



OBSERVATORIO
DE TURISMO DE BOGOTÁ
I D T

Gran Encuesta Viajeros **2025-1**



INSTITUTO DISTRITAL DE
TURISMO



CARLOS FERNANDO GALÁN PACHÓN
Alcalde Mayor de Bogotá

MARÍA DEL PILAR LÓPEZ URIBE
Secretaria de Desarrollo Económico

ANDRÉS SANTAMARÍA GARRIDO
Director General
Instituto Distrital de Turismo

IVONNE ADRIANA MARTÍNEZ ZAPATA
Subdirectora
Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información

JUAN SEBASTIÁN ESTUPIÑAN HEREDIA
STALYN YASID GUERRERO GÓMEZ
DIEGO ALEJANDRO RODRÍGUEZ GUERRERO
JUAN FELIPE RUBIO ARRUBLA
MATEO ZAPATA PÁEZ
Investigadores

Instituto Distrital de Turismo
www.idt.gov.co
Bogotá D.C., 2025

- **Introducción**
- **Objetivos**
 - Objetivo General
 - Objetivos Específicos
- **Conceptos básicos**
- **Principales resultados Investigación Viajeros en Bogotá 2025-I**
 - Resultados generales
 - Proyección 2025
- **Caracterización de los turistas**
 - Origen de los turistas
 - Sexo de los turistas
 - Edad de los turistas
 - Grupo de viaje de los turistas
- **Caracterización del viaje**
 - Motivo de viaje de los turistas
 - Noches pernoctadas por los turistas
 - Actividades realizadas y sitios visitados por los turistas
- **Experiencia Turística en Bogotá**
 - Preferencias de alojamiento de los turistas
 - Localidad de alojamiento de los turistas
 - Noches pernoctadas por tipo de alojamiento de los turistas
 - Medio de transporte utilizado por los turistas
- **Gasto de los turistas**
- **Percepción de los turistas**
- **Primera visita a Bogotá**
- **Conexión y Stopover**
- **Conclusiones**
- **Ficha Metodológica Estadísticas Viajeros 2025-I**

Introducción

Para Bogotá el sector turístico representa una de las actividades económicas más relevantes, pues dinamiza la inversión en la ciudad, promueve la generación de empleo y el desarrollo comunitario, para el cuarto trimestre de 2024, en Bogotá la Subrama de Alojamiento y Servicios de Comida registró un valor de \$1.700 millones, equivalente al 12% del total de la Rama de Comercio, Transporte y Alojamiento, evidenciando la importancia de este sector en la economía de la ciudad, de igual manera es pertinente mencionar que El PIB de Bogotá representa cerca del 27,3% del PIB Nacional, es decir, 1 de cada 4 pesos en el país es generado por Bogotá.

La ciudad cuenta con una gran oferta de atractivos, productos y servicios turísticos que sumados a factores socioculturales, institucionales y ambientales reflejan la evolución de Bogotá como un destino turístico sostenible e innovador, estos factores permiten a los y las turistas llevarse una experiencia de viaje completa, satisfaciendo diversidad de necesidades.

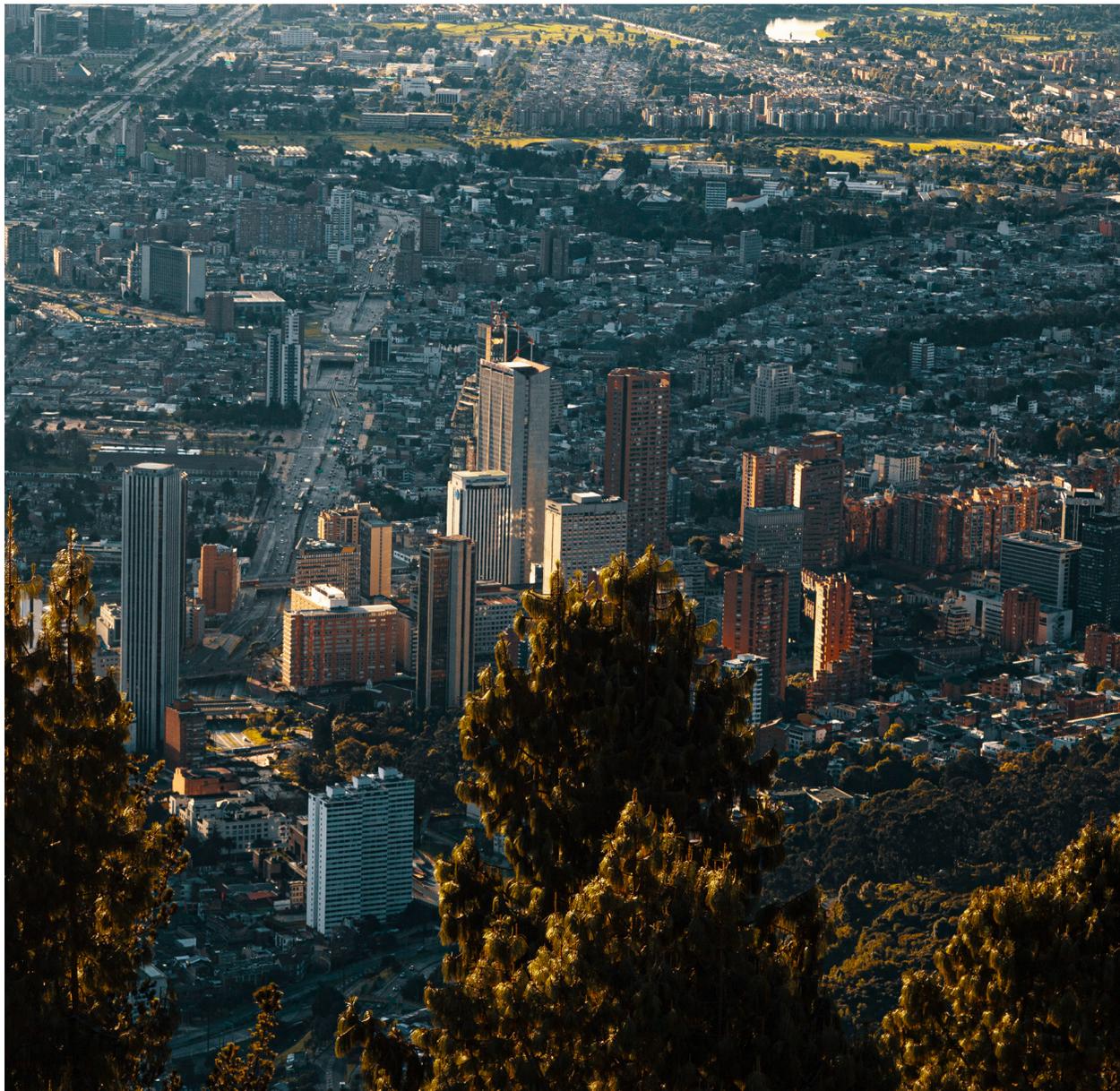
En este contexto, se vuelve fundamental llevar a cabo mediciones e investigaciones constantes para analizar el comportamiento del turismo y las características de los viajeros en Bogotá. Esto permite diseñar planes, programas y políticas estratégicas que respondan eficazmente a las necesidades del sector, tanto desde la oferta como desde la demanda, garantizando un desarrollo turístico sostenible y equilibrado.

Así pues, el Observatorio de Turismo, adscrito a la Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información del Instituto Distrital de Turismo, se encarga de la recopilación, análisis, producción y difusión de información estadística y no estadística relacionada con el sector turístico de Bogotá. En este marco, es responsable de llevar a cabo la Investigación Viajeros en Bogotá, cuyo propósito es cuantificar y caracterizar a los turistas que arribaron a la ciudad durante un periodo de tiempo determinado.

Esta publicación presenta dicha caracterización para el primer semestre de 2025, resaltando que, en 2025-I, la ciudad recibió 7.339.191 turistas, lo que significó un incremento del 0,42 % respecto a lo observado en el mismo periodo de 2024. Respecto al total de turistas que visitarán la ciudad de Bogotá durante todo el 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 y un 20% respecto a los observados en 2023.

Respecto a los principales motivos de viaje, para los turistas internacionales fueron vacaciones, recreación y ocio, mientras que para los turistas nacionales fue la visita a familiares y amigos, tendencia similar a la evidenciada en 2024.

El presente documento expone los hallazgos de la Investigación Viajeros en Bogotá 2025-1. En la primera sección, se detallan los objetivos del estudio, seguidos de los conceptos básicos para tener en cuenta. A continuación, se presentan los resultados principales, con énfasis en la caracterización de los turistas y sus experiencias de viaje en la ciudad. También se incluyen otros datos relevantes, como las motivaciones para volver a visitar Bogotá o la realización de stopovers durante su tiempo de espera en la escala o conexión realizada en la ciudad.



Objetivos

Objetivo General

Cuantificar y caracterizar a los viajeros que visitaron la ciudad de Bogotá durante el semestre 2025-I.

Objetivos Específicos

- Cuantificar los turistas que visitan Bogotá tanto nacionales como internacionales, y caracterizarlos de acuerdo con su lugar de origen, edad y sexo y motivación de viaje.
- Identificar los comportamientos de pernoctación —duración de la estancia, lugar y localidad de alojamiento, así como conocer los principales sitios visitados, las actividades realizadas y medios de transporte utilizados en la ciudad.
- Determinar el gasto que realizan los turistas en la ciudad y la distribución de este.
- Analizar la implementación de estrategias de Stopover durante las escalas o conexiones de quienes realizan tránsito por el aeropuerto y la terminal de Bogotá.

Conceptos básicos

- **Destino principal de un viaje:** El lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje. Sin embargo, si el visitante no puede identificar dicho lugar, el destino principal se define como el lugar en el que pasa la mayor parte de su tiempo durante el viaje. Una vez más, si el visitante no puede identificar dicho lugar, el destino principal se define como el lugar que está más lejos de su lugar de residencia habitual". (RIET, 2008)
- **Entorno habitual:** Zona geográfica (aunque no necesariamente contigua) en la que una persona realiza sus actividades cotidianas habituales. Incluye el lugar de residencia habitual, el lugar de trabajo o estudio y aquellos lugares visitados de manera rutinaria. (RIET, 2008)
- **Grupo de viaje:** Visitantes que comparten un viaje y los gastos vinculados con el mismo. (RIET, 2008)

- **Lugar de residencia habitual:** Lugar geográfico donde la persona vive, es decir, el lugar que tiene una vivienda donde normalmente pasa los periodos diarios de descanso.
- **Motivo principal de un viaje:** Motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar. (RIET, 2008)
- **Stopover:** Es una parada o escala larga que se realiza en un punto de conexión entre el origen y el destino, y que permite al viajero conocer y disfrutar el punto de conexión durante las horas de parada (escala).
- **Turismo Accesible:** Es una forma de turismo que implica procesos de colaboración planificada estratégicamente entre las partes interesadas que permite a las personas con los requisitos de acceso, incluida la movilidad, visión, audición y capacidades cognitivas, funcionar de manera independiente y con equidad y dignidad a través de la prestación de los productos, servicios y entornos turísticos basados en el diseño universales.
- **Turista (o visitante que pernocta):** Visitante que realiza un viaje a un destino fuera de su entorno habitual por una duración de mínimo una noche y menos de un año consecutivo, por motivos de ocio, negocios u otros motivos personales donde no ejerce ninguna actividad remunerada. (RIET, 2008)
- **Viaje:** Desplazamiento de una persona, desde el momento de su salida hasta su regreso (viaje de ida y vuelta), a un lugar fuera de su lugar de entorno habitual. (OMT, s.f.)
- **Viajero:** Toda persona que se desplaza entre dos lugares geográficos distintos por cualquier motivo y duración. (RIET, 2008)
- **Visitante:** Persona que viaja por una duración inferior a un año a un destino distinto al de su entorno habitual con cualquier finalidad que no sea la de ser empleado en dicho lugar. (OMT, s.f.)

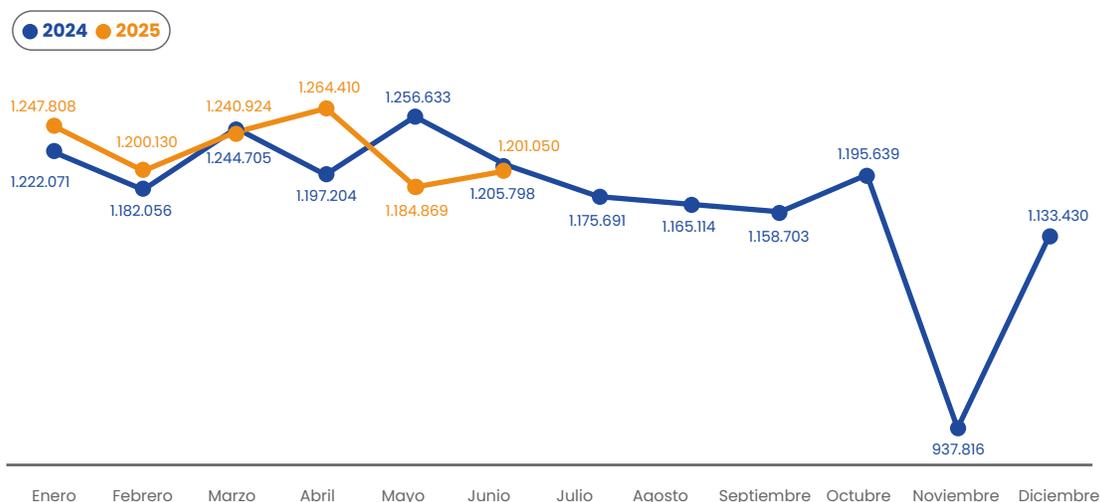
Principales resultados Investigación Viajeros en Bogotá 2025-I

Resultados generales

Según los resultados de la Investigación Viajeros en Bogotá realizada por el Observatorio de Turismo durante el primer semestre de 2025, la ciudad recibió **7.339.191 turistas**, lo que representó un incremento del **0,42%** frente al mismo periodo de 2024.

El comportamiento mensual mostró una tendencia estable en los tres primeros meses del año, con cifras similares a las de 2024, mientras que en abril se registró un aumento significativo, hasta llegar a **1.264.410 turistas**, superando el resultado para el mismo mes del año (+5,6). Sin embargo, en el mes de mayo la dinámica se revirtió con una reducción a **1.184.869 turistas**, (-5,7%) por debajo del nivel de 2024, como se puede observar en la gráfica 1.

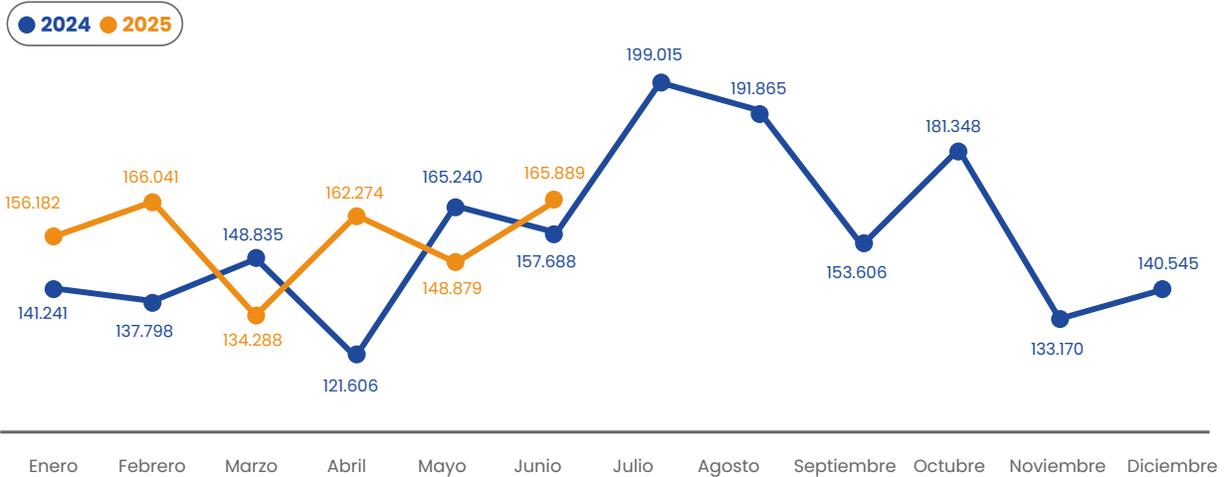
Gráfica 1. Estacionalidad del turismo total en Bogotá (2024-2025-I)



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

En cuanto a la estacionalidad del turismo internacional, durante el primer semestre de 2025 el número de turistas ascendió a **933.553**, lo que representó un incremento del **7,05%** frente al mismo periodo de 2024. El promedio mensual se situó en **153.592 turistas**, resultado superior al promedio registrado en los primeros seis meses de 2024 (**145.401**). Este crecimiento estuvo impulsado principalmente por el mayor número de llegadas observado en los dos primeros meses del año, así como en abril y junio.

Gráfica 2. Estacionalidad del turismo de origen internacional en Bogotá (2024–2025-I)



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

Por su parte, el número de turistas nacionales durante el primer semestre de 2025 ascendió a **6.405.638**, lo que representó una reducción del **0,47%** en comparación con el mismo periodo de 2024. Así mismo, el promedio mensual de turistas nacionales descendió de **1.072.677** en 2024 a **1.067.606** en 2025. Esta disminución estuvo explicada principalmente por la menor llegada de turistas en los meses de mayo y junio.

Gráfica 3. Estacionalidad del turismo de origen nacional en Bogotá (2024–2025-I)

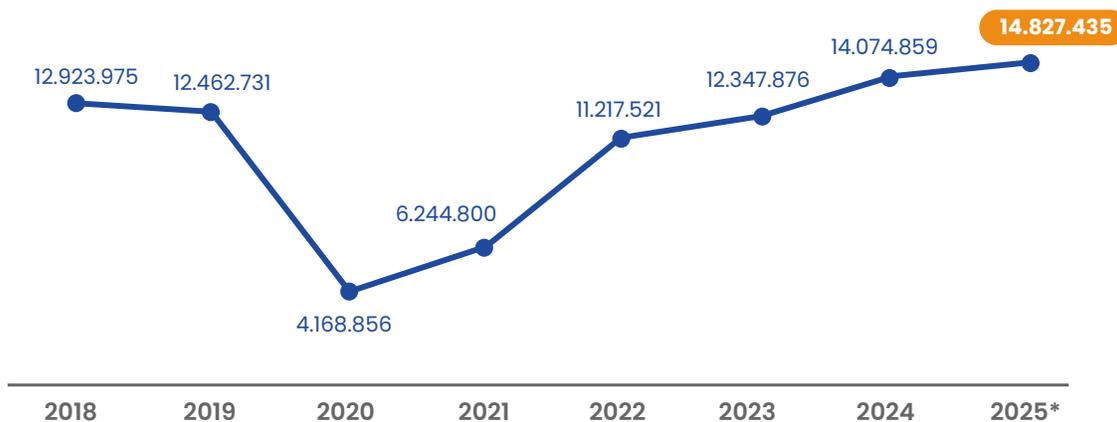


Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

Proyección 2025

De esta manera, a partir de la información observada entre enero y junio de 2025, desde el Observatorio de Turismo de Bogotá se proyecta que el total de turistas que visitarán la ciudad de Bogotá en el 2025, ascenderá a 14.827.435. Esto representa un aumento del 5,3% en comparación a los 14.074.859 turistas observados en el 2024 y un 20% respecto al 2023. Así mismo, cuando se compara respecto al 2019, año previo a la pandemia, se evidencia un incremento del 18,97%, lo que sugiere una recuperación sostenida en el nivel de turistas previos a este suceso.

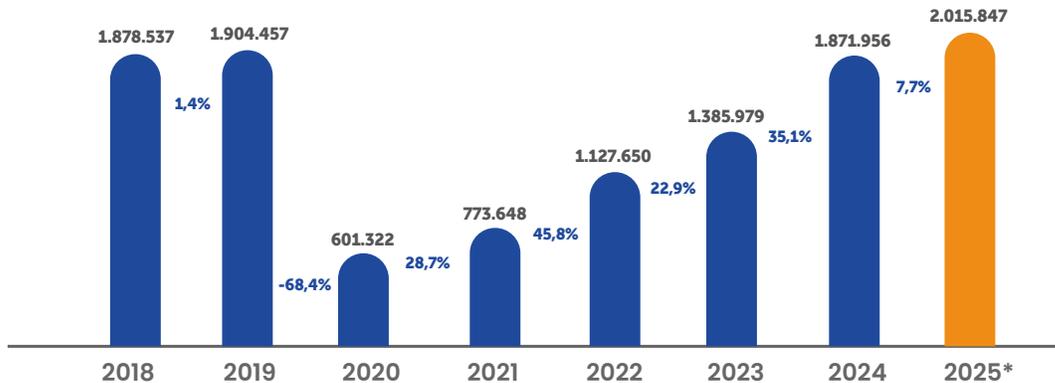
Gráfica 4. Evolución del número de turistas en Bogotá (2018–2025*)



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

En lo que respecta a los turistas internacionales para 2025, se proyecta la llegada de **2.015.847 turistas internacionales**, lo que representa un crecimiento del 7,7% frente a 2024. Este resultado consolida la tendencia positiva observada desde 2022, cuando inició la recuperación posterior a la pandemia y mantiene la continuidad del crecimiento acumulado de los últimos años. La cifra proyectada para 2025 no sólo superará el nivel alcanzado en 2019 (**1.904.457 turistas**), sino que también marcará un nuevo máximo histórico en el registro de turistas internacionales en la ciudad.

Gráfica 5. Número de turistas internacionales en Bogotá (2018–2025*)

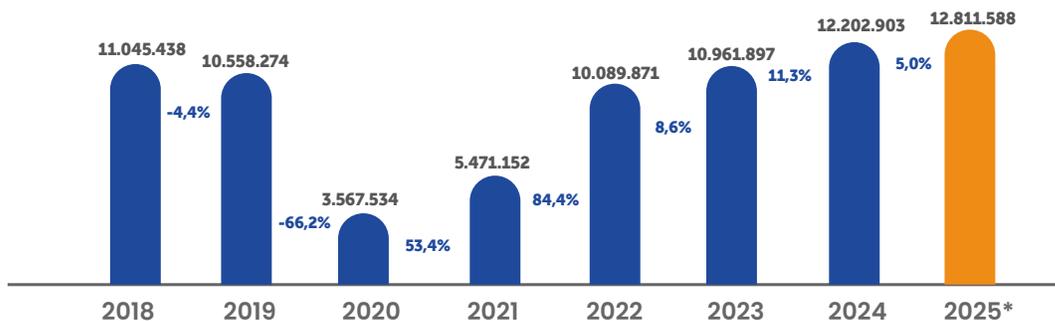


Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

La proyección de turistas internacionales se explica en parte por los resultados en la conectividad internacional reportadas por Aerocivil. Durante el primer semestre de 2025 se registraron **28.361 vuelos internacionales**, un **7,9%** más que en 2024, mientras que el número de pasajeros a bordo aumentó en **8,8%**, al pasar de **3,48 millones** en 2024 a **3,79 millones** en 2025. De manera consistente, la oferta de sillas en rutas internacionales también creció en **11,7%**, alcanzando cerca de **4,93 millones de sillas**.

En cuanto a los turistas nacionales, para 2025 se espera la llegada de **12.811.588** turistas, lo que representa un incremento del **5,0%** respecto al año anterior. Esta cifra consolida la tendencia de crecimiento sostenido observada desde 2022, luego de la fuerte contracción registrada en 2020 como consecuencia de la pandemia. Con este resultado, Bogotá no solo mantuvo la senda ascendente de los últimos cuatro años, sino que también alcanzó el mayor número de turistas nacionales en la serie 2018–2025, reforzando la importancia del mercado interno en la dinámica turística de la ciudad.

Gráfica 6. Número de turistas nacionales en Bogotá (2018–2025*)



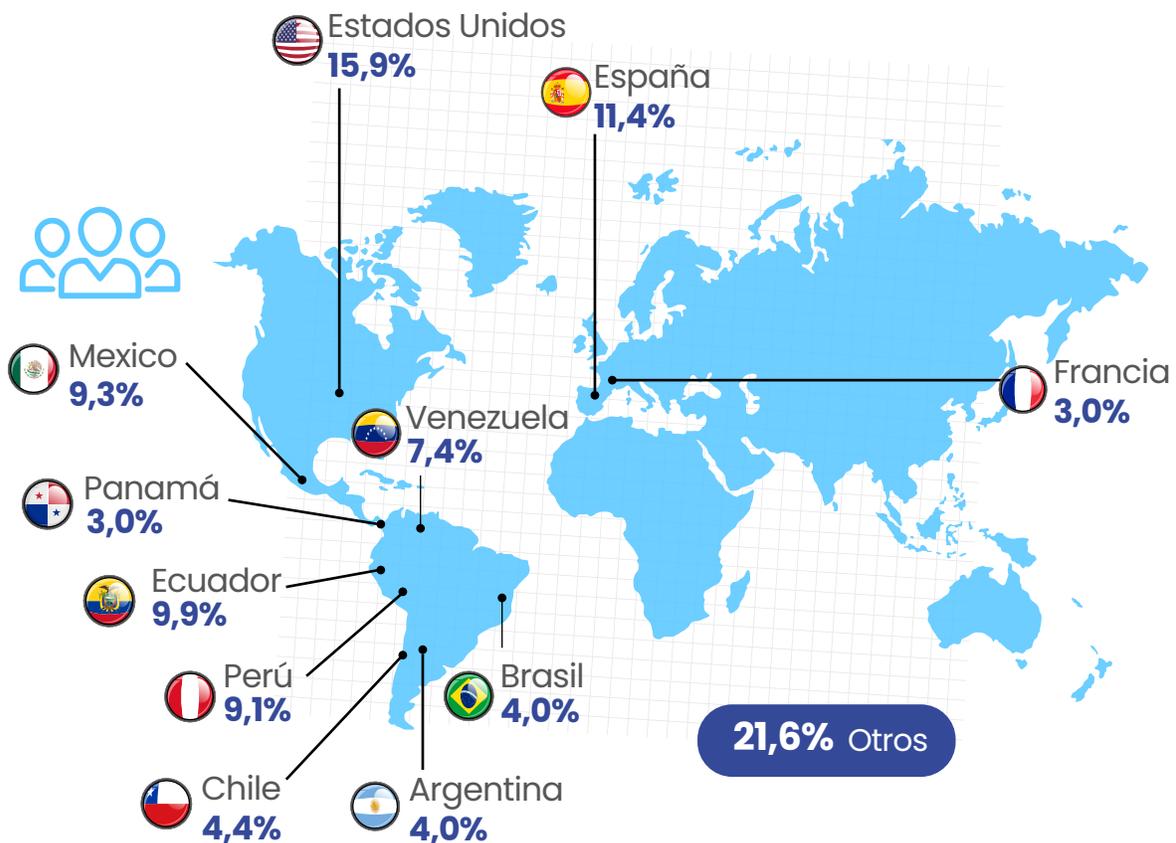
Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

Caracterización de los turistas

Origen de los turistas

Durante el primer semestre de 2025, el principal país de origen de los turistas internacionales en Bogotá fue **Estados Unidos**, con una participación del **15,9%** sobre el total. Le siguieron **España** (11,4%), **Ecuador** (9,9%), **México** (9,3%) y **Perú** (9,1%), que en conjunto aportaron cerca de la mitad de las llegadas internacionales a la ciudad. El grupo de los diez principales países emisores concentró el 78,4% de los turistas, lo que confirmó una alta dependencia de un número reducido de mercados.

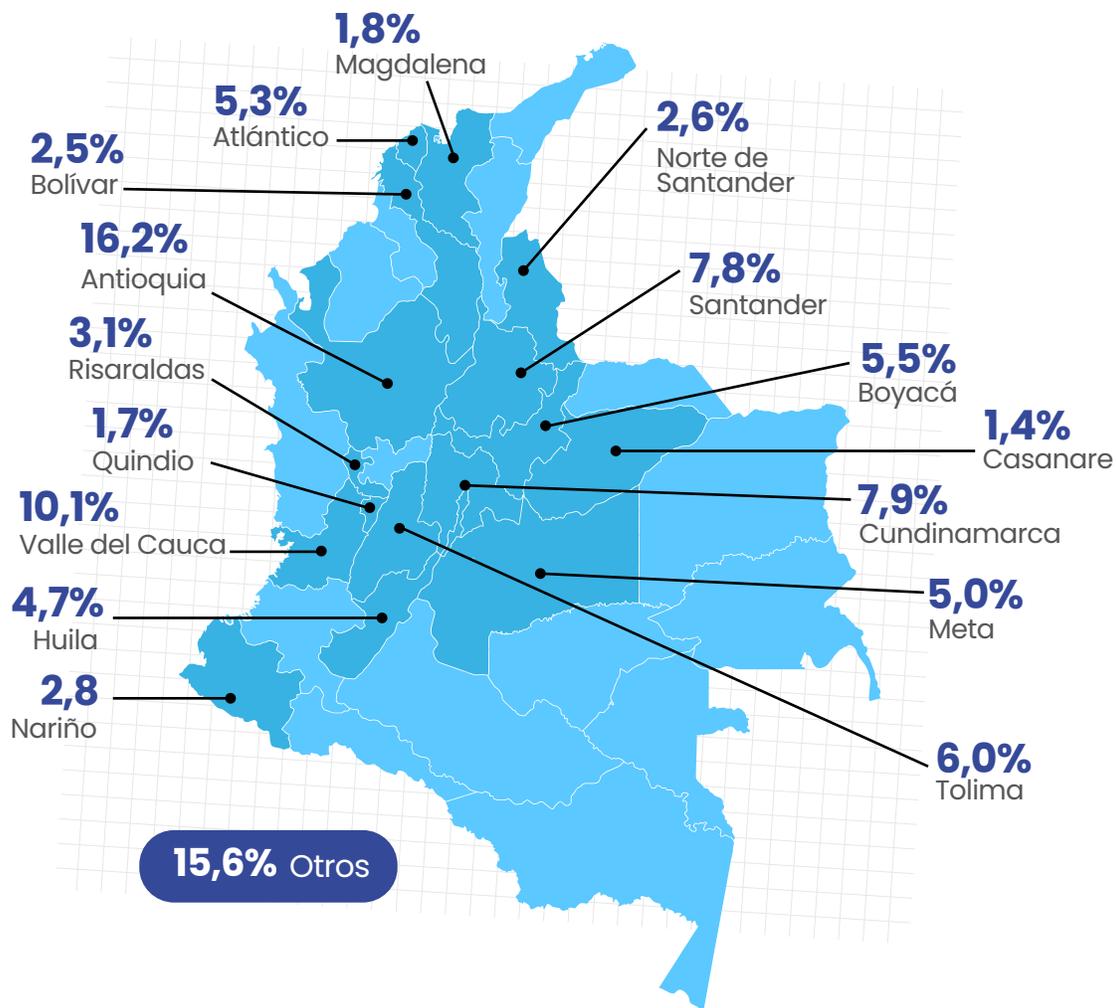
Gráfica 7. Origen de los turistas internacionales en Bogotá (2025-I)



Fuente: : Investigación viajeros en Bogotá 2025.

En lo concerniente a turistas nacionales, el principal origen de los turistas nacionales en el primer semestre de 2025 fue **Antioquia**, con una participación del **16,2%** del total. Le siguieron **Valle del Cauca** (10,1%), **Cundinamarca** (7,9%) y **Santander** (7,8%), que en conjunto representaron más de dos quintas partes de los viajes nacionales hacia la ciudad. Otros departamentos como **Tolima**, **Boyacá**, **Atlántico**, **Meta** y **Huila** también tuvieron una participación destacada, cada uno con valores entre el 4% y el 6%. En total, los quince principales departamentos emisores aportaron el **84,4%** de los turistas nacionales.

Gráfica 8. Origen de los turistas nacionales en Bogotá (2025-I)

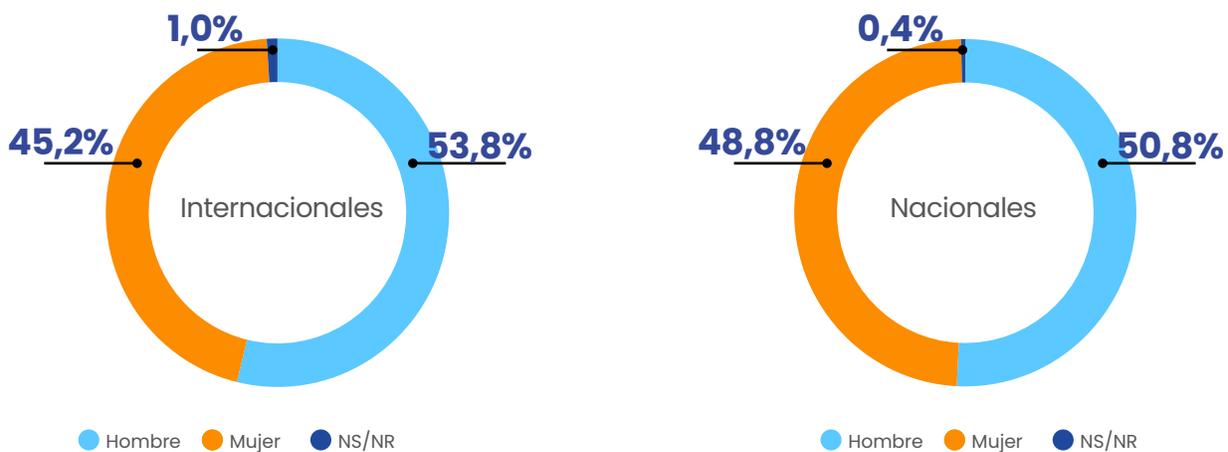


Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

Sexo de los turistas

En cuanto al sexo de los turistas internacionales en Bogotá durante lo corrido de 2025, el **54% correspondió a hombres**, el **45% a mujeres**, mientras que un **1%** no reportó información. Por su parte, entre los turistas nacionales también predominó una ligera mayoría masculina, con un **51% de hombres** frente a un **49% de mujeres**. Estos resultados mostraron una distribución relativamente equilibrada por sexo tanto en el turismo internacional como en el nacional, sin diferencias significativas entre ambos grupos, lo que sugiere que la oferta turística de Bogotá resulta atractiva de manera similar para hombres y mujeres.

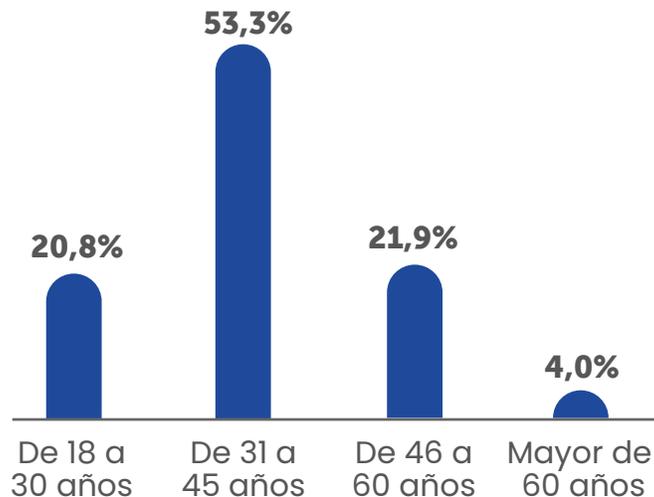
Gráfica 9. Sexo de los turistas internacionales y nacionales en Bogotá (2025-I)



Edad de los turistas

Respecto a la edad de los turistas internacionales que visitaron Bogotá durante lo que va del año 2025, la mayoría se concentró en el rango de **31 a 45 años**, que representó el **53,3%** del total. Seguido por los grupos de **46 a 60 años** con el **21,9%** y de **18 a 30 años** con el **20,8%**, mientras que los turistas **mayores de 60 años** tuvieron una participación marginal del **4,0%**. Estos resultados evidenciaron que el turismo internacional en la ciudad estuvo dominado por personas en edad laboral activa, segmento que tradicionalmente concentra mayor capacidad de viaje y gasto turístico.

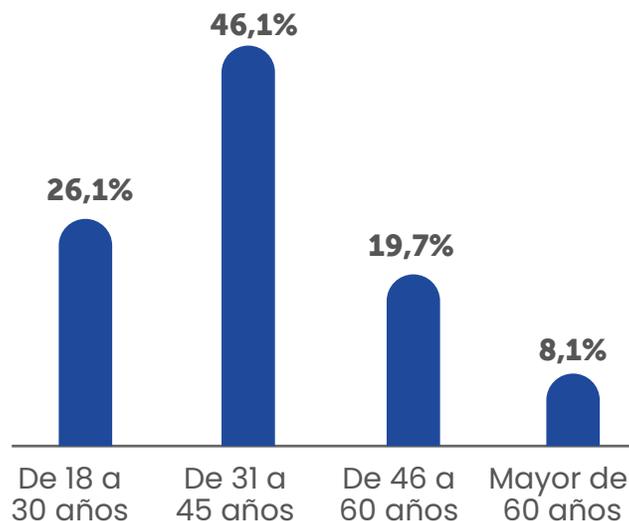
Gráfica 10. Edad de los turistas internacionales en Bogotá (2025-1)



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025

En el caso de los turistas nacionales, la mayor participación correspondió al rango de **31 a 45 años**, con un **46,1%** del total. Le siguieron los grupos de **18 a 30 años** con el **26,1%** y de **46 a 60 años** con el **19,7%**, mientras que los turistas **mayores de 60 años** representaron el **8,1%**. En conjunto, más de siete de cada diez turistas nacionales se ubicaron entre los **18 y 45 años**, lo que confirma que este segmento etario joven-adulto constituye el principal motor del turismo interno hacia la ciudad.

Gráfica 11. Edad de los turistas nacionales en Bogotá (2025-1)



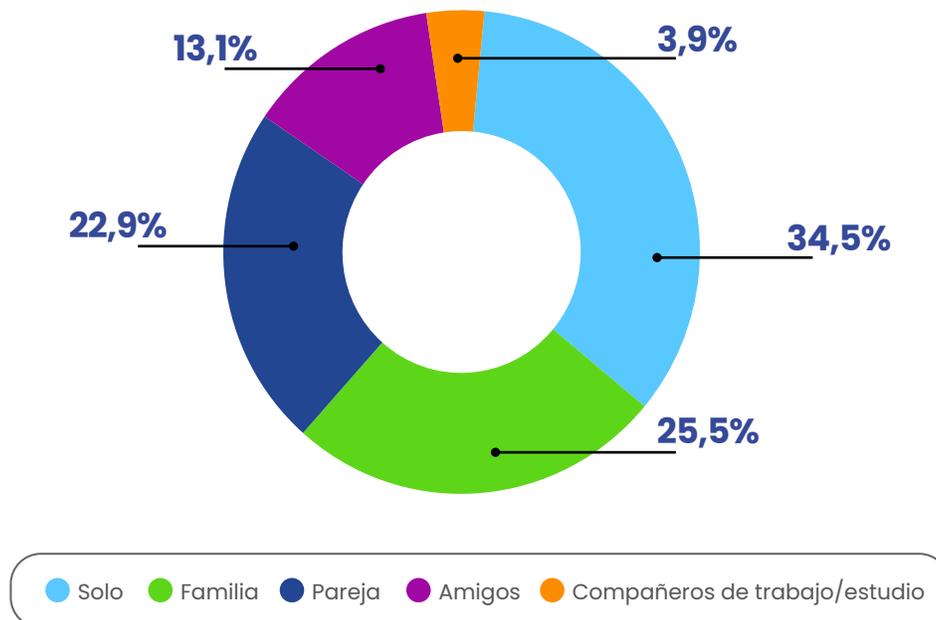
Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

De esta manera, aunque tanto turistas internacionales como nacionales en Bogotá en 2025 se concentraron en el rango de 31 a 45 años, los internacionales mostraron una mayor proporción en este grupo, mientras que entre los nacionales se evidenció una distribución más equilibrada, con mayor presencia de jóvenes y adultos mayores. Esto refleja que el turismo internacional estuvo más vinculado a la población en edad productiva, mientras que el nacional abarcó un espectro etario más diverso.

Grupo de viaje de los turistas

En cuanto al grupo de viaje de los turistas internacionales que visitaron Bogotá en 2025, la mayor proporción correspondió a quienes viajaron **solos**, con un **34,5%** del total. Le siguieron los viajes en **familia** con un **25,5%**, en **pareja** con un **22,9%** y con **amigos** con un **13,1%**, mientras que un **3,9%** indicó haberlo hecho en compañía de un **compañero de trabajo o estudio**. Estos resultados reflejaron que, aunque predominaron los viajes individuales, una parte importante del turismo internacional en la ciudad estuvo asociado a experiencias compartidas, especialmente en familia o pareja.

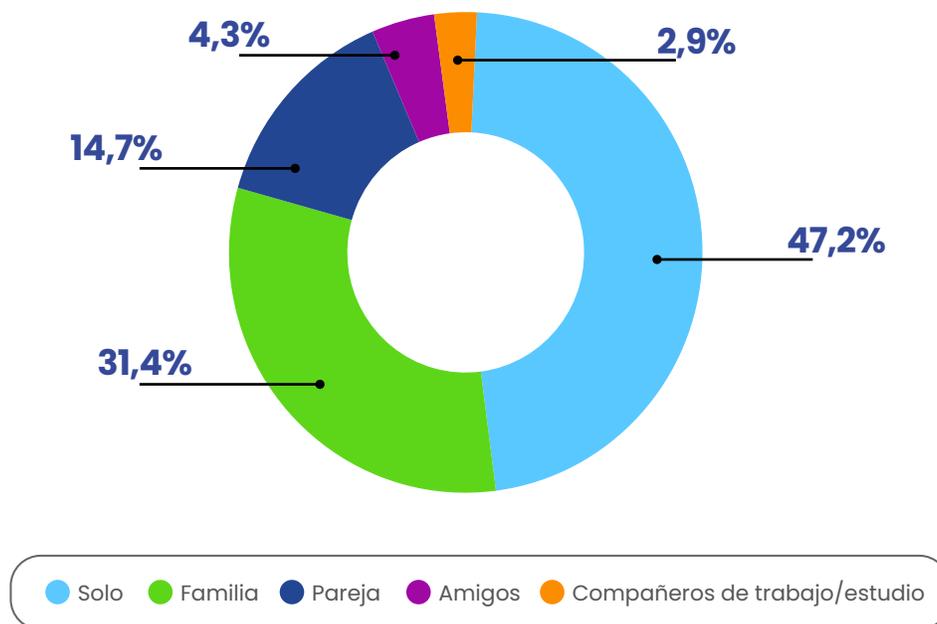
Gráfica 12. Grupo de viaje de los turistas internacionales en Bogotá (2025-I)



Fuente: : Investigación viajeros en Bogotá 2025.

En cuanto a la caracterización de los turistas nacionales, la mayoría viajó **solo**, con una participación del **47,2%**. Le siguieron los viajes en **familia** con un **31,4%**, en **pareja** con un **14,2%**, y con **amigos** con un **4,3%**, mientras que apenas un **2,9%** lo hizo en compañía de un **compañero de trabajo o estudio**. Estos resultados evidenciaron que, aunque predominaron los viajes individuales, los desplazamientos familiares también tuvieron un peso relevante en el turismo nacional, configurando un perfil diferenciado frente al turismo internacional.

Gráfica 13. . Grupo de viaje de los turistas nacionales en Bogotá (2025-1)



Fuente: : Investigación viajeros en Bogotá 2025.

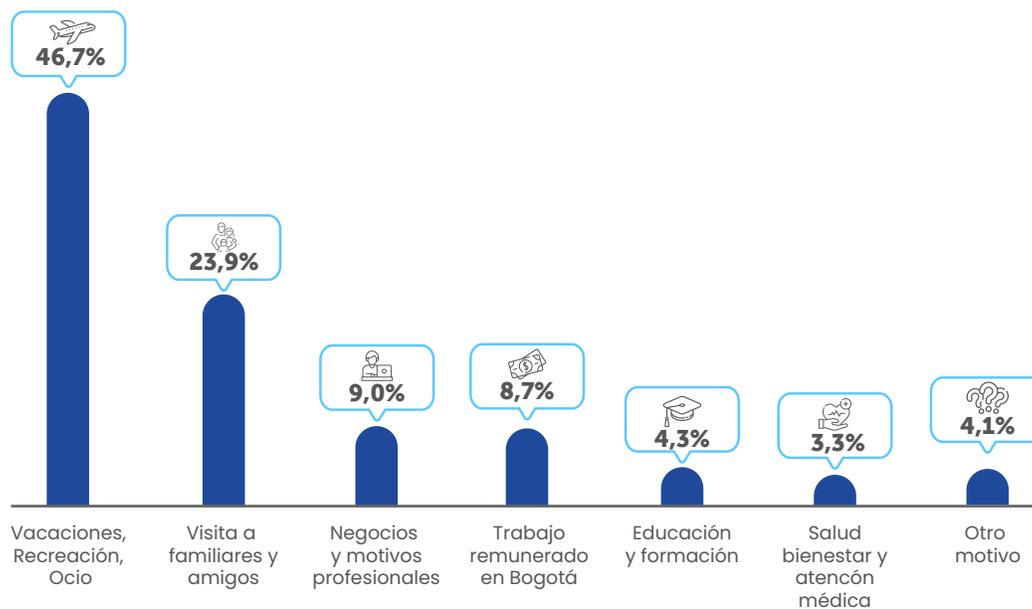
Caracterización del viaje

Motivo de viaje de los turistas

Durante el primer semestre de 2025, el principal motivo de viaje de los turistas internacionales que visitaron Bogotá fueron las **vacaciones, recreación y ocio**, con una participación del **46,7%** del total. Le siguieron los viajes para **visitar a familiares y amigos**, que representaron el **23,9%**, mientras que los motivos de **negocios y**

profesionales alcanzaron el **9,0%** y el **trabajo remunerado en la ciudad** el **8,7%**. Otros propósitos como la **educación y formación (4,3%)**, la **salud, bienestar y atención médica (3,3%)** y **otros motivos (4,1%)** tuvieron una menor participación. Estos resultados evidenciaron que el turismo internacional en Bogotá ha estado enfocado por los viajes de ocio y por la visita a redes familiares y sociales.

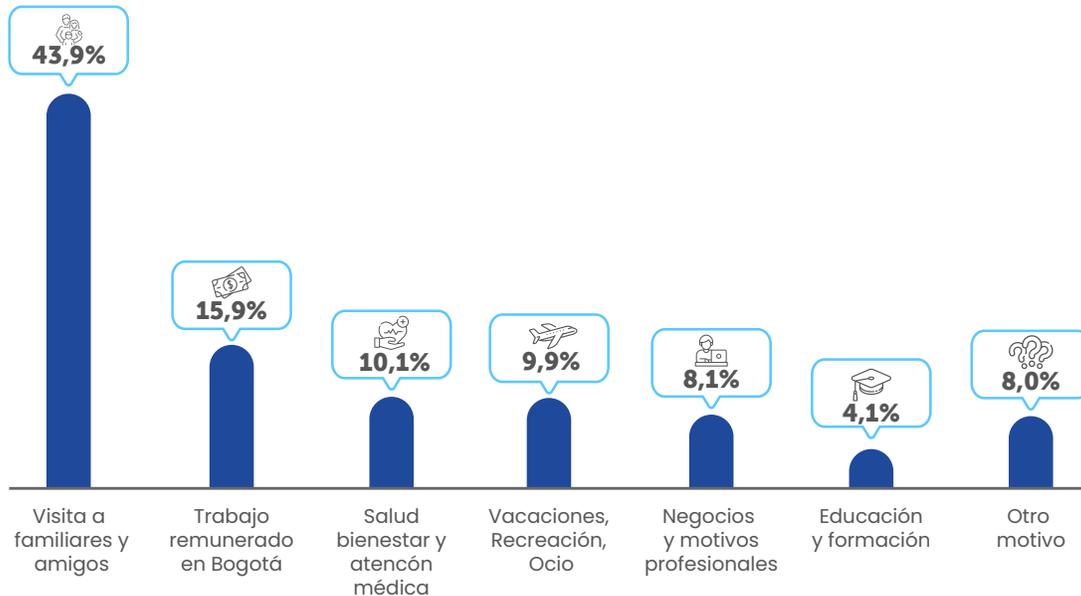
Gráfica 14. Motivo de viaje de los turistas Internacionales en Bogotá (2025-I)



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

En el caso de los turistas nacionales que visitaron Bogotá en 2025-I, el principal motivo de viaje fue la **visita a familiares y amigos**, que representó el **43,9%** del total. Le siguieron el **trabajo remunerado en la ciudad** con un **15,9%** y los viajes por **salud, bienestar y atención médica** con un **10,1%**. Los viajes por **vacaciones, recreación y ocio** alcanzaron el **9,9%**, mientras que los negocios y motivos profesionales y la educación y formación representaron el **8,1%** y **4,1%**, respectivamente. Finalmente, un **8,0%** de los turistas nacionales indicó **otros motivos** para su visita.

Gráfica 15. Motivo de viaje de los turistas nacionales en Bogotá (2025-1)



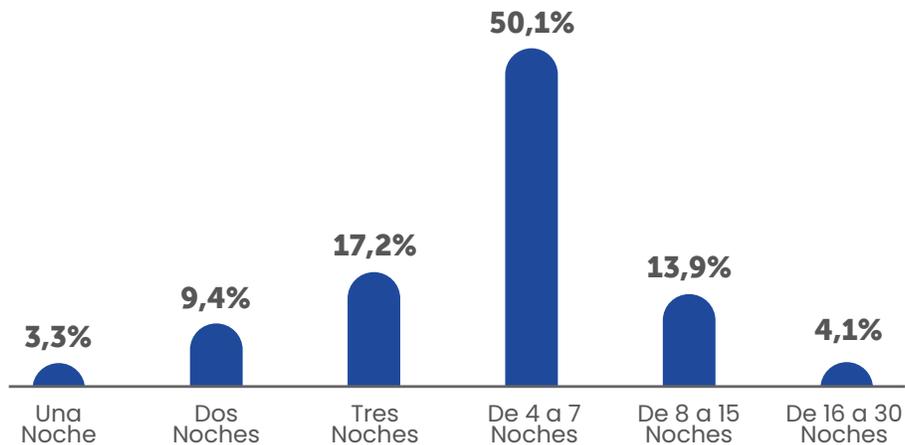
Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

Estos resultados evidenciaron que, a diferencia de los turistas internacionales, entre los turistas nacionales prevaleció la importancia de los lazos familiares y sociales, así como de actividades relacionadas con el trabajo y la salud.

Noches pernoctadas por los turistas

En el primer semestre de 2025, la mayoría de los turistas internacionales que visitaron Bogotá permanecieron entre **4 y 7 noches**, con una participación del **50,1%**. Le siguieron quienes se alojaron por **tres noches (17,2%)** y entre **8 y 15 noches (13,9%)**, mientras que las estancias más cortas, de una o dos noches sumados representaron un **12,7%** del total. Finalmente, un **4,1%** de los turistas registró estancias largas, entre **16 y 30 noches**. Estos resultados reflejaron que la ciudad se consolidó como un destino de estancias medias, con una permanencia predominante de alrededor de una semana.

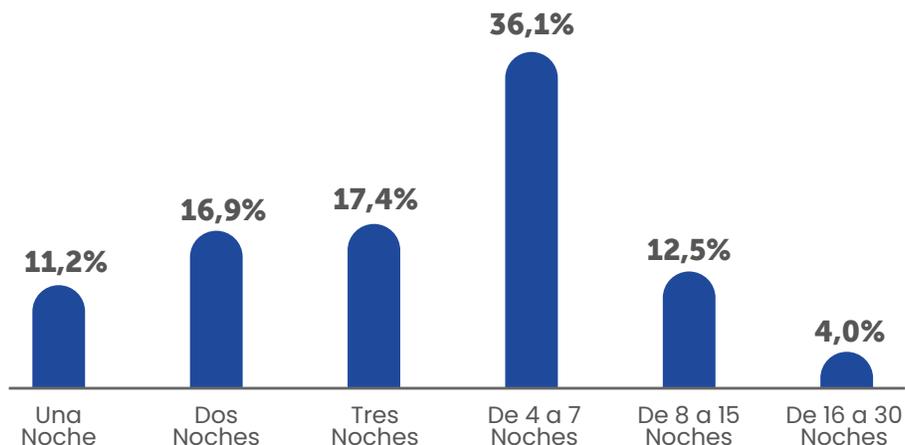
Gráfica 16. Noches pernoctadas por turistas internacionales en Bogotá (2025-1)



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

Por otro lado, la mayoría de los turistas nacionales que visitaron Bogotá permanecieron entre **4 y 7 noches**, con una participación del **36,1%**. Le siguieron quienes se alojaron **tres noches (17,4%)** y **dos noches (16,9%)**, lo que muestra que las estadías cortas tuvieron un peso importante en el turismo interno. Los viajes de **una noche** representaron el **11,2%**, mientras que las estancias más prolongadas, de **8 a 15 noches** y de **16 a 30 noches**, alcanzaron el **12,5%** y **4,0%**, respectivamente.

Gráfica 17. Noches pernoctadas por turistas nacionales en Bogotá (2025-1)



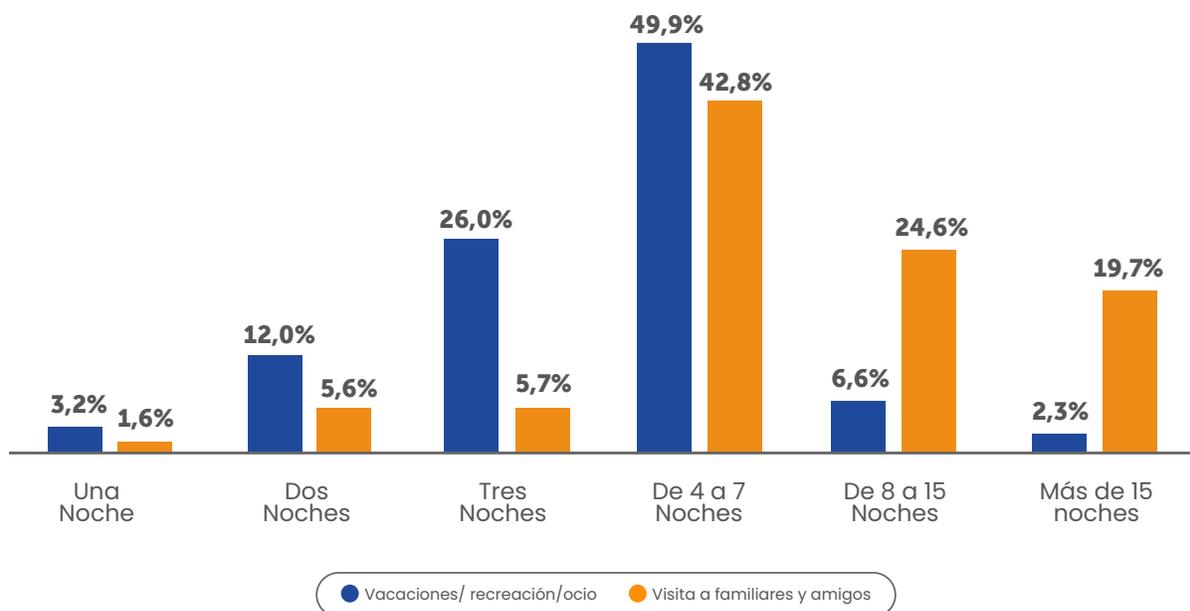
Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

Estos resultados reflejan que, a diferencia de los turistas internacionales que tendieron a permanecer alrededor de una semana, entre los turistas nacionales las estadías fueron más diversas y con mayor participación de viajes cortos.

En 2025- I, los turistas internacionales que visitaron Bogotá por **vacaciones, recreación y ocio** concentraron sus estadías principalmente entre **4 y 7 noches (49,9%)**, seguidos de quienes permanecieron **tres noches (26,0%)** y aquellos con estancias de **dos noches (12,0%)**, lo que reflejó una marcada preferencia por estadías intermedias.

Por su parte, los turistas cuyo motivo fue la **visita a familiares y amigos** también se concentraron en el rango de **4 a 7 noches (42,8%)**, aunque destacaron por una mayor proporción de estancias largas, con **24,6%** entre **8 y 15 noches** y **19,7%** con más de **15 noches**. Estos resultados mostraron que, mientras los viajes de ocio se caracterizaron por permanencias medias, las visitas familiares tendieron a estadías más prolongadas, asociadas a vínculos sociales y afectivos.

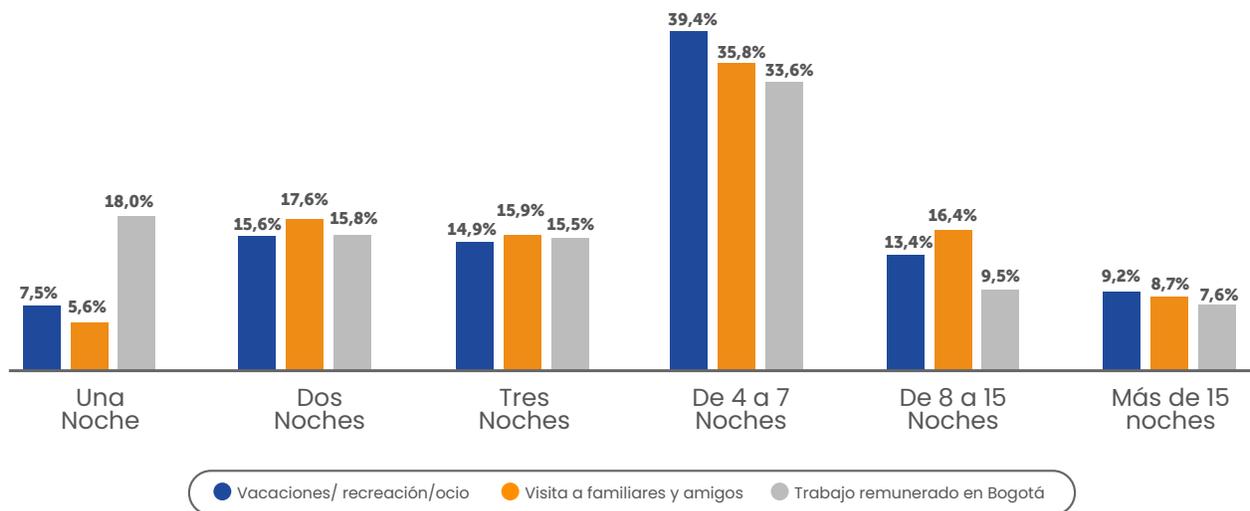
Gráfica 18. Noches pernoctadas según las principales motivaciones de los turistas internacionales en Bogotá (2025-I)



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

En 2025-1, los turistas nacionales que visitaron Bogotá por **vacaciones, recreación y ocio** se concentraron principalmente en estadías de **4 a 7 noches (39,4%)**, seguidos por quienes permanecieron entre **8 y 15 noches (13,4%)** y más de **15 noches (9,2%)**. Aquellos que viajaron por **visita a familiares y amigos** también privilegiaron el rango de **4 a 7 noches (35,8%)**, aunque con una presencia relevante de estancias largas, ya que un **16,4%** permaneció entre **8 y 15 noches** y un **8,7%** más de **15 noches**. Por su parte, los viajes por **trabajo remunerado en la ciudad** mostraron una distribución más dispersa, destacando tanto las estadías cortas de **dos noches (15,8%)** como las intermedias de **4 a 7 noches (33,6%)**.

Gráfica 19. Noches pernoctadas según las principales motivaciones de los turistas nacionales en Bogotá (2025-1)



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

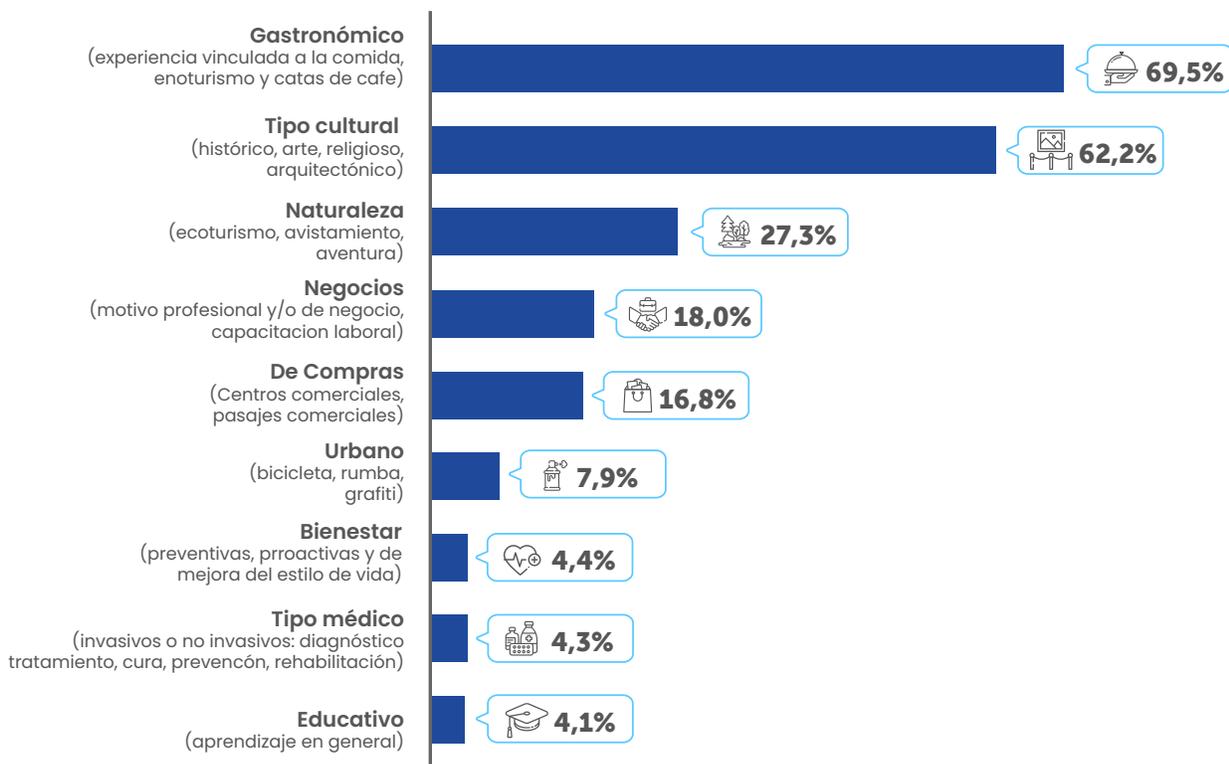
En comparación con los turistas internacionales, se evidenció que ambos grupos priorizaron las estadías medias de 4 a 7 noches. Sin embargo, los internacionales tendieron a concentrar más sus viajes en ocio con duraciones intermedias, mientras que entre los nacionales las motivaciones laborales y familiares generaron una mayor diversidad en la duración de la estadía.

Actividades realizadas y sitios visitados por los turistas

Las actividades realizadas por los turistas internacionales en Bogotá durante el primer semestre de 2025 reflejaron una amplia diversidad de intereses, con una marcada preferencia por la **gastronomía (69,5%)** y las experiencias de tipo **cultural, histórico, artístico, religioso o arquitectónico (62,2%)**, que se consolidaron como los principales atractivos de la ciudad. También tuvieron un peso importante las actividades relacionadas con la **naturaleza (27,3%)**, así como aquellas vinculadas a **negocios y motivos profesionales (18,0%)** y las **compras en centros y pasajes comerciales (16,8%)**.

En menor proporción, se destacaron actividades de carácter **urbano** como recorridos en bicicleta, vida nocturna o grafiti (**7,9%**), además de experiencias asociadas al **bienestar (4,4%)**, la atención **médica (4,3%)** y las de carácter **educativo (4,1%)**. En conjunto, estos resultados muestran que el turismo internacional en Bogotá combina un fuerte interés por la gastronomía y la cultura, complementado con actividades recreativas, de compras y profesionales, lo que evidencia un perfil de turistas diverso y multidimensional.

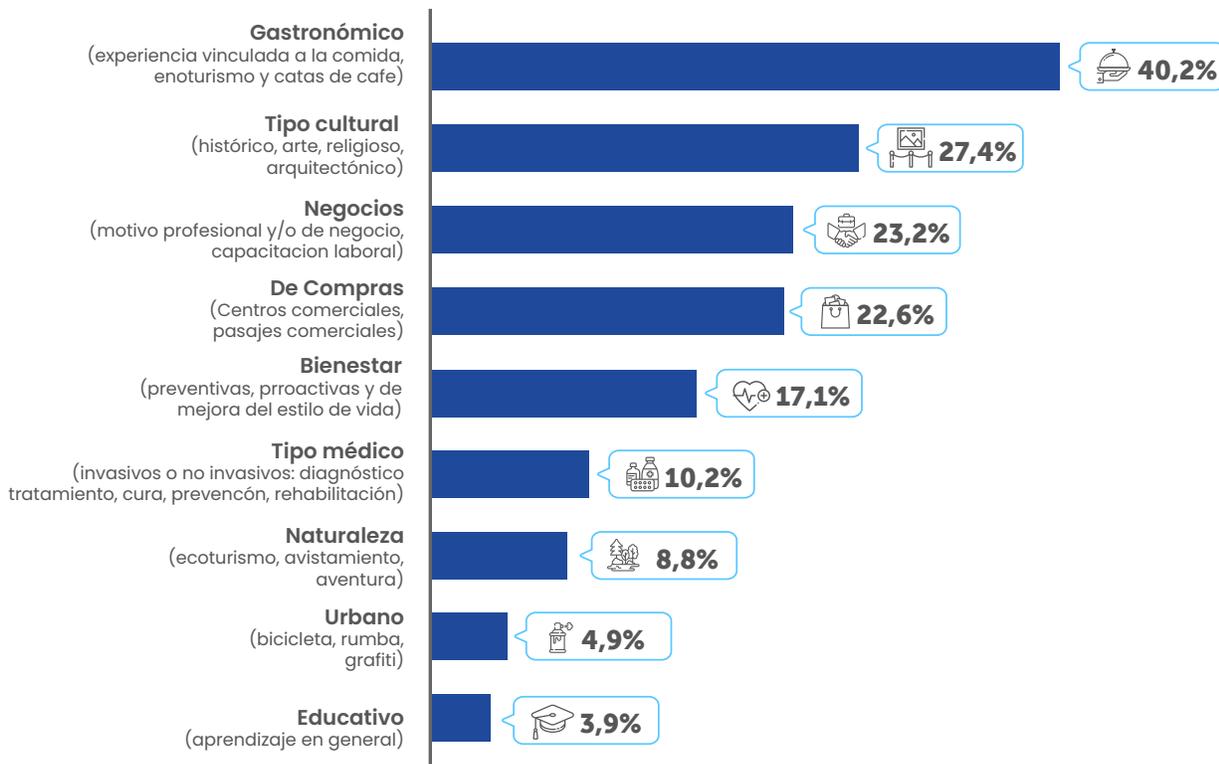
Gráfica 20. Actividades realizadas por los turistas internacionales en Bogotá (2025-I)



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

Entre los turistas nacionales que visitaron Bogotá en el primer semestre de 2025, las actividades más destacadas fueron las de carácter **gastronómico (40,2%)** y **cultural (27,4%)**, seguidas por las relacionadas con **negocios y motivos profesionales (23,2%)** y las **compras en centros o pasajes comerciales (22,6%)**. También se registró una participación importante en actividades de **bienestar (17,1%)** y de carácter **médico (10,2%)**, mientras que las actividades de **naturaleza (8,8%)**, **urbanas (4,9%)** y **educativas (3,9%)** tuvieron un peso menor dentro de la experiencia turística nacional.

Gráfica 21. Actividades realizadas por los turistas nacionales en Bogotá (2025-1)



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

En comparación con los turistas internacionales, se observa que ambos grupos comparten el interés por la **gastronomía** y la **cultura**, aunque con diferente intensidad: para los internacionales estas actividades alcanzaron más del 60% de participación, mientras que entre los nacionales su incidencia fue menor. En contraste, los turistas nacionales mostraron una mayor participación en actividades vinculadas al **bienestar, la salud y los motivos profesionales**, mientras que los internacionales se destacan más en experiencias de **naturaleza** y de **ocio urbano**.

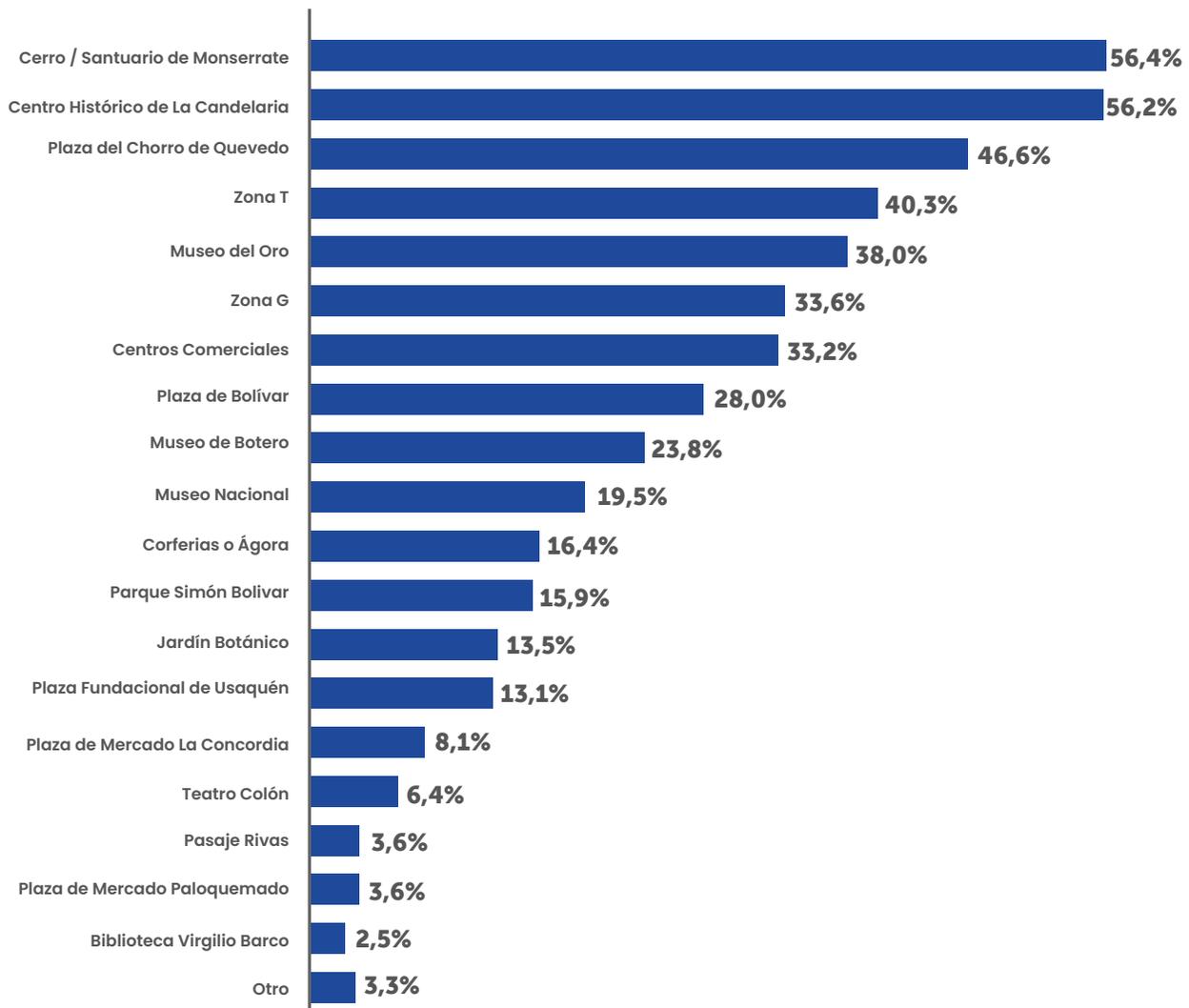
Estos resultados reflejan perfiles diferenciados: los turistas internacionales se orientaron hacia experiencias culturales y recreativas, mientras que los nacionales combinaron consumo cultural con necesidades prácticas de trabajo, salud y bienestar.

Por otro lado, la investigación evidenció que entre los turistas internacionales que visitaron Bogotá en 2025-1, los sitios más frecuentados fueron el **Cerro de Monserrate (56,4%)** y el **Centro Histórico de La Candelaria (56,2%)**, consolidándose como los principales referentes culturales y patrimoniales de la ciudad. A estos destinos les siguieron la **Plaza del Chorro de Quevedo (46,6%)**, la **Zona T (40,3%)** y el **Museo del Oro (38,0%)**, lo que refleja una combinación entre espacios históricos, culturales y de entretenimiento que conforman parte esencial de la experiencia turística en Bogotá.

Por otra parte, otros atractivos de relevancia fueron la **Zona G (33,6%)** y los **centros comerciales (33,2%)**, así como lugares emblemáticos como la **Plaza de Bolívar (28,0%)** y el **Museo de Botero (23,8%)**. También se destacaron el **Museo Nacional (19,5%)** y escenarios de eventos como **Corferias o Ágora (16,4%)**. Espacios recreativos como el **Parque Simón Bolívar (15,9%)** y el **Jardín Botánico (13,5%)** completaron la lista de atractivos con mayor presencia, junto a zonas tradicionales como la **Plaza Fundacional de Usaquén (13,1%)**.

Estos resultados mostraron que los turistas internacionales combinaron recorridos por sitios patrimoniales, museos y espacios de ocio, configurando un perfil diverso de visita que integra cultura, historia, comercio y entretenimiento.

Gráfica 22. Sitios visitados por los turistas internacionales en Bogotá (2025-1)

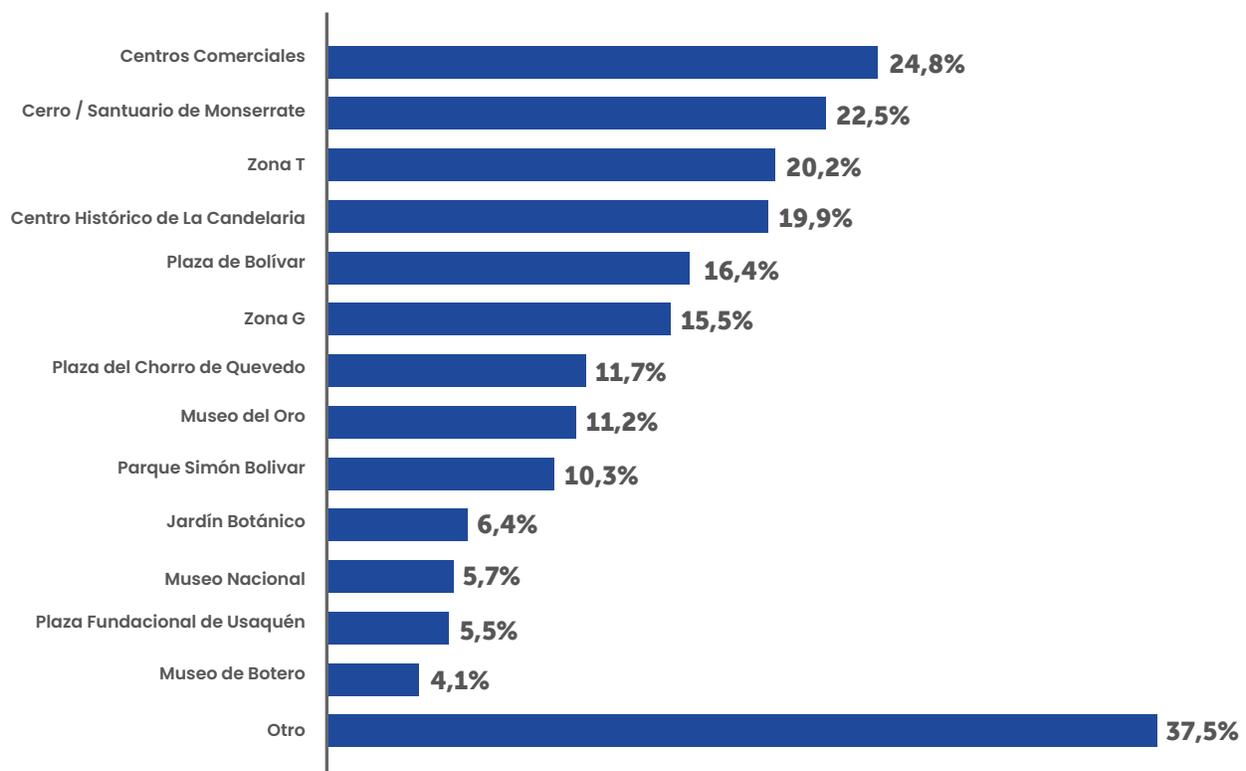


Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025

En el caso de los turistas nacionales, los sitios más visitados en Bogotá durante 2025 fueron los **centros comerciales (24,8%)** y el **Cerro de Monserrate (22,5%)**, seguidos por la **Zona T (20,2%)** y el **Centro Histórico de La Candelaria (19,9%)**. Otros lugares con presencia importante fueron la **Plaza de Bolívar (16,4%)**, la **Zona G (15,5%)** y la **Plaza del Chorro de Quevedo (11,7%)**, mientras que atractivos culturales como el **Museo del Oro (11,2%)**, el **Museo Nacional (5,7%)** y el **Museo de Botero (4,1%)** tuvieron una participación más reducida. Espacios recreativos y ambientales como el **Parque Simón Bolívar (10,3%)** y el **Jardín Botánico (6,4%)** también fueron parte de la experiencia de los turistas nacionales.

En comparación con los turistas internacionales, los turistas nacionales mostraron una **menor concentración en sitios culturales y patrimoniales**, y una **mayor preferencia por espacios comerciales y recreativos**, lo que evidencia diferencias en el tipo de actividades realizadas. Mientras que para los internacionales destacan los recorridos por Monserrate, La Candelaria y museos, en el caso de los nacionales sobresalió el consumo en centros comerciales y la visita a zonas de entretenimiento, aunque Monserrate se mantuvo como un punto de encuentro común para ambos grupos.

Gráfica 22. Sitios visitados por los turistas internacionales en Bogotá (2025-1)



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025

Experiencia turística en Bogotá

La inclusión y análisis de estas nuevas variables respondieron al propósito de comprender mejor las diferencias entre turistas nacionales e internacionales en Bogotá. Gracias al rediseño metodológico de la investigación fue posible capturar con mayor detalle aspectos centrales de la experiencia de viaje, como los tipos de alojamiento utilizados, las formas de desplazamiento en la ciudad y la duración de la estadía. Esta caracterización resulta esencial para realizar diagnósticos más precisos sobre la demanda turística y orientar la oferta de servicios hacia las necesidades específicas de cada perfil de viajero.

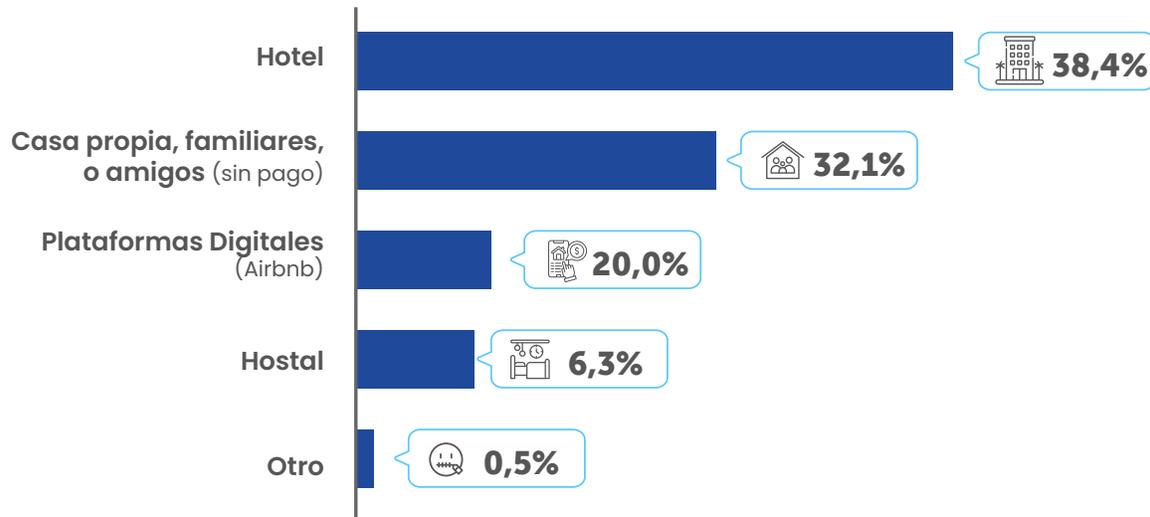
De igual manera, analizar los resultados a lo largo del tiempo constituye un insumo relevante para la definición de políticas públicas y estrategias de promoción que reconozcan las particularidades de cada segmento. Contar con información detallada sobre las preferencias de los turistas permite fortalecer la infraestructura turística, mejorar la competitividad de Bogotá como destino y avanzar hacia un modelo de turismo más sostenible, inclusivo y equilibrado.

Preferencias de alojamiento de los turistas

En el primer semestre de 2025, los **hoteles** se consolidaron como la principal opción de alojamiento para los turistas internacionales en Bogotá, con una participación del **48,4%**. En segundo lugar, un **29,3%** de los turistas optó por hospedarse en **casas propias o de familiares y amigos**, lo que refleja la importancia de las redes personales en la estadía. Asimismo, las **plataformas digitales de alquiler**, como Airbnb, representaron el **11,1%** de las preferencias, evidenciando una diversificación creciente hacia modalidades más flexibles.

Los **hostales** alcanzaron una participación del **9,8%**, mientras que otras alternativas de alojamiento tuvieron una incidencia marginal (**1,4%**). En conjunto, estos resultados muestran que, aunque el hotel sigue siendo el principal lugar de hospedaje, los turistas internacionales combinaron su estadía con opciones vinculadas tanto a las plataformas como a las redes personales.

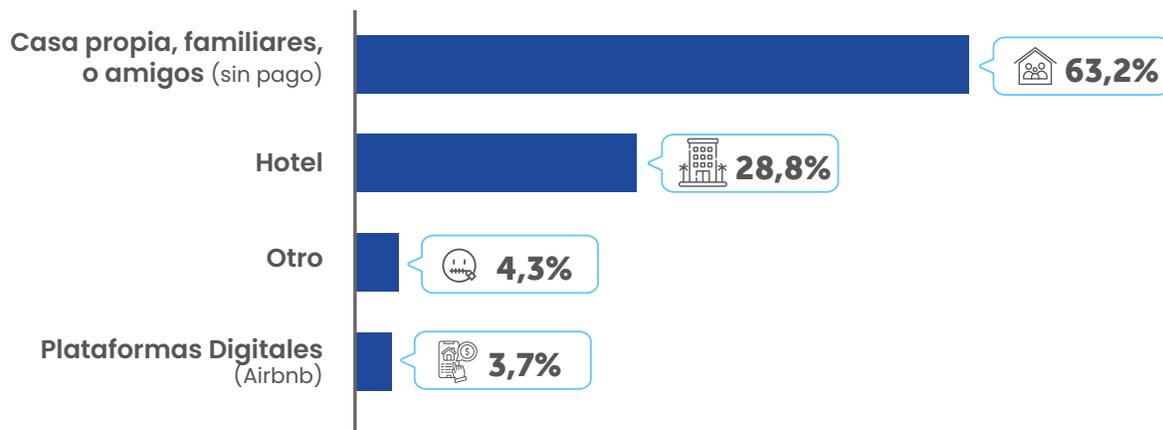
Gráfica 23. Lugar de alojamiento de turistas internacionales en Bogotá (2025-I)



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

Por su parte, la mayoría de los turistas nacionales que visitaron Bogotá en el primer semestre de 2025 se alojaron en **casas propias o de familiares y amigos**, con una participación del **63,2%**, lo que confirma el peso de las redes personales en el turismo interno. En segundo lugar, los hoteles concentraron el **28,8%** de las estadías, mientras que las **plataformas digitales de alquiler** como Airbnb representaron apenas el **3,7%** y otras modalidades de hospedaje el **4,3%**, lo que muestra una menor diversificación frente a los turistas internacionales.

Gráfica 24. Lugar de alojamiento de turistas nacionales en Bogotá (2025-I)



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

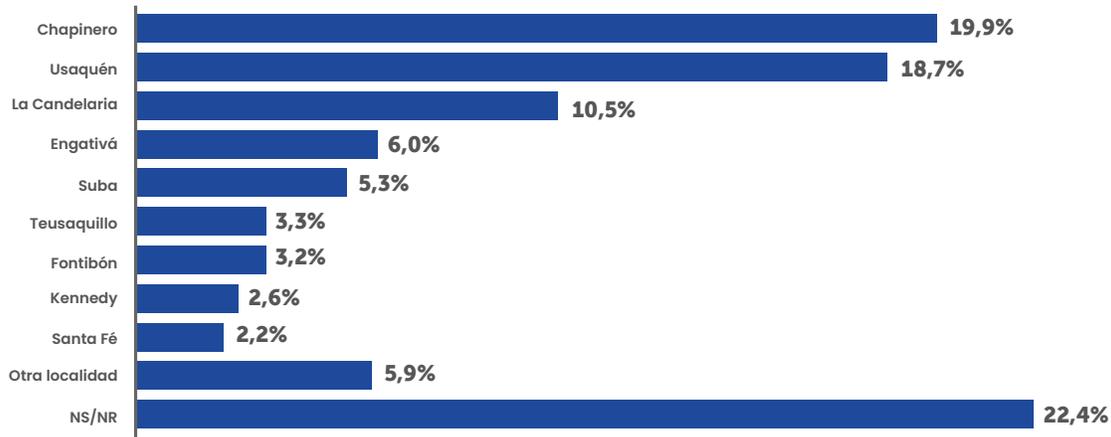
Al contrastar estos resultados con los turistas internacionales, se observa una marcada diferencia en los patrones de alojamiento: mientras que los **internacionales** privilegiaron los **hoteles (48,4%)** y recurrieron también a **plataformas digitales (11,1%)** y **hostales (9,8%)**, los **nacionales** se inclinaron de manera mayoritaria por la **estadía en viviendas particulares**. Esto evidencia que, mientras el turista internacional hace un uso más amplio de la oferta comercial y formal de alojamiento, el turista nacional recurre principalmente a redes familiares y de amigos, reduciendo el uso de alternativas pagas.

Localidad de alojamiento de los turistas

En relación con la localidad de alojamiento de los turistas internacionales, es importante recordar que Bogotá está organizada en 20 localidades, una división político-administrativa que en años anteriores resultaba poco familiar para muchos turistas. Esto se reflejaba en que, en el informe pasado, cerca de la mitad de los turistas internacionales no pudo identificar en qué localidad se hospedó. En el primer semestre de 2025, esta proporción se redujo de manera significativa: solo el **22,4%** indicó no saber o no responder, lo que sugiere un mayor reconocimiento de la ciudad y de su estructura territorial por parte de los turistas.

Entre quienes sí especificaron su lugar de alojamiento, **Chapinero (19,9%)** y **Usaquén (18,7%)** fueron las localidades más mencionadas, lo que se explica por su amplia oferta hotelera, zonas gastronómicas y comerciales, así como por la percepción de seguridad que transmiten a los turistas. En tercer lugar, se ubicó **La Candelaria (10,5%)**, asociada a la oferta cultural e histórica de la ciudad, seguida de **Engativá (6,0%)** y **Suba (5,3%)**, localidades que concentran parte de la oferta de alojamiento vinculada a la cercanía con el aeropuerto y zonas residenciales. En menor medida, se reportaron alojamientos en **Teusaquillo (3,3%)**, **Fontibón (3,2%)**, **Kennedy (2,6%)** y **Santa Fe (2,2%)**, además de otras localidades que, en conjunto, representaron un **5,9%**. Estos resultados confirman que la oferta de hospedaje internacional en Bogotá sigue concentrada en unas pocas zonas estratégicas, aunque con un creciente nivel de identificación por parte de los turistas.

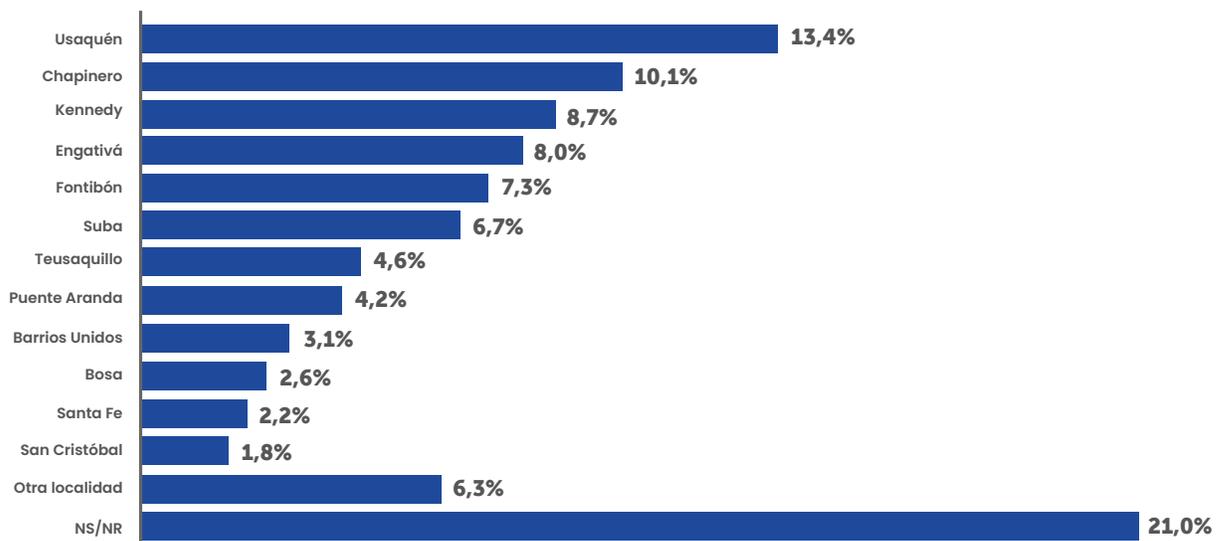
Gráfica 25. Localidad de alojamiento de turistas internacionales (2025-I).



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

Los turistas nacionales que visitaron Bogotá en el primer semestre de 2025 se alojaron principalmente en **Usaquén (13,4%) y Chapinero (10,1%)**, localidades que concentran una importante oferta hotelera y gastronómica. También destacaron **Kennedy (8,7%), Engativá (8,0%) y Fontibón (7,3%)**, zonas vinculadas tanto a la cercanía con el aeropuerto como a la disponibilidad de viviendas familiares. Otras localidades con participación relevante fueron **Suba (6,7%), Teusaquillo (4,6%) y Puente Aranda (4,2%)**, mientras que el resto de las localidades registraron valores menores al 4%. Cabe señalar que un **21%** de los turistas nacionales no especificó la localidad en la que se alojó, porcentaje similar al observado en los turistas internacionales.

Gráfica 26. Localidad de alojamiento de turistas nacionales (2025-I).



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

Al comparar los resultados de turistas nacionales e internacionales, se observa que ambos grupos identificaron a Chapinero y Usaquén como las principales zonas de alojamiento, lo que confirma su rol como polos turísticos consolidados. Sin embargo, mientras que entre los internacionales la tercera localidad en importancia fue La Candelaria (10,5%), asociada a la oferta cultural e histórica, en el caso de los nacionales destacan localidades residenciales y periféricas como Kennedy, Engativá y Fontibón, lo que refleja un mayor peso de las redes familiares y de amigos en el alojamiento interno. En conjunto, estos resultados muestran que el turismo internacional tiende a concentrarse en áreas de oferta formal y cultural, mientras que el nacional se distribuye también en zonas residenciales con predominio de hospedajes no comerciales.

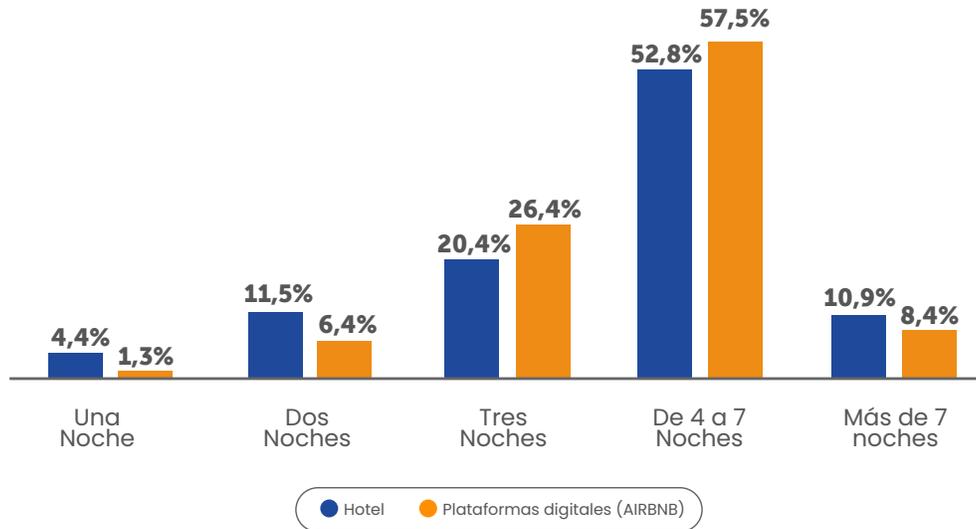
Noches pernoctadas por tipo de alojamiento de los turistas

La relación entre el tipo de alojamiento y la duración de la estadía de los turistas internacionales en Bogotá muestra una clara preferencia por estancias intermedias, especialmente en el rango de **4 a 7 noches**. En los hoteles, el **52,8%** de los turistas se hospedó en este intervalo, seguido por un 20,4% que permaneció tres noches y un **11,5%** que lo hizo durante dos noches. En contraste, las estadías más cortas de una noche representaron apenas el **4,4%**, mientras que las superiores a siete noches alcanzaron el **10,9%**, lo que confirma que los hoteles se consolidan principalmente como opción para viajes de mediana duración.

En el caso de las **plataformas digitales (Airbnb)**, también se observó una marcada concentración en estadías de **4 a 7 noches**, con un **57,5%** de los turistas, lo que supera ligeramente el patrón observado en los hoteles. Además, un **26,4%** permaneció tres noches, mientras que las estadías más cortas fueron poco frecuentes: sólo el **6,4%** se alojó dos noches y el **1,3%** una noche. Las estancias prolongadas de más de siete noches representaron el **8,4%**, reflejando que, aunque en menor proporción, este tipo de alojamiento también se utiliza para viajes de larga duración.

En conjunto, los resultados sugieren que tanto hoteles como plataformas digitales concentran su demanda en estadías de entre 4 y 7 noches, aunque las plataformas muestran una mayor preferencia relativa por este rango y una menor incidencia de visitas cortas. Esto indica que el uso de Airbnb y alojamientos similares está más asociado a viajes planificados para estancias intermedias, mientras que los hoteles mantienen un uso más diversificado, incluyendo una mayor proporción de estancias breves y prolongadas.

Gráfica 27. Noches pernoctadas según tipo de alojamiento de los turistas internacionales en Bogotá (2025-1).

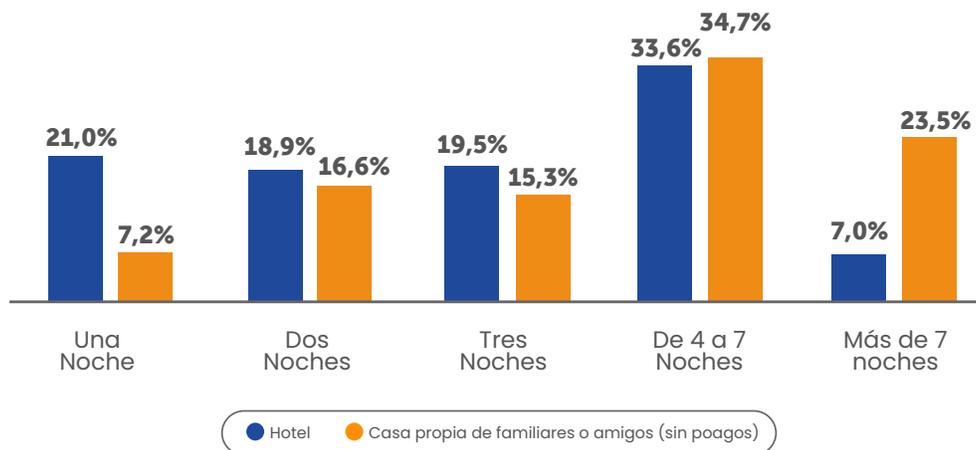


Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

En el caso de los **turistas nacionales alojados en hoteles**, se observa una distribución más concentrada en estadías cortas e intermedias. El **21,0%** de los turistas permaneció una noche, el **18,9%** dos noches y el **19,5%** tres noches. Las estancias de **4 a 7 noches** representaron un **33,6%**, consolidándose como la opción más frecuente, mientras que los periodos superiores a una semana fueron menos comunes (**7,0%**). Esto evidencia que los turistas nacionales que optan por hoteles tienden a realizar visitas breves o de duración media, con una marcada preferencia por intervalos de hasta 7 noches.

Por su parte, quienes se alojaron en **casas de familiares o amigos sin pago** mostraron una mayor inclinación por estadías largas. Aunque un **16,6%** permaneció dos noches y un **15,3%** tres noches, la proporción más alta se registró en estancias de **4 a 7 noches (34,7%)** y, de manera destacada, en periodos **superiores a 7 noches (23,5%)**. Las estadías de una sola noche fueron poco representativas (**7,2%**), lo que sugiere que este tipo de alojamiento se asocia con viajes más prolongados y con un componente social o familiar que incentiva la permanencia extendida en la ciudad.

Gráfica 28. Noches pernoctadas según tipo de alojamiento de los turistas nacionales en Bogotá (2025-1)



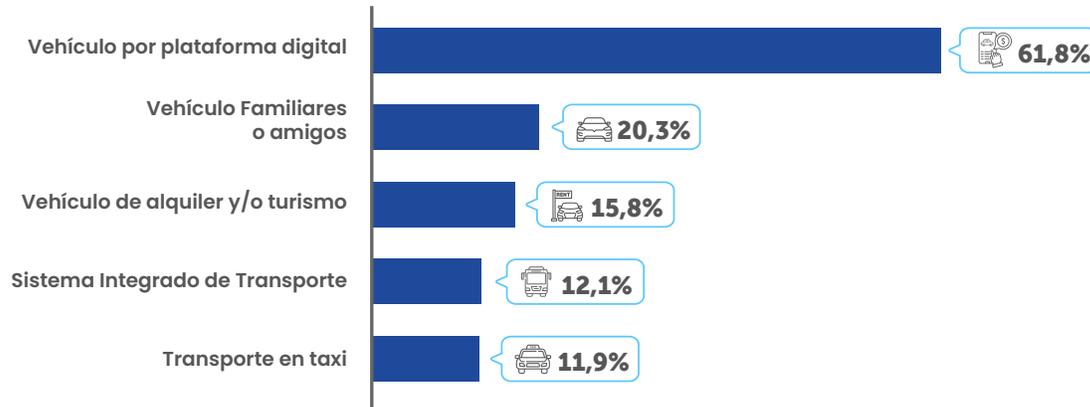
Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

Medio de transporte utilizado por los turistas

El análisis del transporte utilizado por los turistas internacionales en Bogotá muestra un claro predominio del **uso de vehículos por plataformas digitales**, con un **61,8%**, lo que evidencia la preferencia de los turistas por opciones que ofrecen comodidad, disponibilidad inmediata y facilidad de pago. En segundo lugar, un **20,3%** de los turistas se movilizó en vehículos de familiares o amigos, lo que refleja la importancia de las redes de contacto locales como soporte en su estancia en la ciudad.

Otros medios de transporte también tuvieron una participación significativa: el **15,8%** de los turistas recurrió a vehículos de alquiler o turismo, mientras que el **12,1%** utilizó el Sistema Integrado de Transporte (Transmilenio y buses zonales), lo que indica una apertura de algunos turistas hacia la movilidad pública de Bogotá. Finalmente, un **11,9%** de los encuestados señaló haber utilizado el taxi tradicional, que mantiene una presencia menor frente al auge de las plataformas digitales, pero sigue siendo un recurso importante para ciertos perfiles de turistas.

Gráfica 29. Medio de transporte utilizado por los turistas internacionales durante su visita a Bogotá (2025-1)



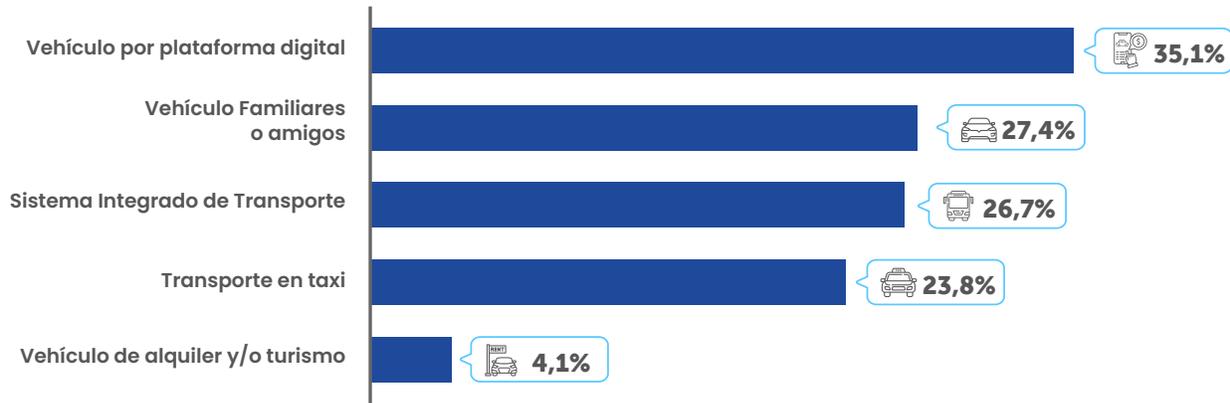
Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

En el caso de los **turistas nacionales**, la movilidad en Bogotá mostró un patrón más diversificado y equilibrado en comparación con los turistas internacionales. El **35,1%** utilizó vehículos por plataformas digitales, consolidándose como el medio más frecuente, aunque con menor intensidad que en los turistas internacionales. Un **27,4%** se desplazó en vehículos de familiares o amigos, mientras que el **26,7%** hizo uso del Sistema Integrado de Transporte (SITP), lo que refleja una mayor cercanía de los nacionales con la movilidad urbana cotidiana de la ciudad.

El **taxi tradicional** fue utilizado por el **23,8%** de los turistas nacionales, lo que le otorga un papel más relevante en este grupo frente a los internacionales, quienes lo emplearon en menor proporción. Finalmente, el **4,1%** de los turistas nacionales recurrió a vehículos de alquiler o turismo, confirmando que esta opción tiene una presencia marginal en el mercado interno.

Al comparar ambos grupos, se evidencian diferencias notables: los **internacionales dependen en mayor medida de las plataformas digitales (61,8% vs. 35,1%)**, mientras que los **nacionales distribuyen sus preferencias** entre plataformas, transporte público, taxis y vehículos de familiares o amigos. Esto muestra que los turistas internacionales priorizan opciones de movilidad más cómodas y predecibles, mientras que los nacionales se adaptan con mayor facilidad a la oferta tradicional y a sus redes de apoyo en la ciudad.

Gráfica 30. Medio de transporte utilizado por los turistas nacionales durante su visita a Bogotá (2025-I)

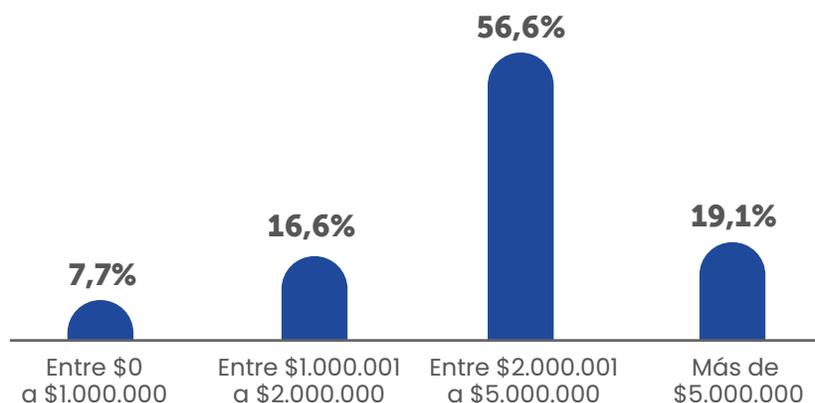


Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

Gasto de los turistas

El gasto de los turistas internacionales en Bogotá durante el primer semestre de 2025 se concentró principalmente en el rango de **\$2.000.001 a \$5.000.000**, con un **56,6%** de los turistas, lo que confirma este segmento como el más representativo del perfil de consumo extranjero en la ciudad. Un **19,1%** gastó más de **\$5.000.000**, reflejando un grupo de alto consumo, mientras que el **16,6%** se ubicó entre **\$1.000.001 y \$2.000.000** y apenas el **7,7%** destinó menos de **\$1.000.000**. Estos resultados evidencian que la mayoría de los turistas internacionales mantienen un gasto medio-alto en Bogotá, lo que refuerza la importancia de diversificar la oferta turística para captar y potenciar estos niveles de consumo.

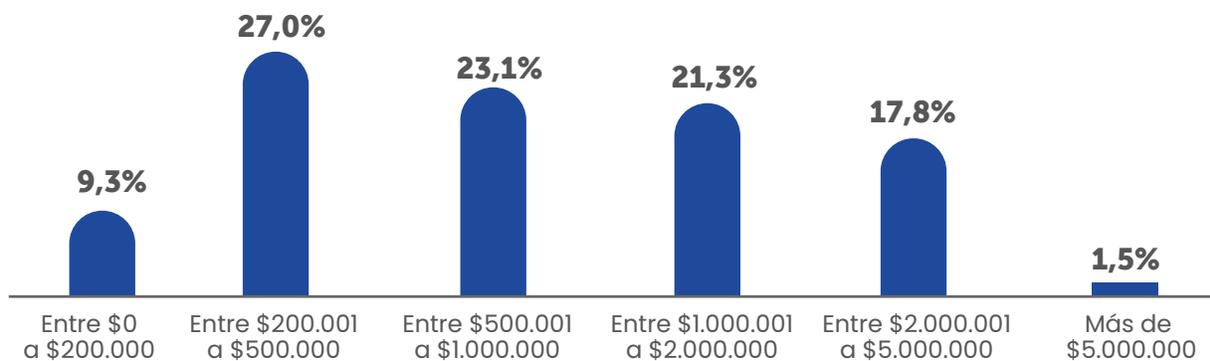
Gráfica 31. Gasto por rangos de turistas internacionales en Bogotá (2025-I)



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

El gasto de los turistas nacionales en Bogotá durante el primer semestre de 2025 se caracterizó por una mayor concentración en los rangos bajos y medios. El **27,0%** de los turistas destinó entre **\$200.001 y \$500.000**, seguido por un **23,1%** que gastó entre **\$500.001 y \$1.000.000** y un **21,3%** ubicado entre **\$1.000.001 y \$2.000.000**. En niveles superiores, un **17,8%** de los turistas nacionales gastó entre **\$2.000.001 y \$5.000.000**, mientras que solo un **1,5%** superó los **\$5.000.000**. Estos resultados reflejan un patrón de consumo más moderado frente al de los turistas internacionales, donde predominan los gastos de menor cuantía.

Gráfica 32. Gasto por rangos de turistas nacionales en Bogotá (2025-I)

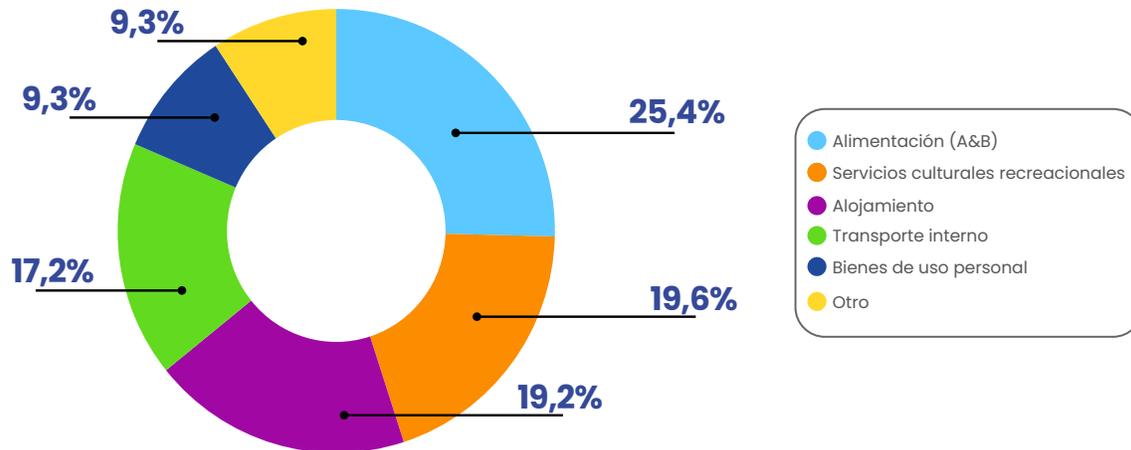


Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

La comparación con los turistas internacionales evidencia diferencias importantes: mientras que los internacionales concentraron su gasto en el rango de **\$2.000.001 a \$5.000.000** (56,6 %) y en montos superiores (19,1 %), los nacionales se inclinaron por gastos significativamente más bajos, predominando los rangos de hasta **\$1.000.000** (59,4 % en total). Esto confirma que, aunque ambos grupos representan oportunidades distintas para la economía turística de Bogotá, los turistas internacionales generan un mayor aporte económico por persona, mientras que los nacionales sostienen el volumen de visitas con un gasto promedio menor.

La distribución del gasto de los turistas internacionales en Bogotá durante el primer semestre de 2025 mostró que la **alimentación (25,4%)** fue el rubro más representativo, seguida por los **servicios culturales y recreacionales (19,6%)** y el **alojamiento (19,2%)**, que en conjunto concentran casi dos tercios del gasto total. Otros componentes importantes fueron el **transporte interno (17,2%)** y los **bienes de uso personal (9,3%)**, mientras que un porcentaje similar se destinó a la categoría de **otros (9,3%)**. Estos resultados evidencian que, además de cubrir necesidades básicas como hospedaje y alimentación, los turistas internacionales dedican una parte significativa de su presupuesto a actividades culturales y de movilidad, reforzando la importancia de fortalecer la oferta en estos sectores.

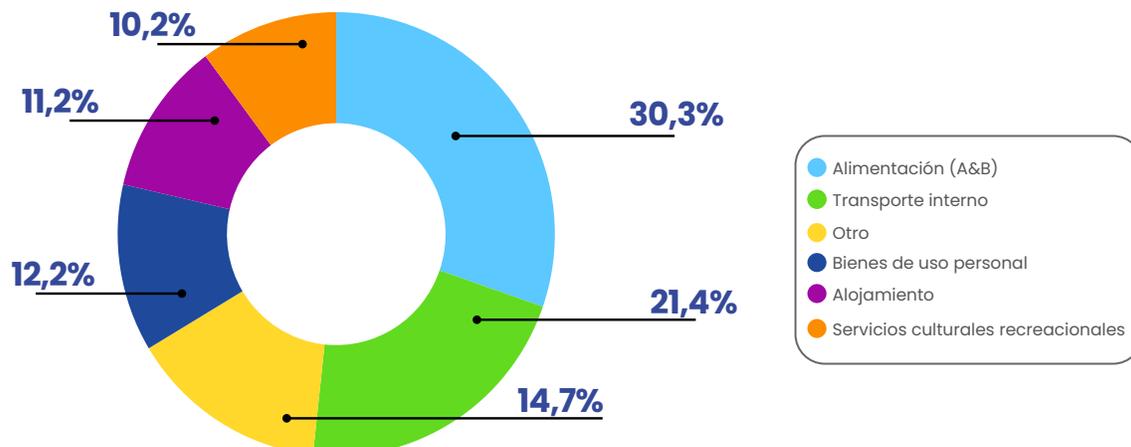
Gráfica 33. Distribución del gasto de los turistas internacionales en Bogotá (2025-I)



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

En el caso de los turistas nacionales, la **alimentación (30,3%)** representó la mayor parte de su gasto en Bogotá, seguida por el **transporte interno (21,4%)** y los **bienes de uso personal (14,7%)**, lo que muestra un patrón de consumo más orientado hacia necesidades básicas y movilidad. En menor medida, el gasto se destinó a **alojamiento (12,2%)**, **servicios culturales y recreacionales (11,2%)** y la categoría **otros (10,2%)**, lo que refleja una distribución más diversificada en comparación con los turistas internacionales, aunque con menor peso relativo en actividades culturales.

Gráfica 34. Distribución del gasto de los turistas nacionales en Bogotá (2025-I)



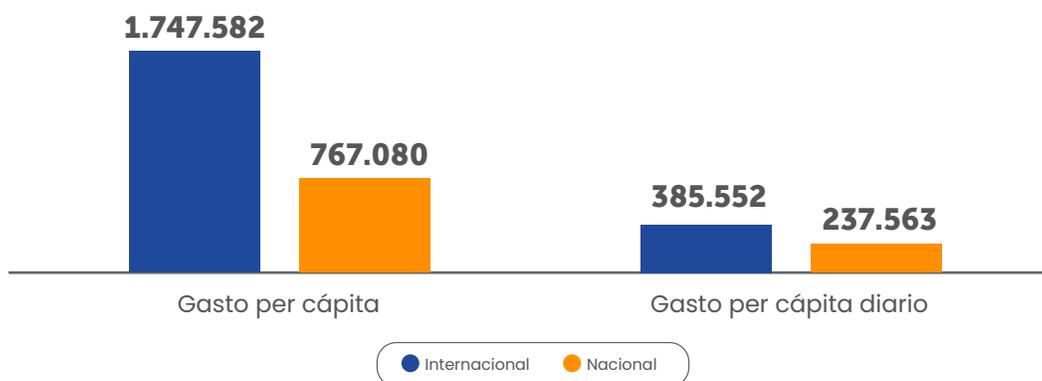
Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

Al comparar ambos grupos, se observa que los turistas internacionales destinaron una mayor proporción de su gasto a **alojamiento y actividades culturales y recreativas**, mientras que los nacionales concentraron su presupuesto principalmente en **alimentación y transporte interno**. Esta diferencia evidencia que los internacionales buscan experiencias más asociadas a la oferta cultural de la ciudad, mientras que los nacionales tienden a priorizar necesidades prácticas y desplazamientos, lo que sugiere perfiles de consumo diferenciados que deben considerarse en la planificación de la oferta turística.

El análisis del gasto per cápita y per cápita diario en Bogotá durante el primer semestre de 2025 muestra una clara diferencia entre turistas internacionales y nacionales. En promedio, los turistas internacionales destinaron **\$1.747.582 por estadía**, más del doble de lo registrado por los turistas nacionales, cuyo gasto alcanzó los **\$767.080**. Esta brecha también se refleja en el gasto diario, donde los internacionales invirtieron **\$385.552**, frente a los **\$237.563** de los nacionales. Estos resultados evidencian que los turistas internacionales tienen una mayor capacidad de gasto, especialmente en rubros como **alojamiento, gastronomía y actividades culturales**, lo que resalta su importancia estratégica para la economía turística de la ciudad.

Finalmente, para el primer semestre del 2025 el análisis del gasto per cápita y per cápita diario evidencia una diferencia significativa entre turistas internacionales y nacionales en Bogotá. En promedio, un turista internacional gastó \$1.747.582 durante su estadía en la ciudad, mientras que un turista nacional destinó \$767.080. Al observar el gasto diario, los turistas internacionales también muestran un rubro más alto, con un promedio de \$385.552 por día, frente a los \$237.563 de los turistas nacionales. Esta diferencia sugiere que los visitantes internacionales destinan más recursos a actividades como hospedaje, alimentación o servicios culturales.

Gráfica 35. Gasto per cápita de turistas nacionales e internacionales en Bogotá (2025-1)

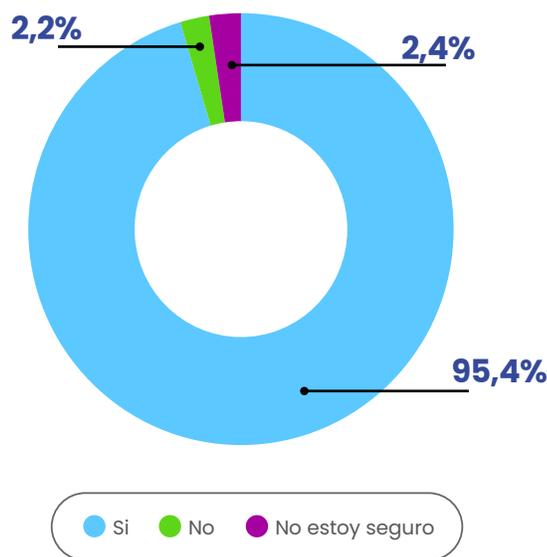


Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

Percepción de los turistas

Uno de los hallazgos más destacados de la investigación es la **alta fidelidad** de los turistas internacionales hacia Bogotá: el **95,4%** de los turistas manifestó que volvería a la ciudad. Este resultado evidencia que, en términos generales, la experiencia en el destino fue positiva y dejó una impresión favorable en la gran mayoría de los viajeros. En contraste, solo un **2,2%** indicó que no regresaría y un **2,4%** se mostró indeciso, lo que confirma que Bogotá mantiene una imagen atractiva y competitiva en el mercado internacional.

Gráfica 36. Intención de volver a visitar Bogotá – turistas internacionales (2025-I)



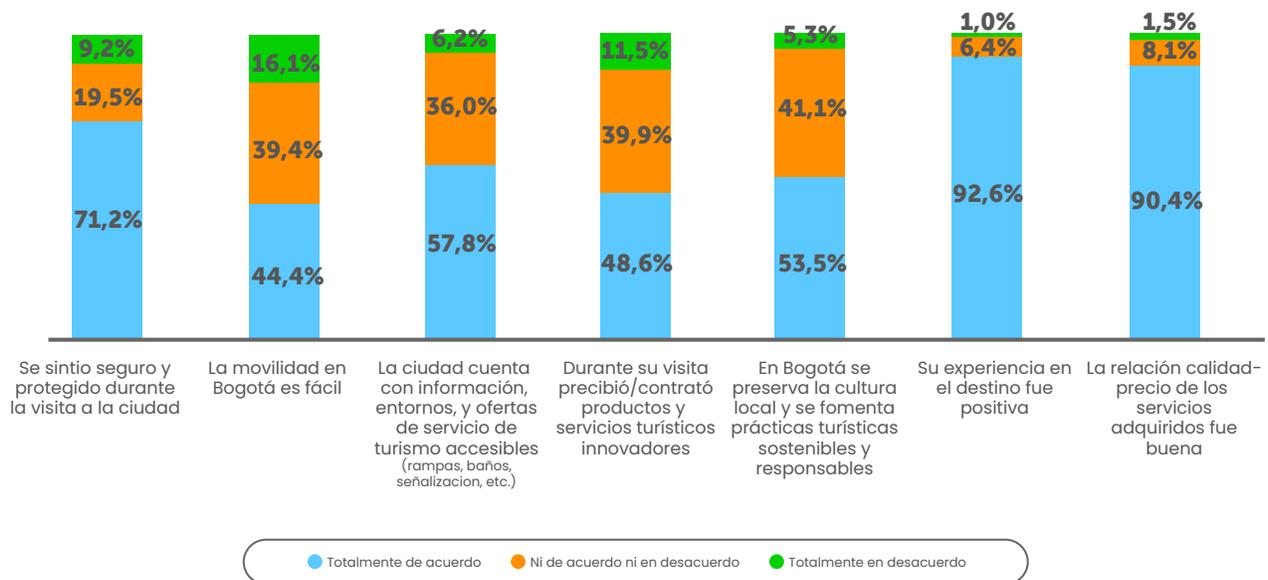
Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

La percepción de los turistas internacionales en Bogotá durante el primer semestre de 2025 fue mayoritariamente positiva en distintos aspectos de la experiencia en la ciudad. En materia de **seguridad**, el **71,2%** afirmó haberse sentido protegido durante su visita, aunque un **19,5%** se mostró neutral y un **9,2%** expresó desacuerdo. En cuanto a la **movilidad**, la opinión estuvo más dividida: el **44,4%** consideró que moverse por la ciudad es fácil, mientras que un porcentaje casi equivalente (**39,4%**) tuvo una percepción neutral y el **16,1%** manifestó dificultades.

Respecto a la **accesibilidad turística**, el **57,8%** de los turistas reconoció que la ciudad ofrece información y servicios adecuados (como rampas, baños o señalización), aunque aún un **36,0%** permaneció neutral y un **6,2%** en desacuerdo. La percepción sobre la **innovación en productos y servicios turísticos** fue más moderada: el **48,5%** estuvo de acuerdo en haberlos identificado durante su visita, mientras que el **39,9%** se mantuvo neutral y el **11,5%** no los percibió. Por su parte, la **preservación cultural y las prácticas sostenibles** fueron valoradas positivamente por el **53,5%** de los encuestados, aunque un **41,1%** se mantuvo neutral.

Finalmente, los indicadores con mayor nivel de consenso fueron los vinculados a la **satisfacción general**: el **92,6%** calificó su experiencia en Bogotá como positiva y el **90,4%** afirmó que la relación **calidad-precio de los servicios adquiridos fue buena**, resultados que confirman la fortaleza del destino en términos de percepción global, pese a los retos en movilidad, innovación y sostenibilidad.

Gráfica 37. Percepción de los turistas internacionales en temas de movilidad, seguridad, turismo accesible, entre otros en Bogotá (2025-I).



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

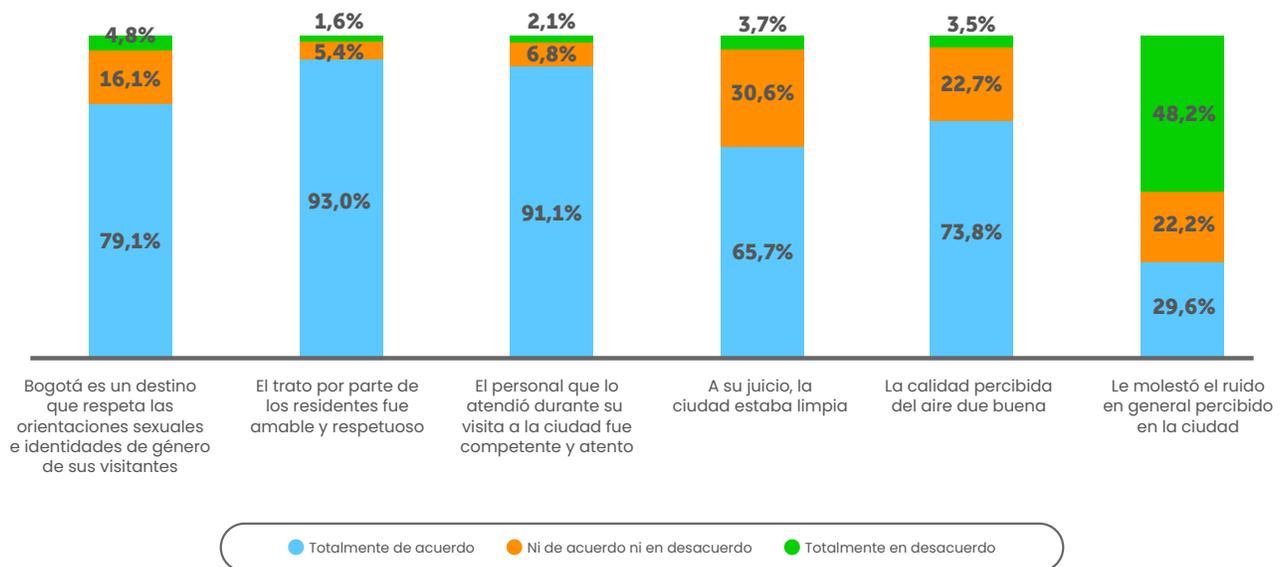
Entre los aspectos con menor nivel de aprobación se encuentra la **movilidad en la ciudad**. Solo el **44,4%** de los turistas internacionales consideró que moverse por Bogotá es fácil, mientras que un **39,4%** mantuvo una opinión neutral y un **16,1%** expresó que no lo es. Estos resultados muestran que, pese a los avances en conectividad, persisten retos para garantizar un sistema de transporte más amigable y comprensible para los turistas internacionales.

Otro desafío identificado está relacionado con la **innovación en la oferta turística y la sostenibilidad**. Apenas el **48,5%** de los turistas señaló haber percibido productos o servicios turísticos innovadores, y un **53,5%** reconoció esfuerzos en preservación cultural y prácticas responsables, cifras que revelan espacio para fortalecer la diversificación y modernización de la experiencia turística en Bogotá. La combinación de percepciones neutrales y negativas en estos temas sugiere la necesidad de robustecer la oferta en innovación y sostenibilidad, aspectos cada vez más valorados por el turismo internacional.

Uno de los puntos más destacados de la experiencia de los turistas internacionales en Bogotá fue el **trato recibido por parte de los residentes**. El **93%** de los encuestados afirmó que los habitantes de la ciudad fueron amables y respetuosos, consolidando la hospitalidad como un atributo diferencial del destino. De igual manera, el **91,1%** valoró positivamente la competencia y atención del personal que los asistió durante su estadía, lo que demuestra la capacidad del sector turístico para ofrecer un servicio profesional y de calidad.

La ciudad también fue bien percibida en términos de **inclusión y respeto a la diversidad**. El **79,1%** de los turistas coincidió en que Bogotá es un destino que respeta las orientaciones sexuales e identidades de género, lo que refuerza su imagen como una ciudad abierta y plural. Estos resultados reflejan avances en la construcción de un entorno turístico más incluyente, lo que se convierte en una fortaleza para atraer viajeros de distintos perfiles y orígenes.

Gráfica 38. Percepción de los turistas internacionales en temas de trato a las personas, limpieza ciudad, calidad del aire y ruido en Bogotá (2025-1).



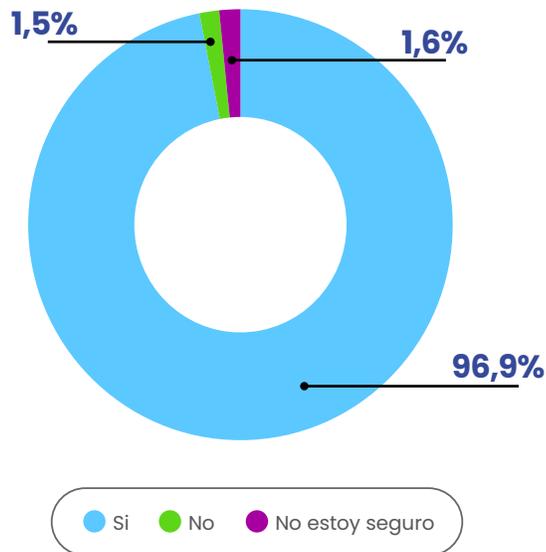
Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

En contraste, la percepción sobre la **limpieza de la ciudad** fue menos favorable. Aunque el **65,7%** de los turistas consideró que Bogotá es limpia, un **30,6%** manifestó una opinión neutral y un **3,7%** en desacuerdo. Esto sugiere que la gestión del espacio público sigue siendo un reto, pues una parte significativa de los turistas no logra asociar la ciudad con estándares altos de limpieza, lo que puede afectar la percepción general de calidad urbana.

Otro aspecto crítico fue el relacionado con el **ruido urbano**, que generó inconformidad en un número importante de turistas. Para el **22,2%** de los turistas el ruido fue molesto, mientras que casi la mitad (**48,2%**) se mostró neutral y solo un **29,6%** lo consideró aceptable. Este indicador, al estar por debajo de otros factores evaluados, evidencia que la contaminación sonora continúa siendo una debilidad que impacta la experiencia de quienes visitan Bogotá, reduciendo su competitividad frente a destinos con entornos urbanos más controlados y agradables.

En cuanto a la experiencia turística de los **turistas nacionales** en Bogotá, la intención de retorno a la ciudad alcanzó en el primer semestre de 2025 un **96,9%**, lo que evidencia un alto nivel de satisfacción con la experiencia vivida en la ciudad. Solo un **1,5%** afirmó que no regresaría y un **1,6%** se mostró indeciso, cifras mínimas que refuerzan la posición de Bogotá como un destino atractivo y consolidado dentro del país.

Gráfica 39. Intención de volver a visitar Bogotá – turistas nacionales en Bogotá (2025-1)



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

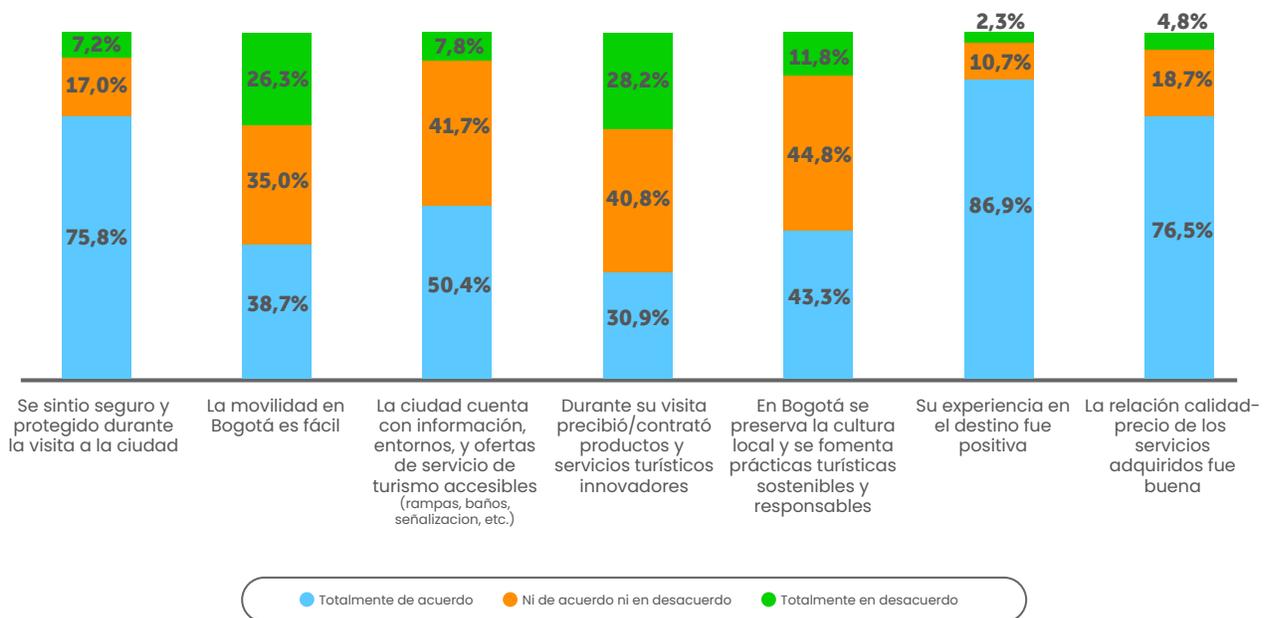
Al comparar este resultado con los turistas internacionales (95,4%), no se observan diferencias significativas: en ambos casos, más de nueve de cada diez turistas expresaron su deseo de volver a la capital. Esto sugiere que tanto en el mercado interno como en el externo Bogotá logra generar experiencias satisfactorias, con niveles de fidelidad muy similares.

Ahora bien, en cuanto a la percepción de los turistas nacionales en temas de movilidad, seguridad y turismo accesible, uno de los resultados más destacados es la **sensación de seguridad** durante la visita a la ciudad. El **75,8%** de los turistas nacionales manifestó haberse sentido seguro y protegido, un nivel de aprobación muy alto que contribuye a consolidar la confianza de los turistas y a reforzar la imagen de Bogotá como un destino confiable.

Otro aspecto positivo está relacionado con la **experiencia general y la relación calidad-precio** de los servicios. El **86,9%** de los encuestados calificó su visita a la ciudad como positiva, y un **76,5%** consideró que los servicios adquiridos ofrecieron una buena relación entre precio y calidad. Estos indicadores evidencian que la mayoría de los turistas nacionales percibe un valor adecuado en su gasto turístico y una experiencia global satisfactoria.

Asimismo, se observan percepciones favorables en temas de **accesibilidad y cultura**. El **50,4%** de los turistas reconoció que Bogotá cuenta con entornos y servicios accesibles para el turismo (rampas, baños, señalización, entre otros), mientras que un **43,3%** destacó que la ciudad fomenta prácticas sostenibles y preserva la cultura local. Aunque estas cifras son menores que las registradas en seguridad o satisfacción global, muestran una base sólida para seguir construyendo en torno a la inclusión y la sostenibilidad.

Gráfica 40. Percepción de los turistas nacionales en temas de movilidad, seguridad, turismo accesible, entre otros en Bogotá (2025-1).



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

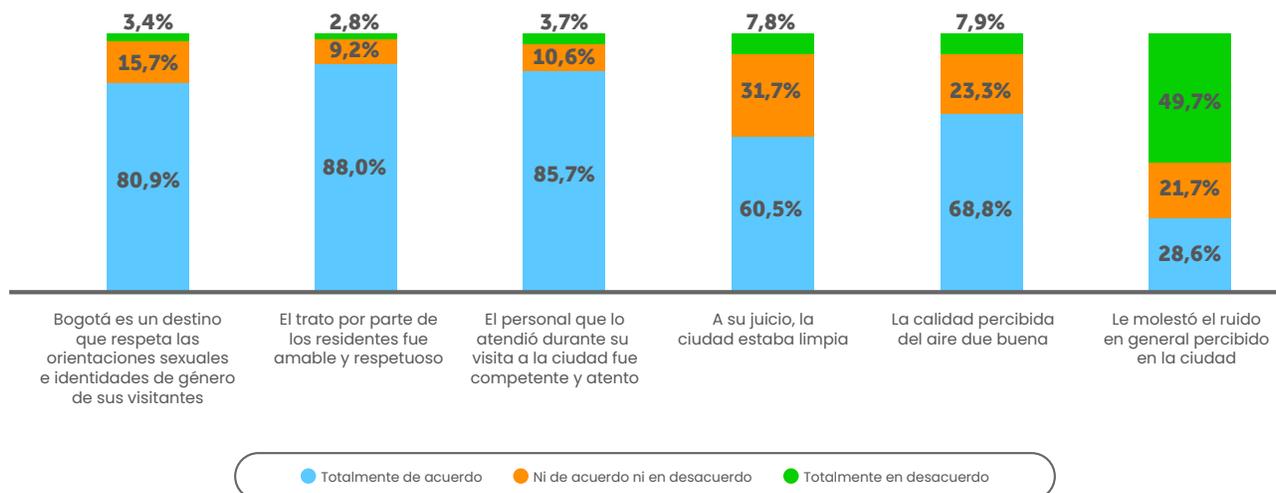
Entre los hallazgos, el principal reto identificado fue la **movilidad en la ciudad**. Solo un **38,7%** de los turistas consideró que desplazarse en Bogotá es fácil, mientras que un **35%** tuvo una percepción neutral y un **26,3%** manifestó que la movilidad representa una dificultad. Este resultado confirma que la congestión y la complejidad del sistema de transporte siguen siendo factores que afectan de manera significativa la experiencia de los turistas nacionales.

Otro aspecto con oportunidades de mejora es la **innovación en productos y servicios turísticos**. Apenas un **30,9%** de los encuestados afirmó haber percibido o contratado experiencias innovadoras, mientras que el **40,8%** se mantuvo neutral y el **28,2%** expresó no haberlas encontrado. Esta percepción evidencia la necesidad de fortalecer la diversificación de la oferta turística en la ciudad, especialmente para responder a las expectativas de los turistas nacionales que buscan propuestas diferenciadas y atractivas.

Por su parte, en lo relacionado con la percepción de los turistas nacionales en temas de trato a las personas, limpieza ciudad, calidad del aire y ruido de la ciudad, se valoró de forma muy positiva el **trato recibido en Bogotá**, destacando tanto la amabilidad de los residentes como la atención del personal que los atendió durante su visita. El **88 % de los encuestados** percibió a los habitantes como amables y respetuosos, mientras que un 85,7 % consideró competente y atento al personal de atención turística, lo que refuerza la imagen de hospitalidad de la ciudad.

Otro aspecto bien calificado fue el **respeto a la diversidad**, donde el 80,9 % de los turistas afirmó que Bogotá es un destino que respeta las orientaciones sexuales e identidades de género. Este resultado es clave, pues consolida a la ciudad como un espacio incluyente y abierto a diferentes expresiones culturales y sociales. Asimismo, más de dos tercios de los turistas señalaron que la calidad del aire fue buena (68,8 %), lo que evidencia avances en la percepción de sostenibilidad ambiental.

Gráfica 41. Percepción de los turistas nacionales en temas de trato a las personas, limpieza ciudad, calidad del aire y ruido en Bogotá (2025-1)



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

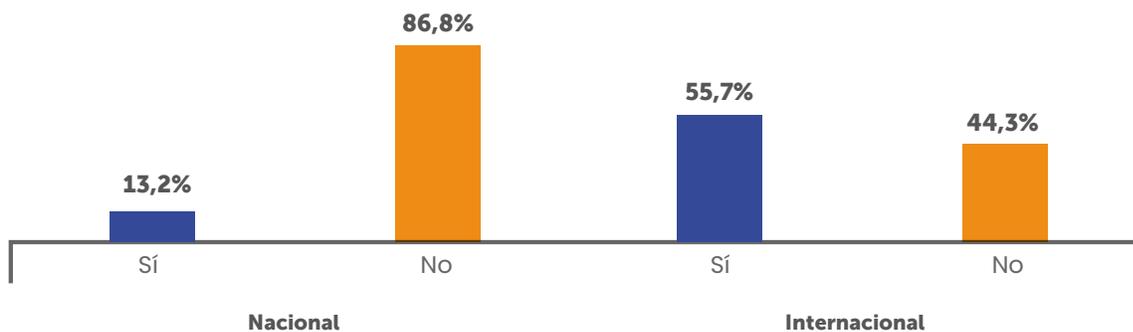
No obstante, hay áreas de mejora relevantes. En primer lugar, la **limpieza de la ciudad** recibió una evaluación dividida: si bien el 60,5 % de los turistas consideró que Bogotá estaba limpia, un 31,7 % mantuvo una postura neutral y un 7,8 % expresó desacuerdo, lo que indica que este aspecto aún requiere mayor atención para mejorar la experiencia urbana.

Finalmente, el **ruido urbano** se consolidó como uno de los principales retos. El 49,7 % de los turistas nacionales indicó que el ruido fue un factor que afectó su experiencia, mientras que apenas un 28,6 % estuvo en desacuerdo con esa afirmación. Este resultado refleja que la contaminación auditiva continúa siendo un desafío para fortalecer la percepción de confort de los turistas.

Primera visita a Bogotá

La investigación del primer semestre de 2025 evidenció contrastes marcados entre turistas nacionales e internacionales en relación con su primera visita a Bogotá. Entre los nacionales, la gran mayoría (**86,8%**) ya había estado en la ciudad, mientras que sólo un 13,2 % la visitaba por primera vez, lo que refleja una alta recurrencia de este segmento motivada por razones familiares, laborales o de estudio. En contraste, el **55,7% de los turistas internacionales** reportó que era su primera visita, frente a un 44,3% que ya conocía la capital, lo que sugiere que Bogotá se sigue consolidando como un destino atractivo para nuevos turistas internacionales.

Gráfica 42. Primera visita de los turistas nacionales e internacionales a Bogotá (2025-1)



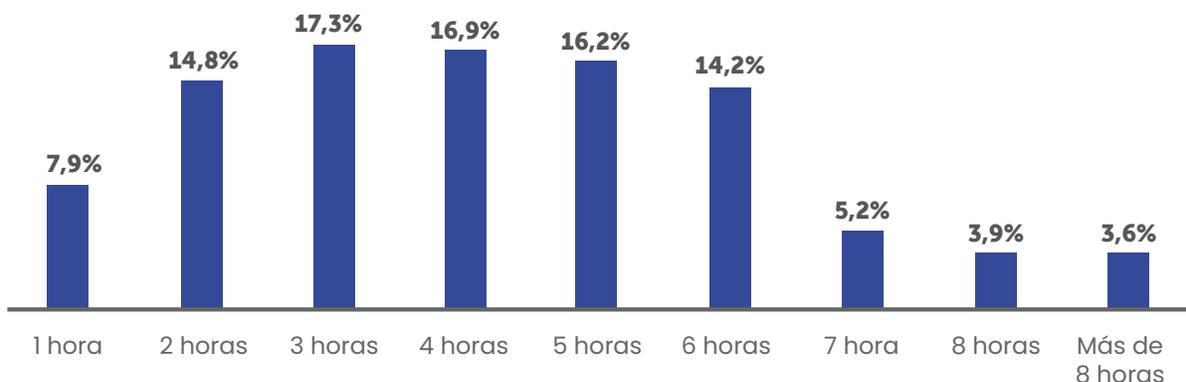
Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

Estos resultados muestran que Bogotá combina dos fortalezas complementarias en su dinámica turística: por un lado, la ciudad logra captar un alto porcentaje de nuevos turistas internacionales (55,7% en su primera visita), y por otro, mantiene una fuerte fidelidad tanto en turistas nacionales como internacionales, con más del 95% manifestando su intención de regresar. Esta combinación de atracción de nuevos públicos y retención de quienes ya han visitado la ciudad refuerza la competitividad de Bogotá como destino y subraya la importancia de seguir consolidando experiencias positivas que impulsen tanto la llegada como la repetición de visitas.

Conexión y Stopover

La mayoría de los viajeros internacionales con conexión en Bogotá permanecieron **entre 3 y 5 horas en la ciudad, con participaciones de 17,3%, 16,9% y 16,2%**, respectivamente. Este comportamiento refleja que Bogotá funciona principalmente como un punto de conexión de mediana duración, suficiente para esperar vuelos de enlace sin extender demasiado la permanencia en la terminal. Asimismo, un 14,8% permaneció dos horas y un 14,2% seis horas, lo que indica que existe también un grupo importante de pasajeros con tiempos de espera cortos o ligeramente prolongados. En contraste, las estancias de conexión largas fueron poco frecuentes: sólo el 5,2% de los viajeros reportó haber tenido una espera de siete horas, el 3,9% de ocho horas y el 3,6% más de ocho horas. Estos resultados sugieren que, aunque la mayoría de las conexiones son de duración intermedia, existe una proporción menor de pasajeros que experimenta tiempos de espera extensos, lo que puede generar oportunidades para fortalecer servicios y experiencias dirigidas a este segmento en el aeropuerto y sus alrededores.

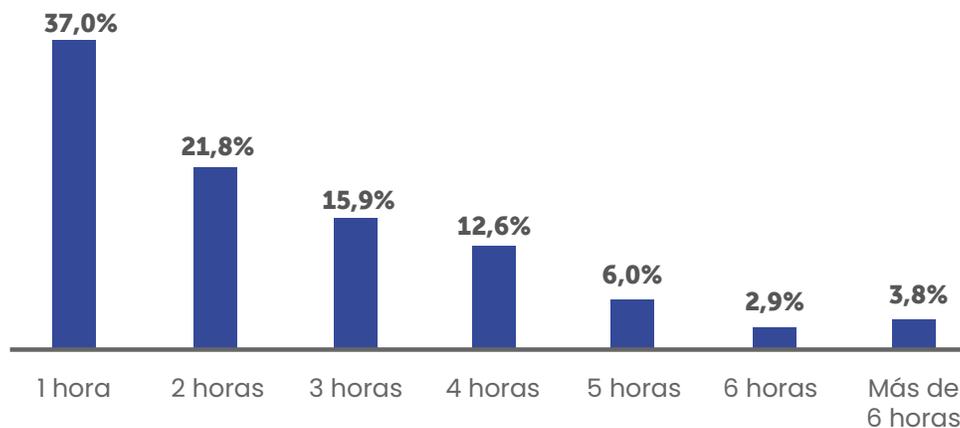
Gráfica 43. Número de horas de la conexión de los viajeros internacionales en Bogotá (2025-I)



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

En el caso de los viajeros nacionales, la mayoría de las conexiones fueron de muy corta duración: el 37% reportó esperas de una hora y el 21,8% de dos horas, lo que refleja que la operación doméstica en Bogotá se caracteriza por escalas rápidas y eficientes. Las conexiones de tres y cuatro horas tuvieron participaciones menores, con 15,9% y 12,6%, respectivamente, mientras que los tiempos más largos (cinco horas o más) fueron poco frecuentes y en conjunto no superaron el 13 %. Esto confirma que el tráfico nacional en Bogotá funciona principalmente como un tránsito ágil entre rutas.

Gráfica 44. Número de horas de la conexión de los viajeros nacionales en Bogotá (2025-1)



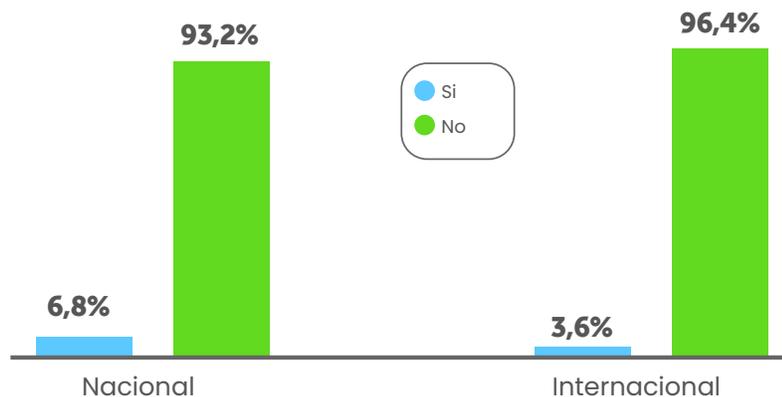
Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

Al comparar con los viajeros internacionales, se observa una diferencia marcada: mientras los nacionales concentran sus conexiones en tiempos breves (una a dos horas), los internacionales tienden a tener estancias intermedias más prolongadas (entre 3 y 6 horas). Esto refleja el papel del aeropuerto El Dorado como hub regional de conexiones internacionales, donde las esperas requieren más tiempo para cumplir con procesos migratorios y de enlace, frente a la agilidad que caracteriza a los vuelos domésticos.

Experiencia en la conexión

En el primer semestre de 2025 la gran mayoría de los viajeros en conexión en Bogotá permanecieron dentro de las instalaciones del aeropuerto o la terminal durante su escala. Entre los nacionales, solo el 6,8 % salió, mientras que en el caso de los internacionales la proporción fue aún menor, con apenas el 3,6 %. Estos resultados reflejan que, en general, los tiempos de conexión se aprovechan principalmente para esperar dentro de las terminales, lo cual puede estar asociado tanto a la duración de las escalas como a factores de seguridad, comodidad y disponibilidad de servicios dentro del aeropuerto El Dorado y la Terminal de Transportes

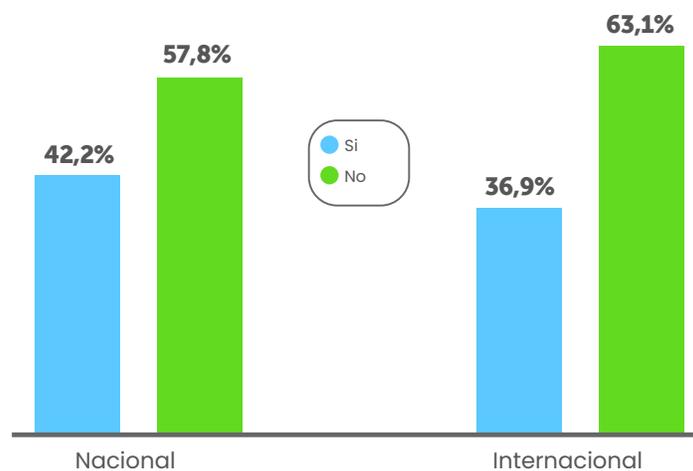
Gráfica 45. Viajeros nacionales e internacionales que durante su conexión salieron del Aeropuerto El Dorado o la Terminal de Transportes de Bogotá (2025-1).



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

En el primer semestre de 2025, una parte importante de los viajeros en conexión que salieron del aeropuerto o de la terminal decidió aprovechar su tiempo de espera para realizar un **stopover** en Bogotá. Entre los turistas nacionales, el 42,2% reportó haber hecho una parada voluntaria en la ciudad, mientras que en el caso de los internacionales esta proporción alcanzó el 36,9%. Estos resultados reflejan que, aunque la mayoría de los viajeros no extiende su conexión más allá del tránsito, existe un grupo relevante que sí busca experimentar Bogotá durante su escala, lo que representa una oportunidad estratégica para consolidar la ciudad como destino de turismo de **conexión/escala**.

Gráfica 46. Viajeros nacionales e internacionales que realizaron un stopover o una parada voluntaria cuando salieron del Aeropuerto El Dorado o la Terminal de Transportes de Bogotá (2025-1).



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

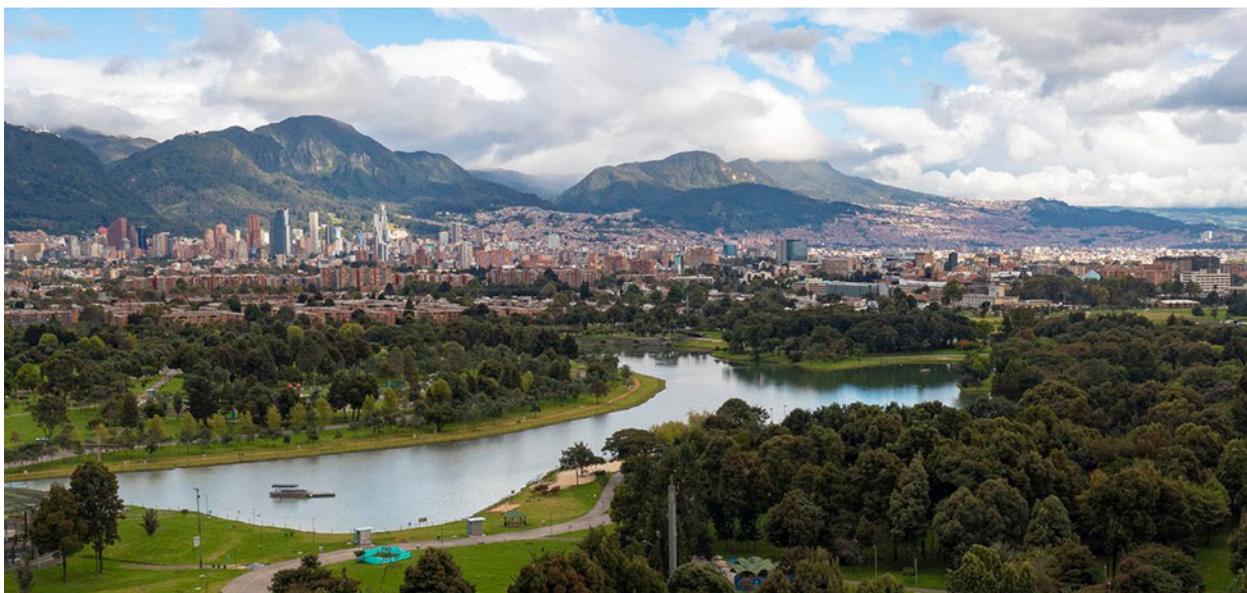
Tanto a los viajeros nacionales como a los internacionales que afirmaron haber realizado un stopover o parada voluntaria en Bogotá, se les consultó sobre las actividades que llevaron a cabo en la ciudad. Se identificó que los viajeros internacionales aprovecharon su escala principalmente para hacer compras en centros comerciales y adquirir alimentos, con una fuerte preferencia por establecimientos cercanos al aeropuerto o la terminal.

De manera similar, los viajeros nacionales que salieron del aeropuerto o de la terminal durante su espera en la conexión/escala también realizaron actividades relacionadas con la compra de alimentos (almorzar o desayunar) y visitas a centros comerciales, destacándose lugares como el Centro Comercial Salitre.

Conclusiones

- Los resultados de la Investigación Viajeros del Observatorio de Turismo de Bogotá para 2025-I muestran una recuperación sostenida del turismo en la ciudad. Durante el semestre, Bogotá recibió un total de 7.339.191 turistas, lo que representa un crecimiento del 0,42 % respecto a los 7.308.467 turistas registrados en 2024-I.
- En la caracterización de los turistas, se destacó un crecimiento del 7,05 % en la llegada de turistas internacionales en comparación con el primer semestre de 2024, alcanzando un total de 0,93 millones de personas. El 55 % de los turistas internacionales provienen de cinco países: Estados Unidos (15,9 %), España (11,4 %), Ecuador (9,9 %), México (9,3 %) y Perú (9,1 %). Entre los turistas nacionales, la mayor Antioquia, (16,2 %), Valle del Cauca (10,1%), Cundinamarca (7,9%) y Santander (7,8%). En cuanto a la edad, para los turistas internacionales la mayoría se concentró en el rango de 31 a 45 años, que representó el 53,3% del total.
- Vacaciones, recreación y ocio (46,7%) se consolidó como la principal motivación de los turistas internacionales. En contraste, los nacionales viajan principalmente para visitar familiares y amigos (43,9%).
- La gastronomía se consolidó como una de las actividades más realizadas por los turistas internacionales 69,5% como también de los turistas nacionales 40,2%, seguido de actividades de tipo cultural, Tipo cultural (histórico, arte, religioso, arquitectónico). Respecto a los sitios visitados, el Cerro de Monserrate (56,4 %) y el Centro Histórico de La Candelaria (56,2 %) son los destinos preferidos por los turistas internacionales, mientras que los nacionales mostraron una preferencia más hacia sitios comerciales y recreativos.

- El principal lugar de alojamiento de los turistas internacionales fueron los hoteles con un 48,4% del total de esta subpoblación de turistas y el de los turistas de origen nacional fue la casa la casa de familiares y amigos (63,2%).
- Gasto turístico y prioridades: El 56,6% de los turistas internacionales gastó entre \$2 y \$5 millones de pesos, reportando un gasto diario de \$385.552 pesos, con un mayor presupuesto en alimentación (25,4%), servicios culturales (19,6%) y alojamiento (19,2%), que en conjunto concentran casi dos tercios del gasto total realizado, mientras que para los turistas nacionales el 27 % registró un gasto entre \$200 y \$500 mil pesos, con un gasto diario de \$237.563 pesos, priorizando un mayor gasto en alimentación (30,3 %), en transporte interno (21,4 %) y bienes de uso personal (14,7%), evidenciando un patrón de consumo más orientado hacia necesidades básicas y movilidad.
- Los turistas internacionales y nacionales percibieron su experiencia en Bogotá mayoritariamente de forma positiva, con una altísima intención de regresar, reflejando la atracción de la ciudad como destino turístico. Sin embargo, aspectos como el ruido urbano, la movilidad dentro de la ciudad y la calidad del aire fueron aspectos con un menor nivel de aprobación, requiriendo atención para mejorar la experiencia turística general.
- El análisis sobre los viajeros en conexión evidenció que el 93,2 % de los viajeros nacionales y el 96,4 % de los internacionales no salieron del aeropuerto o terminal durante su escala. Sin embargo, el 57,8 % de los nacionales y el 63,1 % de los internacionales que sí salieron del aeropuerto o terminal durante su escala realizaron un stopover o parada voluntaria, aprovechando su tiempo de espera para hacer compras y visitar centros comerciales cercanos.



Ficha Metodológica Estadísticas Viajeros 2025-I

Nombre de la operación estadística y siga: Viajeros 2025	
Entidad responsable: Instituto Distrital de Turismo	
Tipo de operación estadística: Encuestas por muestreo	
Variables	Número de residentes Número de no residentes Número de viajes Número de visitantes nacionales Número de visitantes internaciones Número de excursionistas Gasto turístico Número de noches
Indicadores	Los indicadores aplican para la medición del modo aéreo y terrestres del turismo emisor y receptos.
Parámetros	No aplica.
Estándares estadísticos empleados	<p>ONU Turismo (United Nations World Tourism Organization) principalmente con la publicación que elaboraron en 2015 El turismo más de cerca: medición y análisis subnacional – Hacia un conjunto de orientaciones de la OMT.</p> <p>Igualmente, el Observatorio hace parte de La Red Internacional de Observatorios de Turismo Sostenible (INSTO) de ONU Turismo la cual es una red de observatorios turísticos que monitorean el impacto económico, ambiental y social del turismo en los destinos y donde se comparten buenas prácticas, intercambio de conocimientos, habilidades y experiencias exitosas dentro de la medición a nivel subnacional del turismo.</p>
Universo de estudio	Corresponde a residentes que han realizado un viaje fuera del país y a los no residentes que realizaron un viaje dentro del país, en las modalidades aérea y terrestre (turismo emisor y receptor)
Población objetivo	<p>En la Terminal de Transporte de Salitre, la población corresponde a viajeros mayores de 18 años que salen de Bogotá utilizando vehículos de transporte intermunicipal que operan desde esta terminal.</p> <p>En el Aeropuerto Internacional El Dorado, la población objetivo corresponde a viajeros mayores de 18 años que salen de la ciudad de Bogotá en vuelos comerciales, tanto nacionales como internacionales.</p>

<p>Unidades estadísticas</p>	<p>Unidad de observación. Viajeros que cumplen con las características tenidas en cuenta en la población objetivo.</p> <p>Unidad de muestreo. Las unidades primarias de muestreo se definieron como la combinación de la fecha (dd/mm/aaaa), hora (24h) y municipios de destino.</p> <p>Unidad de análisis. Grupo de viaje compuesto por viajeros que cumplen con las características consideradas en la población objetivo (Viajes internacionales emisores y receptores; Grupos de viaje de los visitantes emisores y receptores)</p>
<p>Marco (censal o muestral)</p>	<p>Terminal: Debido a las particularidades de la investigación, no se cuenta con un marco de elementos que permita identificar y localizar a todos los individuos de la población objetivo, es decir, una lista completa de las personas que saldrán de la ciudad a través de la Terminal de Transporte Salitre durante el mes de referencia. Por lo anterior, se plantea un diseño de muestreo en el que la unidad de selección corresponde al vehículo caracterizado, mientras que la unidad final de observación es el viajero. En este sentido, el marco se compone del listado mensual de viajes programados por las agencias de transporte, lo que permite identificar cada viaje a través de variables como destino, fecha y hora de salida.</p> <p>Aeropuerto: Al igual que en la terminal, la naturaleza de la investigación no permite disponer de un marco muestral que incluya a todos los viajeros del Aeropuerto Internacional El Dorado. Es por eso por lo que se utilizara un muestreo no probabilístico, específicamente un muestreo por cuotas, para la recolección de datos. En este método, no hay una selección aleatoria, sino una búsqueda activa de viajeros en las salas de espera y zonas de embarque. El personal de campo se acercará a las personas hasta cumplir con las cuotas establecidas según las características de interés, como el destino, el sexo o el rango de edad. La unidad de observación es el viajero, que es abordado de forma directa.</p>
<p>Fuentes de datos</p>	<p>La recolección de información se lleva a cabo mediante encuestas dirigidas a residentes y no residentes mayores de 18 años que realizan viajes de turismo o excursionismo, tanto dentro como fuera del país, en el aeropuerto internacional El Dorado y la Terminal Salitre. Como fuentes secundarias, se utilizan registros administrativos de la Aeronáutica Civil y Migración Colombia.</p>

<p>Tamaño de muestra</p>	<p>El tamaño muestral mínimo se estimó garantizando un error de muestreo menor al 3%. Sin embargo, la cantidad exacta de viajeros encuestados varía según el número de pasajeros en cada vehículo/vuelo, incluyendo la posibilidad de que algunos vehículos no transporten pasajeros o vuelos no salgan por diferentes circunstancias.</p> <p>En el caso de la Terminal de Transporte, se estableció una muestra de 240 Unidades Primarias de Muestreo (UPM). De estas, 106 se seleccionaron de manera probabilística para garantizar la representatividad y confiabilidad de las estimaciones, mientras que el resto corresponde a una fracción no probabilística, incorporada con fines logísticos y para permitir mayor desagregación de la información recolectada. Con esta muestra se hace un levantamiento aproximado de 4.000 observaciones.</p> <p>Para el Aeropuerto El Dorado, se definió una muestra total de 4.461 casos para el semestre, correspondiente a 26.766 observaciones. Esta muestra permite obtener resultados representativos en variables clave como género, edad, nacionalidad y tipo de conexión (viajeros en tránsito o no). Por ejemplo, se logró representatividad para grupos como turistas de Estados Unidos, España, México, así como para viajeros nacionales de regiones como Antioquia, Valle del Cauca y Santander.</p>
<p>Diseño muestral</p>	<p>Se diseñó un esquema de muestreo complejo en la Terminal de Transporte Salitre, considerando como Unidades Primarias de Muestreo (UPM) las rutas cubiertas por las diferentes empresas de transporte. Estas UPM se definieron a partir de la combinación de fecha (30 días), hora de salida (24 horas) y destino (destinos de la ruta). Los estratos se establecieron según rangos horarios: mañana (6:00 a 12:00), tarde (13:00 a 19:00) y noche (20:00 a 5:00). El diseño contempló dos etapas: en la primera etapa (para los estratos de mañana y tarde), las UPM fueron seleccionadas mediante un Muestreo Aleatorio Simple (MAS); mientras que en la segunda etapa (para el estrato de noche) se aplicó un muestreo en dos etapas (MAS - MAS), donde primero se seleccionaron los días y, posteriormente, las UPM dentro de cada día. Una vez se selecciona una UPM, se hace un barrido de todos los pasajeros en todos los buses que hagan parte de la UPM.</p> <p>En el caso del aeropuerto internacional El Dorado, se realizó un Muestreo no probabilístico por cuotas respetando los estratos previamente definidos y haciendo levantamiento de la información a lo largo del día.</p>

<p>Precisión</p>	<p>Se diseñó una muestra para obtener una precisión esperada medida en términos del error de muestreo menor o igual a 3%, con un nivel de confiabilidad del 97%, para estimar el total de turistas que salen cada mes de la ciudad, utilizando los vuelos comerciales del Aeropuerto Internacional El Dorado de Bogotá D. C.</p>
<p>Mantenimiento de la muestra</p>	<p>El mantenimiento de la muestra, cuando aplica, se realiza mediante la actualización periódica del marco de selección y el seguimiento a las unidades previamente incluidas, con el fin de reemplazar aquellas que presentan no respuesta o pérdida de cobertura. Este proceso permite conservar la representatividad de la encuesta de viajeros y asegurar la comparabilidad de los resultados entre los diferentes periodos de referencia.</p>
<p>Cobertura geográfica</p>	<p>La Encuesta se desarrolla en unos de los cuatro aeropuertos internacionales más importantes del país: El Dorado en Bogotá. Además, en El Terminal de Salitre, el cual es el más importante y concurrido de Bogotá, al concentrar la mayor parte de la operación de transporte intermunicipal y nacional por carretera. Su ubicación estratégica en el occidente de la ciudad facilita la conexión con los principales corredores viales del país, convirtiéndolo en el punto de salida preferente para los viajeros hacia distintos destinos regionales y nacionales.</p>
<p>Periodo de referencia</p>	<p>El periodo de referencia de la operación estadística corresponde al inmediatamente anterior al momento de la recolección, la cual se lleva a cabo con una periodicidad mensual, cuatrimestral y semestral, según lo establecido en los acuerdos o disposiciones definidos para el proceso de captura de la información.</p>
<p>Periodo y periodicidad de recolección</p>	<p>La información será recolectada de manera diaria y los cálculos se consolidarán en los periodos enero, marzo, abril, mayo y junio, con el fin de realizar la difusión de resultados.</p>
<p>Método de recolección o acopio</p>	<p>La información se recoge mediante un formulario en Dispositivos Móviles de Captura (DMC), diligenciado directamente por encuestadores capacitados que formulan las preguntas al entrevistado.</p>

Desagregación de resultados	<p>Los resultados se publican con distintos niveles de desagregación y con una distinta periodicidad. En general, se manejan en las publicaciones desagregaciones por:</p> <p>Receptivo: Turistas internacionales, Turistas nacionales y Género.</p> <p>Emisivo: Residentes a destinos internacionales y Residentes a destinos nacionales.</p> <p>Conexión: Stopover.</p> <p>Estas desagregaciones permiten realizar análisis detallados sobre el perfil de los viajeros, tendencias de movilidad y segmentación de mercados, aportando insumos clave para la toma de decisiones en materia de promoción turística y planificación del territorio.</p>
Periodo y frecuencia disponible de los resultados	<p>La información se recolectará de forma diaria y los cálculos se consolidarán con dos meses de rezago al periodo del cual se van a difundir los resultados.</p>
Medios de difusión y acceso	<p>Los resultados de la Encuesta de Viajeros en Bogotá se publicarán en la página web del Observatorio. En cada informe disponible para descarga, al final del documento se incluirá el diseño metodológico correspondiente a la medición del año reportado.</p>



OBSERVATORIO
DE TURISMO DE BOGOTÁ
I D T

Gran Encuesta Viajeros **2025-1**

X Instagram TikTok Facebook YouTube /visitbogota

www.visitbogota.co



INSTITUTO DISTRITAL DE
TURISMO

