento y servicios.
- **Resort:** Complejo turístico con múltiples servicios.
- **Unknown:** Tipo de alojamiento no identificado.
- **Villa:** Vivienda privada para alojamiento turístico.