

# Gran Encuesta Viajeros 2025-1



## Cifras generales



Bogotá recibió **7.339.191**

**turistas en 2025-1**

**+0,42%** frente al mismo periodo de 2024

Total Turistas 2025 se proyecta que ascenderá a 14.827.435 turistas, esto representa un aumento del 5,3% en comparación a los 14.074.859 turistas observados en el 2024

**Internacionales: +930.000**

Principales países de origen:

**15,9%** EE.UU. **11,4%** España **9,9%** Ecuador **9,3%** México

**Nacionales: +6.4 M**

Principales departamentos de origen:

**16,2%** Antioquia **10,1%** Valle del Cauca **7,9%** Cundinamarca **7,8%** Santander

**\* La edad predominante es de 31 y 45 años**



No se registra una estacionalidad clara de turistas en Bogotá, los meses con mayor afluencia de internacionales fueron febrero (166.041) y junio (165.889) y de los turistas nacionales fueron marzo (1'106.636) y abril (1'102.136).

## Cómo viajan los turistas



### Internacionales:

- » 34,5 % Viajaron solos
- » 25,5% Viajes en familia
- » 22,9% Viajes en pareja

### Nacionales:

- » 47,2% Viajaron solos
- » 31,4% Viajes en familia
- » 14,2% Viajes en pareja



## Motivos de viaje

### Internacionales:

**46,7%** Vacaciones, recreación y ocio

**23,9%** Visita a familiares y amigos

**9%** Negocios y motivos profesionales

### Nacionales:

**43,9%** Visita a familiares y amigos

**15,9%** Trabajo remunerado

**10,1%** Salud, bienestar y atención médica

## Pernoctación

### Internacionales:

**50,1%** Entre 4 y 7 noches

**17,2%** 3 noches

**13,9%** Entre 8 y 15 noches

**9,4%** 2 noches

### Nacionales:

**36,1%** Entre 4 y 7 noches

**17,4%** 3 noches

**16,9%** 2 noches

**12,5%** Entre 8 y 15 noches



## Actividades preferidas por turistas



### Internacionales:

**69,5%** Gastronomía local



**62,2%** Tipo cultural, histórico, religioso, arquitectónico



**27,3%** Bienestar Naturaleza

### Nacionales:

**40,2%** Gastronomía local



**27,4%** Tipo cultural, histórico, religioso, arquitectónico



**23,2%** Negocios



## Sitios más visitados por turistas



### Internacionales:

- » Cerro de Monserrate 56,4%
- » La Candelaria 56,2%
- » Chorro de Quevedo 46,6%
- » Zona T 40,3%
- » Museo del Oro 38,0%

### Nacionales:

- » Centros comerciales 24,8%
- » Cerro de Monserrate 22,5%
- » Zona T 20,2%
- » La Candelaria 19,9%
- » Plaza de Bolívar 16,4%

## Resultados de la experiencia turística

### Internacionales:

- » 22,4% de turistas internacionales no conocía la localidad de hospedaje.
- » 19,9% se quedó en Chapinero y 18,7% en Usaquén, seguido por La Candelaria (10,5%) y Engativá (6%).

### Nacionales:

- » Usaquén (13,4%)
- » Chapinero (10,1%)
- » Kennedy (8,7%)
- » Engativá (8,0%)
- » Fontibón (7,3%)



## Transporte y movilidad

Se ofrecieron

**85.015**  
vuelos

a Bogotá en 2025-I  
-0,5% respecto a 2024-I



**66,6% nacionales y 33,4% internacionales**

- » 61,8% de turistas internacionales utiliza vehículos a través de plataformas digitales, 20,3% usan vehículos de familiares o amigos y 15,8% vehículos de alquiler.
- » En turistas nacionales hay mayor diversificación: 35,1% en vehículos por plataformas digitales, 27,4% usan vehículos de familiares o amigos y 26,7% usan el sistema integrado de transporte

## Percepción del turista internacional

### Aspectos Positivos

- » **Intención de regreso:** 95,4% afirmó que volvería a visitar Bogotá, 2,2% no regresaría y 2,4% se mantuvo neutral.
- » **Experiencia positiva:** 92,6% calificó su experiencia como positiva, 6,4% neutral y 1% en desacuerdo.

- » **Seguridad:** 71,2% se sintió seguro en la ciudad, 19,5% neutral y 9,2% no se sintió seguro.
- » **Trato de los residentes:** 93,0% calificó como amable y respetuoso el trato recibido, 5,4% neutral y 1,6% en desacuerdo.
- » **Relación calidad-precio:** 90,4% consideró que fue buena, 8,1% neutral y 1,5% en desacuerdo.
- » **Atención del personal:** 91,1% consideró al personal competente y atento, 6,8% neutral y 2,1% en desacuerdo.
- » **Inclusión:** 79,1% considera que Bogotá respeta las orientaciones sexuales e identidades de género, 16,1% neutral y 4,8% en desacuerdo.
- » **Calidad del aire:** 73,8% la percibe como buena, 22,7% neutral y 3,5% en desacuerdo.

### Oportunidades de Mejora

- » **Limpieza:** 65,7% considera que Bogotá es una ciudad limpia, 30,6% neutral y 3,7% en desacuerdo.
- » **Cultura y turismo sostenible:** 53,5% cree que se preserva la cultura local y se fomentan prácticas sostenibles, 41,4% neutral y 5,3% en desacuerdo.
- » **Movilidad:** 44,4% considera fácil movilizarse en la ciudad, 39,4% neutral y 16,1% en desacuerdo.
- » **Accesibilidad:** 57,8% cree que Bogotá cuenta con información y servicios turísticos accesibles, 36% neutral y 6,2% en desacuerdo.
- » **Innovación turística:** 48,6% percibió o contrató productos turísticos innovadores, 39,9% neutral y 11,5% en desacuerdo.
- » **Ruido urbano:** 48,2% no tuvo inconvenientes, 22,2% neutral y 29,6% manifestó que el ruido le resultó molesto.



## Percepción del turista nacional

### Aspectos Positivos

- » **Intención de regreso:** 96,9% afirmó que volvería a visitar Bogotá, 1,5% no regresaría y 1,6% se mantuvo neutral.
- » **Experiencia positiva:** 86,9% calificó su experiencia en el destino como positiva, 10,7% neutral y 2,3% en desacuerdo.
- » **Trato de los residentes:** 88% calificó como amable y respetuoso el trato recibido, 9,2% neutral y 2,8% en desacuerdo.
- » **Atención del personal:** 85,7% consideró al personal competente y atento, 10,6% neutral y 3,7% en desacuerdo.
- » **Inclusión:** 80,9% considera que Bogotá respeta las orientaciones sexuales e identidades de género, 15,7% neutral y 3,4% en desacuerdo.
- » **Seguridad:** Seguridad: 75,8% se sintió seguro en la ciudad, 17% neutral y 7,2% no se sintió seguro.
- » **Relación calidad-precio:** 76,5% consideró que fue buena, 18,7% neutral y 4,8% en desacuerdo.

### Oportunidades de Mejora

- » **Limpieza:** 60,5% considera que Bogotá es una ciudad limpia, 31,7% neutral y 7,8% en desacuerdo.
- » **Calidad del aire:** 68,8% la percibe como buena, 23,3% neutral y 7,9% en desacuerdo.
- » **Accesibilidad:** 50,4% cree que Bogotá cuenta con información y servicios turísticos accesibles, 41,7% neutral y 7,8% en desacuerdo.
- » **Movilidad:** 38,7% considera fácil movilizarse en la ciudad, 35% neutral y 26,3% en desacuerdo.
- » **Innovación turística:** 30,9% percibió o contrató productos turísticos innovadores, 40,8% neutral y 28,2% en desacuerdo.
- » **Ruido urbano:** 49,7% no tuvo inconvenientes, 21,7% neutral y 28,6% manifestó que el ruido le resultó molesto.
- » **Cultura y turismo sostenible:** 43,3% cree que se preserva la cultura local y se fomentan prácticas sostenibles, 44,8% neutral y 11,8% en desacuerdo.



## Alojamiento



» El 48,4% de los turistas internacionales optó por hoteles y el 29,3% se hospedó en casas de familiares o amigos.

» El 63,2% de los turistas nacionales se hospedó en casas de familiares o amigos.



La oferta de viviendas turísticas está transformando el hospedaje en Bogotá, con opciones más flexibles y personalizadas para su hospedaje



## Gasto turístico

### Internacionales

Gasto per cápita

**\$1.747.582**

Gasto diario

**\$385.552**

Distribución del gasto



### Nacionales

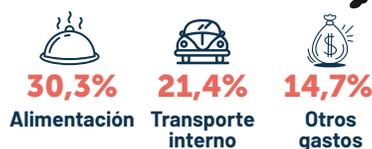
Gasto per cápita

**\$767.080**

Gasto diario

**\$237.563**

Distribución del gasto



## Stopover y conexiones



**93,2%**  
Turistas internacionales

**96,4%**  
Turistas nacionales

Permanecieron dentro del aeropuerto durante las escalas



Tiempo de espera en conexiones:

### Internacionales

- » 7,9% una hora
- » 14,8% dos horas
- » 17,3% tres horas
- » 16,9% cuatro horas
- » 16,2% cinco horas
- » 14,2% seis horas



### Nacionales

- » 37% una hora
- » 21,8% dos horas
- » 15,9% tres horas
- » 12,6% cuatro horas



Casi la mitad (44,3%) de los turistas internacionales ya habían visitado Bogotá previamente, mientras que el 55,7% llegó por primera vez.

La gran mayoría (86,8%) de los turistas nacionales ya conocían Bogotá, mientras que solo el 13,2% la visitó por primera vez.

