

Imagen de Cartagena como Destino Turístico en Youtube

Yeffith Zapata Lara¹, Andry Julieth Estrada Monterroza¹, Jeison Ariel Estrada Monterroza¹, Manuel Francisco Iriarte Vergara¹, Luis Fernando Sierra Díaz¹ y Luis David Vergara Anaya¹

Resumen

Las experiencias turísticas de los viajeros en años recientes son mucho más visibles que antes. Si un vendedor estafa a un turista ahora el turista puede viralizar un video en Youtube de su amarga experiencia y se forma una reputación digital del destino. La imagen de todo un destino turístico ahora debe rendir cuentas ante el implacable juez que son los comentarios y reseñas de los usuarios. En el contexto de esta ultravisibilización turística, la analítica de datos se convierte en un radar que informa al empresario turístico para monitorear la percepción e imagen suya en particular, y del destino en general, en internet. Cartagena ha registrado casos de viralización de noticias negativas sobre el turismo que practican (i.e. estafas al turista) lo permitió a este estudio de la imagen que proyecta Cartagena en Youtube.

Palabras Claves: mercadeo digital, destino turístico internacional, minería de texto

¹ Estudiante del programa de Administración de Negocios Internacionales de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre–UAJS. Correo electrónico de correspondencia: estudiante_yeffithzapata@uajs.edu.co. Los autores agradecen a Roberto Fortich Mesa por sus aportes a la concepción de la investigación y la revisión de borradores preliminares y posters que hicieron parte del proyecto final del curso "Metodología de la Investigación 1" de UAJS en 2024.

· Este artículo fue recibido el 5 de diciembre de 2024.

Introducción

Cartagena es uno de los lugares turísticos más llamativos de Colombia, sus hermosas playas y su atractiva cultura hacen de la ciudad un destino turístico muy llamativo para los visitantes ya sean del propio país colombiano o de otros lugares del mundo. Sin embargo, las redes sociales especialmente YouTube, permite que los usuarios compartan sus experiencias en la plataforma destacando los aspectos tanto positivos como negativos y neutros de la ciudad, mostrándole al mundo como se vive, cuales serían los lugares destacados, los servicios más comunes y expresando sus opiniones de su experiencia de esa ciudad. Gracias al análisis de datos se obtiene información sobre la percepción que transmiten las ciudades colombianas en internet. En este proyecto investigativo se monitoreó la percepción e imagen que tiene la ciudad de Cartagena en la plataforma de YouTube.

Método

Se usaron enfoques cuantitativos, con alcance descriptivo, y diseño no experimental.

Población y muestra

Población: comentarios de los videos más populares sobre Cartagena;
Muestra: muestra representativa de comentarios en Youtube de Cartagena

Instrumentos para la recolección de la información:

Se hizo *webscraping* de comentarios y uso de APIs en Github para descarga de comentarios.

Imagen de Cartagena como Destino Turístico en...

Resultados

Figura 1

Relación de criterios de inclusión de los videos sobre Cartagena en Youtube

se necesitan 3 "no" para que se incluya el video; con un no se excluye					
destino	id	criterio_a	criterio_b	criterio_c	numero
cartagena	QT6TNkSm7fM	no	no	no	1
cartagena	UISJR32hsQU	no	no	no	2
cartagena	erEY1bmBTQ4	no	no	no	3
cartagena	5G4InTR2GXs	no	no	no	4
cartagena	QBCEFIImgeC0	no	no	no	5
cartagena	GVI9NuiXCC0	no	no	no	6
cartagena	EAVIIBFEPYk	no	no	no	7
cartagena	e0UCdl4YrLg	no	no	no	8
cartagena	t9CDjzSTR_s	no	no	no	9
cartagena	GG3p3IXGuFE	no	no	no	10
cartagena	isCCFJ-2kt0	no	no	no	11
cartagena	ipAzWwIXjgc	no	no	no	12
cartagena	Y0VW8e9T0xM	no	no	no	13
cartagena	SXCRHRGQtNq	no	no	no	14

Figura 2

Muestra de comentarios de los 14 videos incluidos

#	A	B	C	D	E	F
5618	Cuida mucho a Lisanna !! aunque estes bravo es una dama una buena					
5619	Que lindo verlos tan pronto Ya me estoy acostumbrando a la buena compaa					
5620	Lastimosamente por este tipo de personas nuestro pas tiene tan mala fama de aprovecharse de los extranjeros mil disculpas Mateo y Luisiana los verdaderos colombianos no somos as					
5621	Mateo ya perdiste dos tarjetas y una remera Heceste bendecir te estan moniendo quotohlo gordoquot					
5622	LIZANITA SIEMPRE CONOSE TODO CUANDO ARRACO EL VIDEO QUE VAN AVISITAR LO MAS SUCIO DE COLOMBIA HERMOSO TODO					
5623	Cartagena is beautiful Been there and love it I want to go back					
5624	quotEstamos con lisanna que cosa tan bacanaquot					
5625	si hubiera sido en buenos aires te devuelve la camiseta Naaaaa					
5626	Triste las condiciones del actual hoyo Tipico Colombia					
5627	y baya qu s es lugar ms sucio d Colombia todos contra todos s embarran toda la manteca e impurezas dl cuerpo d OTROS					
5628	Quiero conocer Cartagena Colombia Para los que viven ah Que lugares son mas peligrosos y que lugares son menos pregunto como para cuidarme de los robos yo					
5629	Que onda las miniaturas intentar poner siempre la misma cara d klo por que					
5630	Yo si se pero no me crees mateo lgale caso a lisanna					
5631	mami prende la radio enciende la tele					
5632	Hola Mateo y Lisanna Buen Domingo amigo Muchas Bendiciones para los dos saludos de Guayaquil Ecuador					
5633	Mas que barro parece cemento					
5634	Saludos chicos					
5635	Hola hola hermosos los signos desde que empezaron gracias por venir a nuestro pas Mi Mateo y Lisanna mucha historia					
5636	Muito bom Quero conhecer as belezas da ColombiaUm abraao do Brasil					
5637	No lo puedo creer ellos fueron a mi ciudad de origen en Venezuela y ahora visitaron la ciudad donde vivo actualmente y no los pude saludar					
5638	Mateo tenias que decir y ella es Lisanna la mujer que me ama					
5639	Se los extraa muchísimo saludos desde Tallinn					
5640	LIS AMA SI RIMA ME GUSTO MUCHO LA PARTE DEL VOLCAN VERLA HAY CON SU HERMOSA FIGURA DE DIOSA					
5641	Saludos amigos hasta Colombia					
5642	hola					
5643	Te delineastes los ojos Mateo					
5644	Esa vista al principio del video es alucinante motiva a conocer Cartagena					
5645	Saludos chicos la primera comentandobrs otra experiencia de todo se aprende besitos					
5646	Por Lisanna se ve triste					
5647	QUE TENGAN UN HERMOSO DOMINGO TODOS LOS QUEREMOS MUCHO MYL					
5648	primero					
5649						

Tabla 1*Estadísticas descriptivas de la muestra de videos incluidos*

ANÁLISIS CUANTITATIVO											
CIUDAD	PLATAFORMA	CUMPLER CRITER ID VIDEO	AÑO DE VIDEO	NOMBRE DEL CANAL	# SUSCRIPTORES	COMENTARIO MAS POPULAR	# DE RESPUESTAS	# LIKES DEL COMENTARIO	# DE LIKES DEL VIDEO	VEWS DEL VIDEO	COMENARIOS DEL VIDEO
Cartagena	youtube	si	2022	Nicole and Mico	72900	Soy de Cartagena	5	56	5216	131000	39
Cartagena	youtube	si	2022	Aline Milenei	321000	Soy colombiana	14	168	6945	210000	79
Cartagena	youtube	si	2022	Isla hopper tv viajes	385000	Cartagena es un	0	26	2862	145000	11
Cartagena	youtube	si	2023	Before you go	83600	¡Por favor NO ut	2	18	948	99000	3
Cartagena	youtube	si	2023	Viajando ando	8280	Excelente tu info	1	2	4047	327000	32
Cartagena	youtube	si	2020	ON world travel	93000	¡Gracias por min	2	23	4166	325000	26
Cartagena	youtube	si	2023	Despegar	4240000	¡Luis cada vez me	1	8	341	119000	2
Cartagena	youtube	si	2023	Israel Plata	28600	Que cámara usa	4	16	1382	98000	11
Cartagena	youtube	si	2024	Mateo & Lisana	1310000	Amigos, viento n	97	1000	24000	969000	346
Cartagena	youtube	si	2022	Gene & Tico	25300	¡Cuándo temas!	57	16	3687	243000	42
Cartagena	youtube	si	2023	UN PAR DE VIAJES	74000	Soy de Chile ci y	18	156	6205	298000	61
Cartagena	youtube	si	2022	Ataya Vlogs	1790000	Colombia es un l	0	127	8158	304000	62
Cartagena	youtube	si	2022	Contacto Eduardo Batista	253000	Limado reportaj	0	2	5137	191000	18
Cartagena	youtube	si	2021	Sombreno Viajero	120000	Llego 9 meses vi	51	406	9943	471000	104
MINIMA					8280				341	98000	2
MAXIMA					4240000				24000	969000	346
MEDIA					628996,6				5924,1	280714,3	58,6

Para el destino de Cartagena los videos de la muestra que fueron tomados y cumplían con los criterios oscilaron entre 98.000 y 969.000 reproducciones, con una media de 280.714 *views*. Con respecto al número de *likes*, siendo este un indicador importante a la hora de analizar un video, estos obtuvieron una media de 5.924 (Tabla 1).

Los canales responsables de producir estos videos cuentan con un promedio de 586 comentarios aproximadamente, así mismo es importante conocer que el rango de estos 14 videos esta entre 23 y 3.463 comentarios, a su vez cabe mencionar que uno de los comentarios más populares dentro de la muestra de videos tomada obtuvo un número de 97 *replies*, lo cual es indicador de que el método empleado en la extracción de comentarios es efectivo.

Teniendo como base los comentarios de los 14 videos elegidos como muestra de estudio, se pueden apreciar distintas posturas por parte de las personas que ven estos videos, posturas que ya sean positivas, negativas o neutrales afectan de una u otra forma la imagen de Colombia y en específico de Cartagena como destino turístico.

Con respecto a las posturas positivas se puede apreciar que la mayoría de los comentarios reflejan una apreciación genuina por Cartagena, ya sea por sus paisajes, su cultura o la hospitalidad de su gente. Los usuarios suelen agradecer el contenido del video y elogiar los aspectos positivos del destino turístico.

En cuanto a las opiniones negativas tienen más que ver con problemas relacionados con estafas, seguridad o experiencias desfavorables como el costo elevado o la falta de autenticidad. Esto

Imagen de Cartagena como Destino Turístico en... sugiere que existen ciertas preocupaciones comunes entre los visitantes, particularmente en cuanto a la experiencia general y los servicios que reciben.

Así mismo se pueden apreciar posturas neutrales proporcionando información sobre precios, recomendaciones de actividades o simplemente mencionando que les gustó el video sin mostrar emociones fuertes.

Discusión

En síntesis, esta muestra de videos destaca distintos aspectos de Cartagena como destino turístico. Ayudan a fortalecer la imagen que tienen los extranjeros acerca de Cartagena y así mismo ayuda a las autoridades competentes de esta ciudad a evaluar las inconformidades que se vienen presentando por parte de los turistas y poder tomar acciones en la ejecución de soluciones.

Referencias

- Barakazi, E. (2024). Examining the Comments on Entertainment Services Provided within the Scope of Accommodation Services. *Isletme Arasturmaları Dergisi*, 16(2), 620–634.
- Dwivedi, M. (2021) Use of Social Media by National Tourism Organizations.
- Martí-Ochoa, J. (2024). The Voice of the Guests. *Profesional de la Información*, 33(2).
- Pencarelli, T. (2019). The digital revolution in the travel and tourism industry. *Information Technology & Tourism*, 22(3), 455-476.