



INVESTIGACIÓN

VIAJEROS EN BOGOTÁ 2025



OBSERVATORIO
DE TURISMO DE BOGOTÁ
IDT



CARLOS FERNANDO GALÁN PACHÓN
Alcalde Mayor de Bogotá

MARÍA DEL PILAR LÓPEZ URIBE
Secretaria de Desarrollo Económico

ANGELA SOFÍA GARZÓN CAICEDO
Directora 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

Contenido

- 1 Introducción**
- 2 Objetivos**
 - 2.1 Objetivo General
 - 2.2 Objetivos Específicos
- 3 Conceptos básicos**
- 4 Principales resultados Investigación Viajeros en Bogotá 2025-I**
 - 4.1 Resultados generales
- 5 Caracterización de los turistas**
 - 5.1 Origen de los turistas
 - 5.2 Sexo de los turistas
 - 5.3 Edad de los turistas
 - 5.4 Grupo de viaje de los turistas
- 6 Caracterización del viaje**
 - 6.1 Motivo de viaje de los turistas
 - 6.2 Noches pernoctadas por los turistas
 - 6.3 Actividades realizadas y sitios visitados por los turistas
- 7 Experiencia Turística en Bogotá**
 - 7.1 Preferencias de alojamiento de los turistas
 - 7.2 Localidad de alojamiento de los turistas
 - 7.3 Noches pernoctadas por tipo de alojamiento de los turistas
 - 7.4 Medio de transporte utilizado por los turistas
 - 7.5 Gastos de los turistas
- 8 Percepción de los turistas**
 - 8.1 Primera visita a Bogotá
- 9 Conexión y Stopover**
- 10 Conclusiones**
- 11 Ficha Metodológica Estadísticas Viajeros 2025**

01

Introducción

El turismo se ha consolidado a nivel global como una de las actividades económicas con mayor capacidad de articulación entre sectores, al dinamizar no solo servicios como el transporte, el alojamiento y la gastronomía, sino también industrias culturales, comerciales y de entretenimiento. Su impacto trasciende la generación directa de empleo, al movilizar cadenas de valor amplias, impulsar el consumo en múltiples actividades económicas y contribuir a la captación de divisas y al posicionamiento de los territorios en los mercados internacionales. En este contexto, el turismo se reconoce como un sector estratégico para el crecimiento económico, la generación de ingresos y el desarrollo territorial.

En Colombia, este dinamismo se ha reflejado en un crecimiento sostenido del turismo en los últimos años, consolidándose como una actividad clave dentro de la estructura productiva del país. Su capacidad para generar empleo, atraer visitantes internacionales y fortalecer el turismo interno ha contribuido a la diversificación económica y a la activación de sectores conexos, especialmente en las principales ciudades y destinos turísticos. Este comportamiento ha posicionado al turismo como un componente relevante en los procesos de recuperación económica y en la generación de nuevas oportunidades para los territorios.

En este contexto, Bogotá se ha consolidado como uno de los principales destinos turísticos del país, no solo por su papel como centro económico y de servicios, sino también por su oferta cultural, de negocios y de conectividad. El presente documento expone los resultados de la Investigación Viajeros en Bogotá 2025, una

operación estadística liderada por el Observatorio de Turismo del Instituto Distrital de Turismo, cuyo propósito central es cuantificar y caracterizar a los turistas nacionales e internacionales que visitaron la ciudad de Bogotá durante el año 2025. En este periodo, la ciudad recibió un total de 14.650.975 turistas, cifra que representa un incremento del 4,1 % frente a los 14.074.859 registrados en 2024, consolidando a 2025 como el año con el mayor número de turistas dentro de la serie histórica 2018–2025.

La investigación se desarrolló mediante la aplicación de encuestas a viajeros mayores de 18 años en el Aeropuerto Internacional El Dorado y la Terminal de Transporte del Salitre, los dos principales puntos de entrada y salida de Bogotá. El diseño metodológico combinó un muestreo probabilístico en dos etapas para la terminal terrestre y un muestreo por cuotas para el aeropuerto, garantizando un error de muestreo inferior al 3 % con un nivel de confiabilidad del 97 %. Adicionalmente, se emplearon registros administrativos de la Aeronáutica Civil y Migración Colombia como fuentes secundarias.

Los resultados de esta investigación constituyen un insumo estratégico para la formulación de políticas públicas, el diseño de planes de promoción turística y el fortalecimiento de la oferta de servicios en la ciudad. Contar con información detallada y continua sobre el perfil, las motivaciones y los patrones de consumo de los visitantes permite a las entidades distritales tomar decisiones basadas en evidencia, orientadas a consolidar a Bogotá como un destino turístico competitivo, sostenible e innovador.

El documento se estructura de la siguiente manera: en la primera sección se presentan los objetivos del estudio, que delimitan el alcance de la investigación. A continuación, se exponen los conceptos básicos necesarios para la correcta interpretación de los resultados. Posteriormente, se detallan los principales resultados, incluyendo la evolución del número de turistas y su estacionalidad. La sección de caracterización de los turistas aborda el origen, sexo, edad y grupo de viaje de los visitantes. La caracterización del viaje analiza las motivaciones, las noches pernoctadas, las actividades realizadas y los sitios visitados. En la sección de experiencia turística se examinan las preferencias de alojamiento, la localidad de hospedaje, los medios de transporte y la estructura de gasto. Seguidamente, se aborda la percepción de los turistas sobre su experiencia en la ciudad y se incluyen los análisis sobre primera visita y sobre las dinámicas de conexión y Stopover. Finalmente, se presentan las conclusiones y la ficha metodológica que detalla el diseño estadístico de la investigación.



02

Objetivos

2.1 Objetivo General

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

2.1.1 Objetivos Específicos

1. 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.
2. 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.
3. Determinar el gasto que realizan los turistas en la ciudad y la distribución de este.
4. Analizar la implementación de estrategias de Stopover durante las escalas o conexiones de quienes realizan tránsito por el aeropuerto y la terminal de Bogotá.
5. Analizar los cambios en los comportamientos de los turistas que visitaron la ciudad en los últimos años, con el fin de identificar tendencias, anticipar dinámicas de la demanda y orientar la toma de decisiones en la planificación, promoción y fortalecimiento de la oferta turística de Bogotá.



03

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.)

04

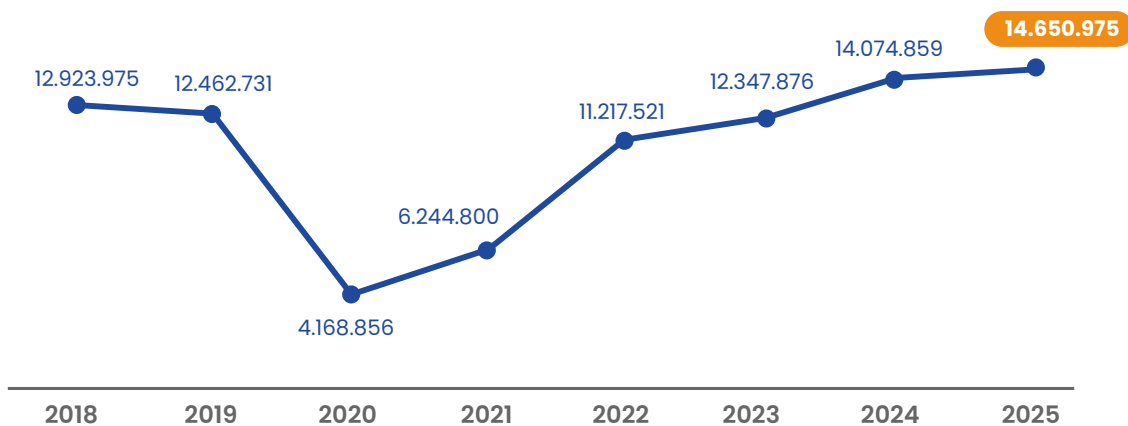
Principales resultados Investigación Viajeros en Bogotá 2025

4.1 Resultados generales

De acuerdo con los resultados de la Investigación Viajeros en Bogotá del Observatorio de Turismo para el año 2025, el total de turistas que visitaron la ciudad ascendió a 14.650.975, lo que representa un incremento del 4,1% frente a los 14.074.859 registrados en 2024. Este comportamiento confirma la consolidación de una senda de recuperación sostenida del turismo en la ciudad, observada de manera continua desde 2021.

Al comparar con 2023 (12.347.876 turistas), el aumento acumulado es cercano al 18,7%, mientras que frente a 2022 (11.217.521) el crecimiento alcanza aproximadamente el 30,6%. Asimismo, al contrastar con 2019 (12.462.731), año previo a la pandemia, se evidencia un incremento del 17,6%, lo que confirma no solo la recuperación total del nivel prepandemia, sino también su superación. De esta manera, 2025 se posiciona como el año con el mayor registro de turistas dentro de la serie 2018–2025.

Gráfica 1. Evolución del número de turistas en Bogotá (2018–2025)

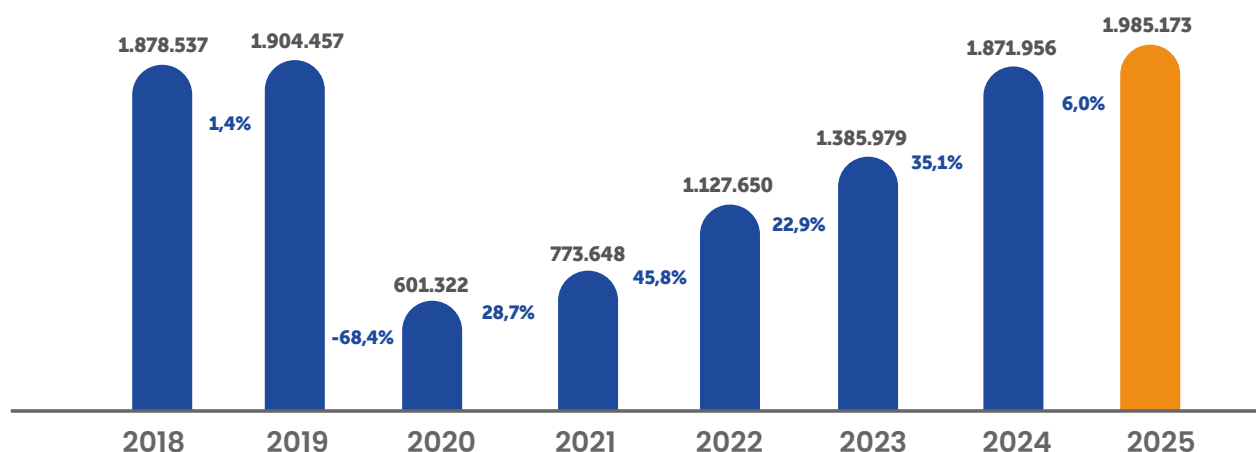


Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

En lo que respecta a los turistas internacionales, para 2025 se registran 1.985.173 visitantes, lo que representa un crecimiento del 6,0% frente a 2024 (1.871.956). Este resultado confirma la continuidad de la tendencia positiva observada desde 2022, año en el que comenzó la recuperación sostenida tras la fuerte contracción de 2020 (-68,4%).

La cifra de 2025 no solo consolida el proceso de recuperación iniciado después de la pandemia, sino que supera el máximo prepandemia alcanzado en 2019 (1.904.457 turistas). De esta manera, la ciudad alcanza un récord en la llegada de turistas internacionales, evidenciando no solo estabilidad, sino también un fortalecimiento sostenido del mercado internacional en los últimos años.

Gráfica 2. Número de turistas internacionales en Bogotá (2018–2025)

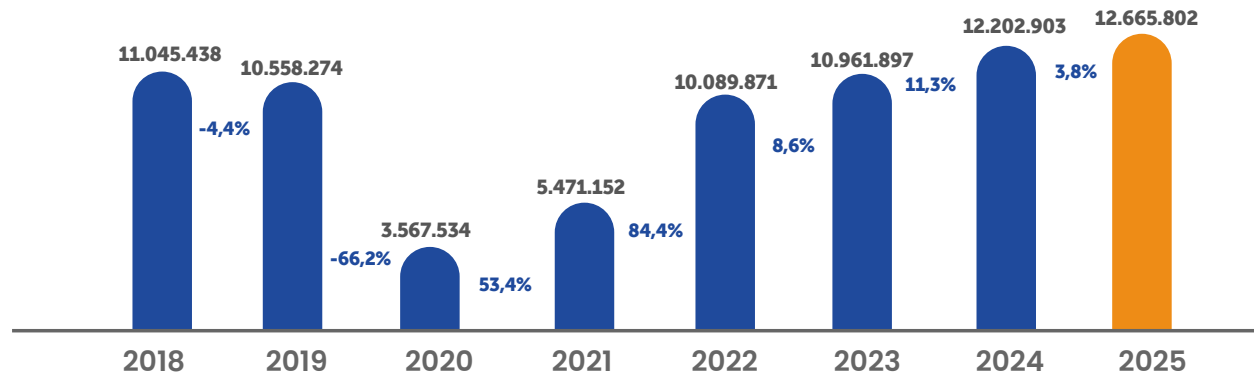


Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

En cuanto a los turistas nacionales, en 2025 se registran 12.665.802 visitantes, lo que representa un crecimiento del 3,8% frente a 2024 (12.202.903). Esta cifra consolida la tendencia de recuperación sostenida observada desde 2022, luego de la fuerte contracción registrada en 2020 (-66,2%) como consecuencia de la pandemia y del posterior repunte en 2021 (53,4%) y 2022 (84,4%).

Con este resultado, Bogotá no solo mantiene la senda ascendente de los últimos años, sino que además alcanza el mayor número de turistas nacionales dentro de la serie 2018–2025, superando incluso los niveles prepandemia de 2018 (11.045.438) y 2019 (10.558.274). Esto reafirma la relevancia del mercado interno como principal componente de la dinámica turística de la ciudad y como soporte clave de la recuperación y consolidación del sector.

Gráfica 3. Número de turistas nacionales en Bogotá (2018–2025)



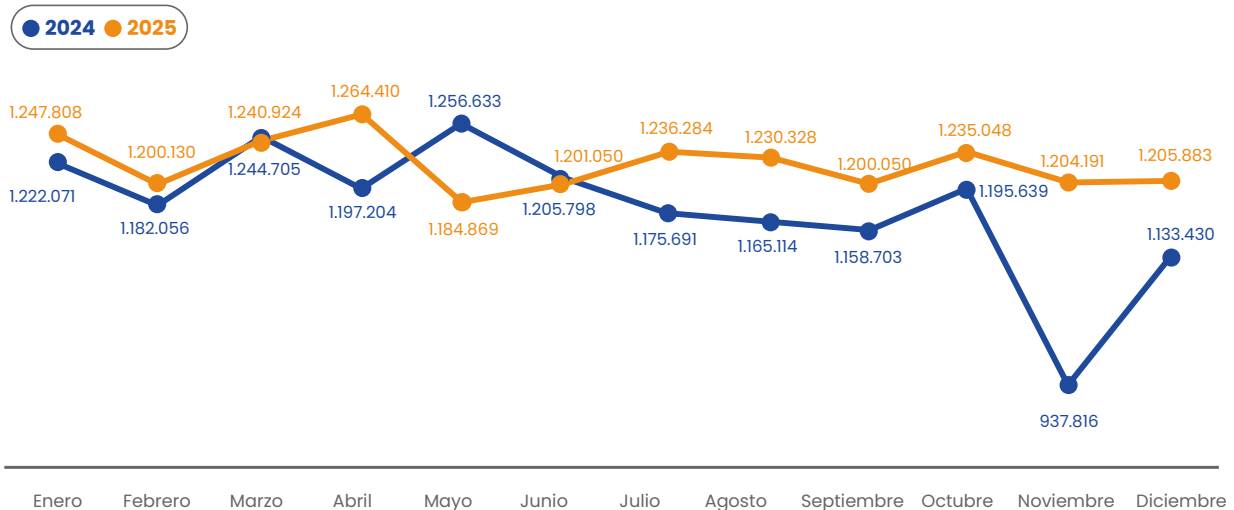
Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

Con base en la información observada, el comportamiento del turismo en 2025 muestra una dinámica relativamente estable a lo largo del año, con variaciones moderadas entre meses. El año inició con 1.247.808 turistas en enero, descendió levemente en febrero (1.200.130) y alcanzó un nivel alto en marzo (1.240.924). En abril se registra el punto máximo del año (1.264.410), mientras que en mayo se observa una disminución (1.184.869) y en junio una recuperación (1.201.050), evidenciando una ligera oscilación hacia mitad de año.

Durante el segundo semestre, las cifras se mantienen relativamente estables por encima de 1,2 millones de visitantes mensuales: julio (1.236.284) y agosto (1.230.328) presentan niveles altos, seguidos de una leve reducción en septiembre (1.200.050). Posteriormente, se observa un nuevo repunte en octubre (1.235.048), mientras que noviembre (1.204.191) y diciembre (1.205.883) muestran un cierre de año estable, sin caídas significativas.

En comparación con 2024, se evidencia que 2025 presenta un comportamiento más consistente a lo largo del año. Mientras en 2024 se observan fluctuaciones más marcadas; especialmente la fuerte caída en noviembre (937.816), en 2025 los registros se mantienen en un rango relativamente estrecho entre aproximadamente 1,18 y 1,26 millones de turistas mensuales, lo que refleja una dinámica más estable y equilibrada del flujo turístico frente al comportamiento más volátil del año anterior.

Gráfica 4. Estacionalidad del turismo total en Bogotá (2024–2025)



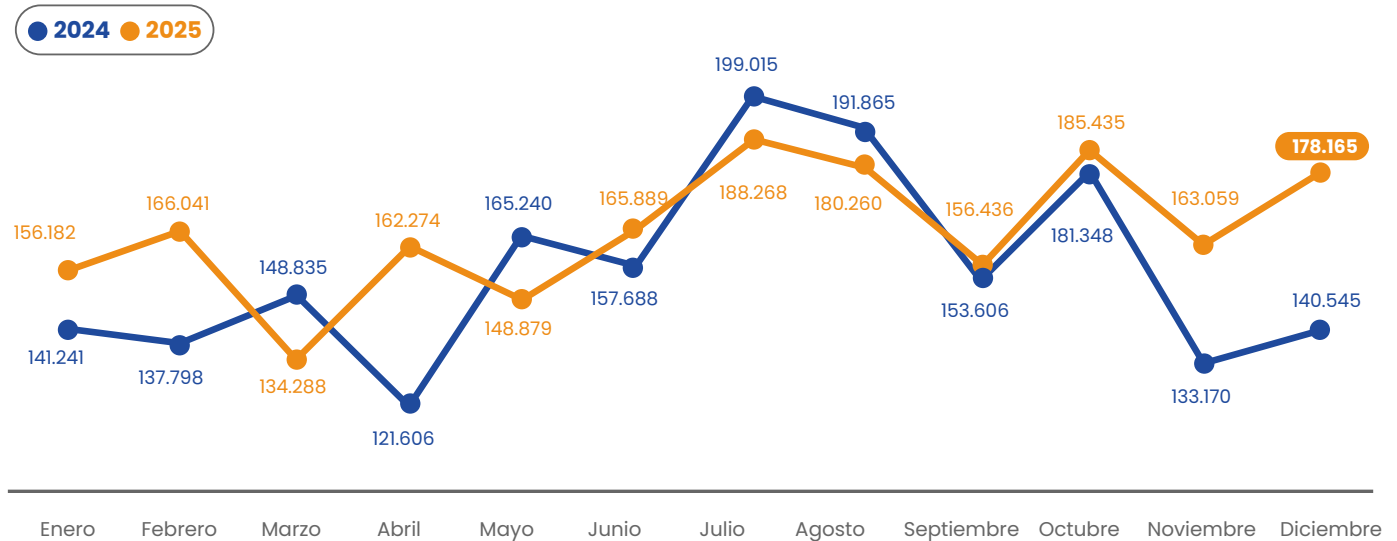
Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

En cuanto a la estacionalidad del turismo internacional, durante 2025 se registraron 1.985.173 turistas internacionales, lo que representa un crecimiento del 6,0% frente a 2024 (1.871.956). El promedio mensual se situó en aproximadamente 165.431 turistas, superior al promedio mensual del año anterior (alrededor de 155.996), lo que confirma la continuidad del proceso de recuperación y fortalecimiento del mercado internacional.

A lo largo del año, 2025 presentó un comportamiento relativamente estable, aunque con variaciones mensuales. Se observaron niveles destacados en julio (188.268) y octubre (185.435), así como un cierre de año dinámico con diciembre (178.165). En comparación con 2024, varios meses muestran desempeños superiores, especialmente en el primer semestre (enero, febrero y abril) y en el último trimestre.

No obstante, a diferencia de lo planteado inicialmente, la dinámica de 2025 no es completamente uniforme, ya que se presentan fluctuaciones como la caída en marzo (134.288) y septiembre (156.436). En contraste, 2024 también exhibe variabilidad, con picos marcados en julio (199.015) y agosto (191.865), así como una disminución significativa en noviembre (133.170). En conjunto, los resultados indican que 2025 consolida un mayor nivel general de llegadas, pero mantiene un patrón estacional con oscilaciones intra-anales, aunque menos pronunciadas en comparación con 2024 en algunos periodos clave.

Gráfica 5. Estacionalidad del turismo de origen internacional en Bogotá (2024–2025)

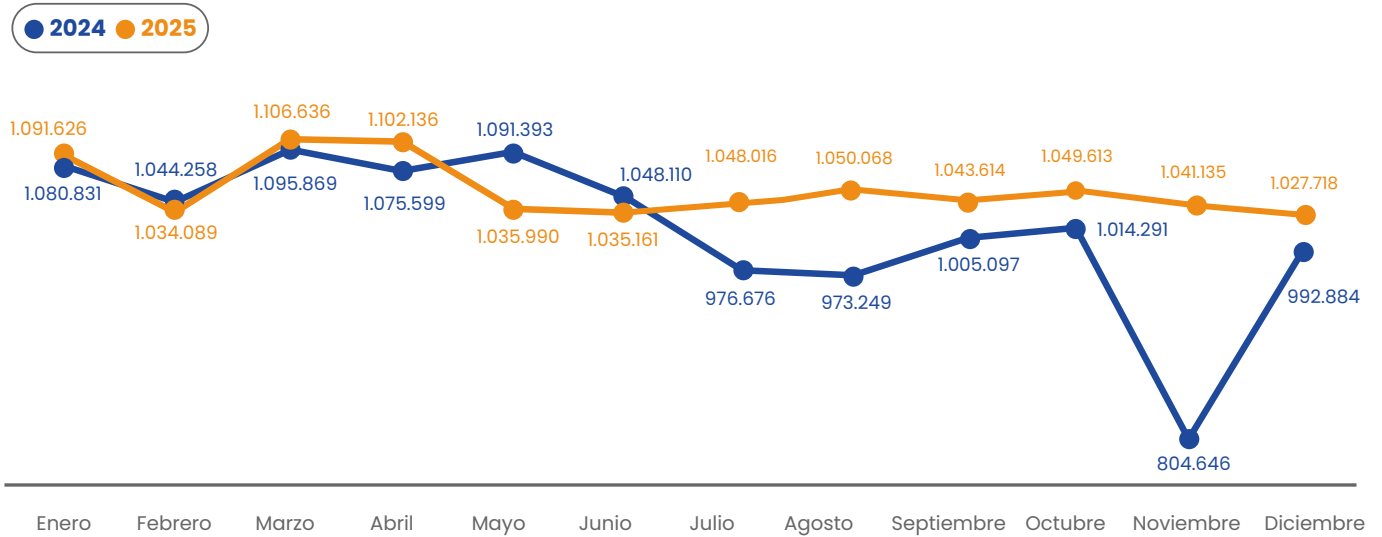


Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

Por su parte, el número de turistas nacionales durante 2025 ascendió a 12.665.802, lo que representa un crecimiento del 3,8% frente a 2024 (12.202.903). El promedio mensual se situó en aproximadamente 1.055.484 turistas, cifra superior al promedio mensual registrado en 2024, lo que confirma la consolidación del mercado interno como principal componente del turismo en la ciudad.

A lo largo del año, 2025 presentó una dinámica más estable y con mejor desempeño en el último trimestre. Si bien entre mayo y agosto se observaron niveles ligeramente inferiores o similares a los de 2024, a partir de septiembre se evidenció una recuperación sostenida, con incrementos importantes en octubre (1.049.613), noviembre (1.041.135) y diciembre (1.027.718), por su parte, el mes que registró el valor más alto del año fue marzo (1.106.636). En contraste, 2024 mostró una caída significativa en noviembre (804.646), lo que generó mayor volatilidad en su comportamiento. Esta disminución coincide con un retroceso en los indicadores de conectividad aérea nacional, donde el número de vuelos pasó de 10.004 en octubre a 9.788 en noviembre, mientras que las sillas ofrecidas se redujeron de 1.568.626 a 1.531.198 en el mismo periodo. En conjunto, 2025 evidencia una estacionalidad más equilibrada y un cierre de año particularmente dinámico.

Gráfica 6. Estacionalidad del turismo de origen nacional en Bogotá (2024–2025)



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.



05

Caracterización de los turistas

5.1 Origen de los turistas

Durante 2025, el principal país de origen de los turistas internacionales en Bogotá fue **Estados Unidos**, con una participación del 18,1% sobre el total. Le siguieron **España** (11,6%), **Venezuela** (11,3%), **Ecuador** (9,5%) y **México** (9,4%), los cuales, en conjunto, concentraron una proporción significativa de las llegadas internacionales a la ciudad. También se destacan Perú (7,9%), Brasil (4,3%), Chile (3,7%) y Argentina (3,3%), mientras que el grupo de “Otros” representó el 7,2%, reflejando una participación más dispersa de mercados de menor peso relativo.

En comparación con 2024, la estructura de 2025 evidencia una mayor concentración en el mercado estadounidense, que incrementó su participación de 16,8% a 18,1%, consolidándose como principal país emisor. España, por su parte, registra un crecimiento significativo al pasar de 8,6% a 11,6%, ascendiendo al segundo lugar, mientras que Venezuela reduce su participación de 14,6% a 11,3%, descendiendo a la tercera posición. No obstante, más allá de estos cambios en el liderazgo, resulta relevante destacar la consolidación de mercados emergentes en la estructura de origen de los turistas internacionales. Países como Ecuador (9,5%), México (9,4%) y Perú (7,9%) adquieren mayor protagonismo en 2025, junto con el fortalecimiento de otros mercados regionales y de media participación como Brasil, Chile y Argentina. En conjunto, estos resultados no solo reflejan una recomposición en los principales emisores, sino también una diversificación progresiva del origen de los turistas, que sugiere una ampliación de la base geográfica del turismo internacional hacia Bogotá.



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

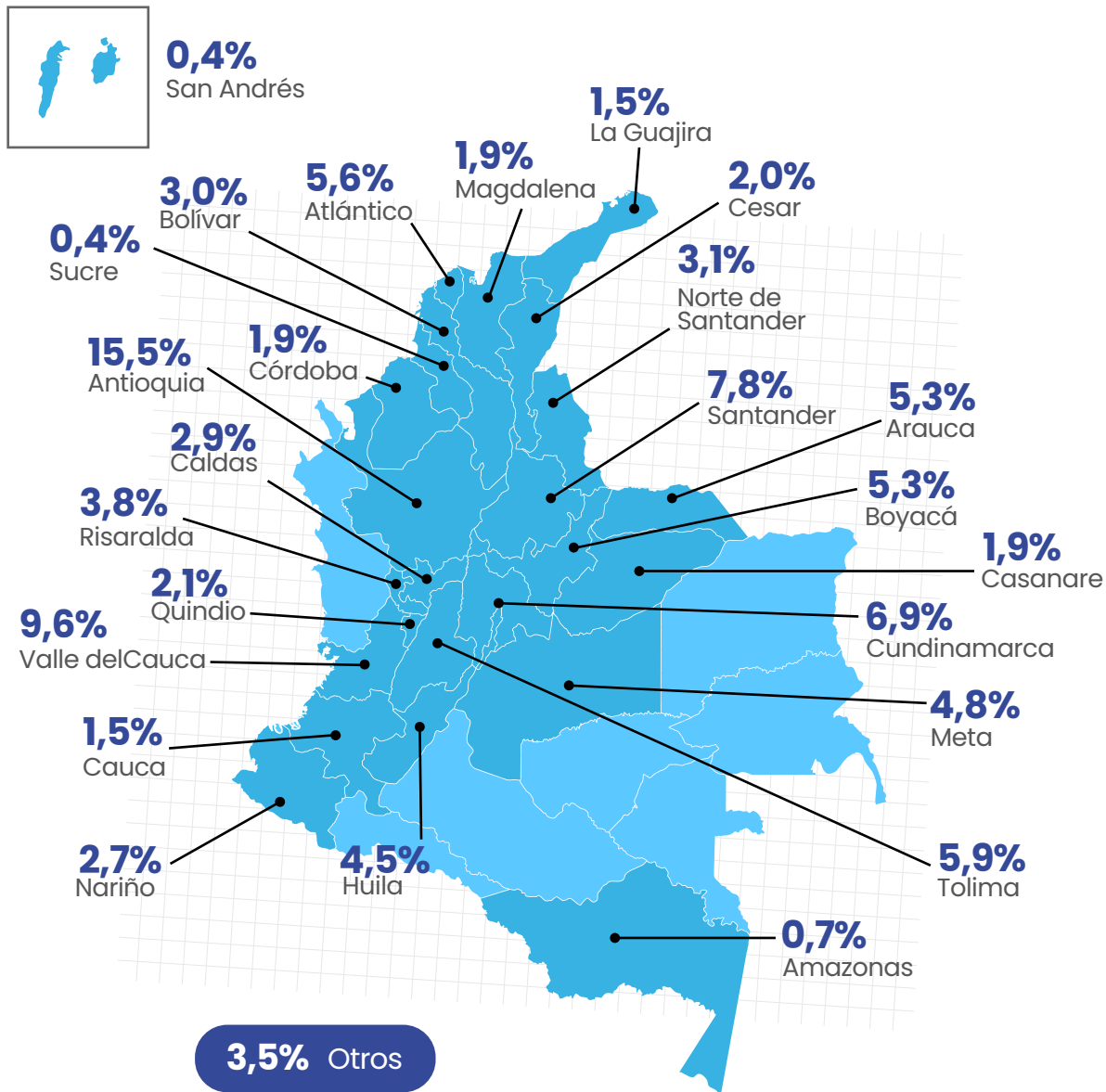


Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

En 2025, el principal departamento de origen de los turistas nacionales en Bogotá fue **Antioquia**, con una participación del 15,5% sobre el total. Le siguieron **Valle del Cauca** (9,6%), **Santander** (7,8%), **Cundinamarca** (6,9%) y **Tolima** (5,9%), los cuales concentraron una proporción significativa de los viajes internos hacia la ciudad. También se destacan Atlántico (5,6%), Boyacá (5,3%), Meta (4,8%) y Huila (4,5%), mientras que el grupo de "Otros" representó el 3,5%, reflejando una menor dispersión frente a años previos.

Respecto a 2024, la estructura de 2025 evidencia una mayor concentración en Antioquia, que incrementó de manera sustancial su participación (de 9,8% a 15,5%), consolidándose con mayor liderazgo como principal mercado emisor nacional. Asimismo, Valle del Cauca mostró un aumento (de 7,7% a 9,6%), ascendiendo al segundo lugar. En contraste, departamentos como Cundinamarca (de 8,8% a 6,9%), Tolima (de 8,6% a 5,9%) y Boyacá (de 7,9% a 5,3%) redujeron su peso relativo dentro de la distribución.

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



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

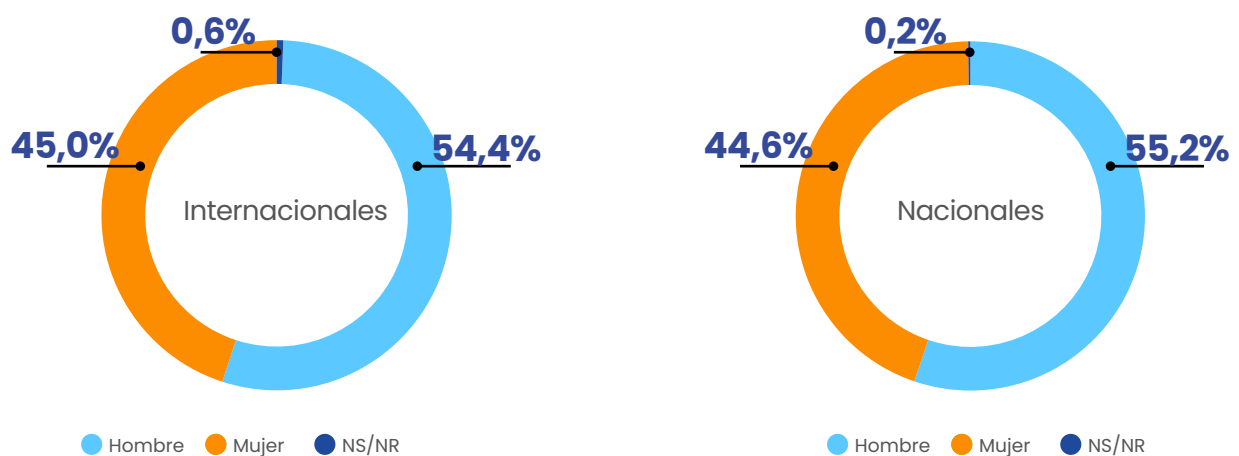
Así mismo, al contrastar la participación de los turistas por departamento con su peso relativo en la población nacional, se evidencian diferencias relevantes en los patrones de emisión de viajeros hacia Bogotá. Departamentos como Antioquia, que concentran una alta proporción de la población del país, también presentan una participación destacada como origen de turistas, lo que es consistente con su tamaño demográfico. Sin embargo, otros territorios como Valle del Cauca y Santander muestran una participación en los viajes hacia Bogotá superior a la que sugeriría su peso poblacional, lo que indica una mayor propensión a viajar hacia la ciudad. En contraste, departamentos como Cundinamarca, que cuentan con una alta población y proximidad geográfica a Bogotá, presentan una participación relativamente menor, posiblemente asociada a dinámicas de movilidad cotidiana que no necesariamente se registran como turismo.

5.2 Sexo de los turistas

La distribución por sexo de los turistas que visitaron Bogotá evidenció en 2025 una mayor participación de hombres tanto en el segmento internacional como en el nacional. En el caso de los turistas internacionales, los **hombres** representaron el 54,4%, mientras que las **mujeres** alcanzaron el 45,0%. De manera similar, entre los turistas nacionales, los **hombres** concentraron el 55,2%, frente al 44,6% de **mujeres**.

En comparación con 2024, se observa un cambio significativo en la estructura de género. Mientras que en 2024 predominaba la participación femenina (con 51,2% en internacionales y 51,1% en nacionales) y los hombres representaban cerca del 48% en ambos casos, en 2025 la tendencia se invierte y se consolida una mayoría masculina. Este giro refleja una recomposición clara en la distribución por sexo de los viajeros, pasando de una leve mayoría femenina en 2024 a una mayoría masculina en 2025 tanto en el turismo internacional como en el nacional.

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



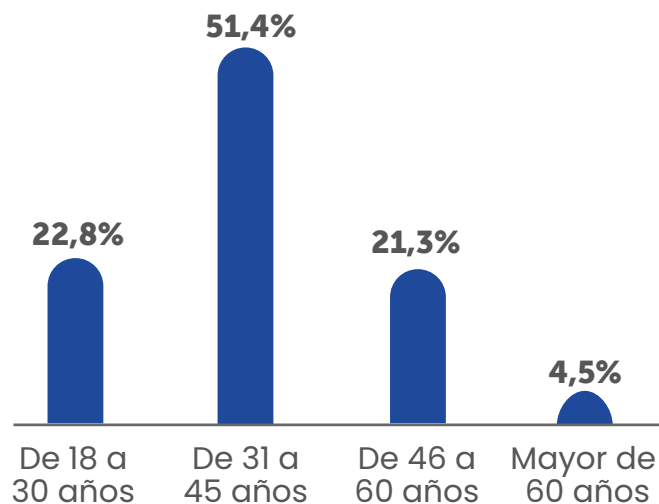
Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

5.3 Edad de los turistas

La distribución por edad de los turistas internacionales en Bogotá se concentró principalmente en el grupo de **31 a 45 años**, que en 2025 representó el 51,4% del total. Le siguieron los viajeros entre **18 y 30 años** (22,8%) y aquellos entre 46 y 60 años (21,3%), mientras que los **mayores de 60 años** tuvieron una participación del 4,5%, evidenciando un menor peso relativo de este segmento etario.

Frente a 2024, la estructura etaria muestra una relativa estabilidad en el liderazgo del grupo de 31 a 45 años (51,2% en 2024), aunque se observan ligeros ajustes en los demás rangos. El grupo de 18 a 30 años disminuyó marginalmente (de 23,2% a 22,8%), al igual que el de mayores de 60 años (de 5,0% a 4,5%), mientras que el segmento de 46 a 60 años registró un leve incremento (de 20,6% a 21,3%). En conjunto, estos cambios reflejan una estructura demográfica consistente, con predominio de población en edad productiva y variaciones porcentuales moderadas entre ambos años.

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

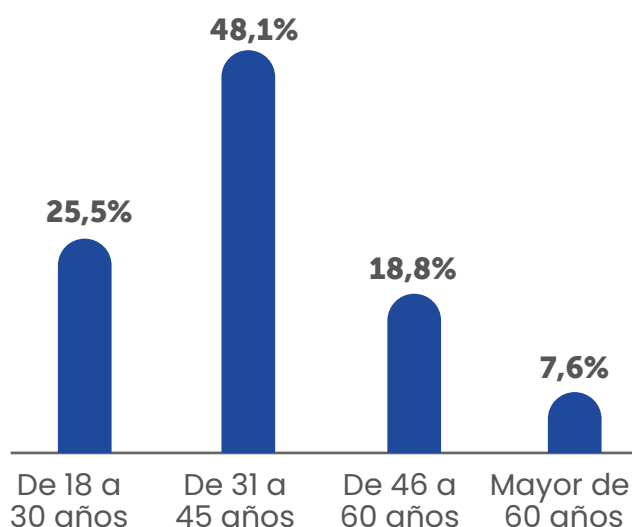


Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025

En el caso de los turistas nacionales, la estructura etaria en Bogotá mostró una mayor concentración en el grupo de **31 a 45 años**, que en 2025 alcanzó una participación del 48,1% sobre el total. Le siguieron los viajeros entre **18 y 30 años** (25,5%) y aquellos entre **46 y 60 años** (18,8%), mientras que los **mayores de 60 años** alcanzaron una participación del 7,6%, reflejando un peso relativo menor frente a los grupos en edad productiva.

En comparación con 2024, se observan cambios más notorios en la estructura etaria. El grupo de 31 a 45 años incrementó su participación (de 37,1% a 48,1%), consolidándose con mayor claridad como el segmento predominante. En contraste, el rango de 18 a 30 años disminuyó (de 32,5% a 25,5%), al igual que el grupo de 46 a 60 años (de 21,6% a 18,8%) y el de mayores de 60 años (de 8,7% a 7,6%). En conjunto, estos movimientos evidencian una mayor concentración en el segmento de adultos jóvenes y de mediana edad en 2025, con una reducción relativa en los demás rangos etarios frente al año anterior.

Gráfica II. Edad de los turistas nacionales en Bogotá (2025)



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025

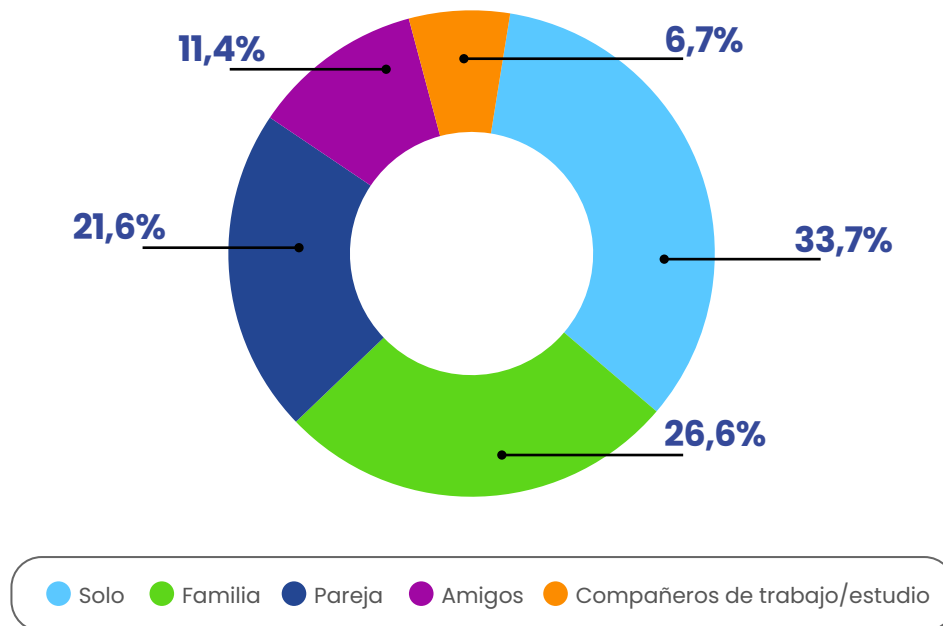
En 2025, la estructura etaria de los visitantes a Bogotá evidencia que el grupo de 31 a 45 años fue el de mayor participación tanto en el turismo internacional como en el nacional, aunque con una proporción más alta entre los internacionales (51,4% frente a 48,1%). En contraste, entre los nacionales se observó una mayor presencia relativa en los extremos etarios, especialmente en el grupo de 18 a 30 años y en el de mayores de 60 años. Esto sugiere que el turismo internacional estuvo más concentrado en población en plena edad productiva, mientras que el nacional presentó una composición demográfica más amplia y diversificada.

5.4 Grupo de viaje de los turistas

En cuanto al grupo de viaje de los turistas internacionales que visitaron Bogotá en 2025, la principal modalidad fue viajar **solo** (33,7%), seguida de quienes viajaron en **familia** (26,6%) y en **pareja** (21,6%). En menor proporción se ubicaron los viajes con **amigos** (11,4%) y con **compañeros de trabajo y/o estudio** (6,7%), evidenciando una estructura en la que predominan los desplazamientos individuales y familiares.

Se observan cambios relevantes en la composición del grupo de viaje, comparando con los resultados de 2024. La proporción de viajeros solos disminuyó (de 38,1% a 33,7%), al igual que los viajes en familia (de 29,7% a 26,6%) y en pareja (de 23,0% a 21,6%). En contraste, aumentó de manera significativa la participación de quienes viajaron con amigos (de 7,5% a 11,4%) y con compañeros de trabajo y/o estudio (de 1,7% a 6,7%). Estos movimientos reflejan una recomposición en las dinámicas de viaje del turismo internacional, con mayor diversificación en las modalidades colectivas frente al año anterior.

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

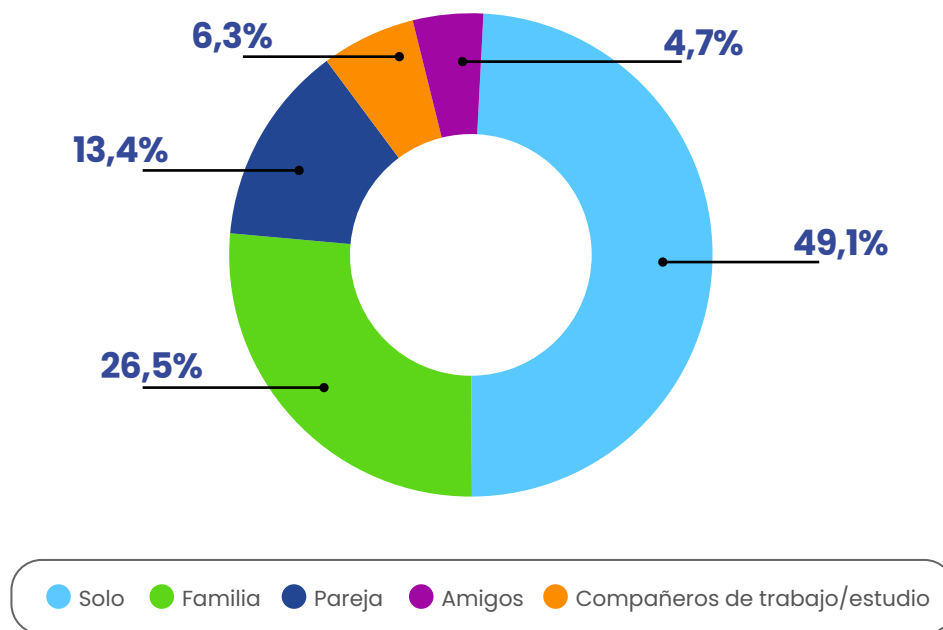


Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

Respecto al grupo de viaje de los turistas nacionales que llegaron a Bogotá en 2025, la modalidad predominante fue viajar solo (49,1%), seguida por los desplazamientos en familia (26,5%). En menores proporciones se registraron los viajes con pareja (13,4%) y con compañeros de trabajo y/o estudio (6,3%), lo que evidencia una estructura donde siguen teniendo mayor peso los viajes individuales y familiares.

Al contrastar estos resultados con 2024, se identifican variaciones en la composición del grupo de viaje. La participación de quienes viajaron solos incrementó (de 46,7% a 49,1%), a costa de los viajes en familia (de 36,8% a 26,5%). En cambio en pareja aumentó la proporción (de 11,3% a 13,4%), quienes viajan con amigos también (de 4,4% a 4,7%) y con compañeros de trabajo y/o estudio paso de 0,8% a 6,3%, lo que sugiere una mayor diversificación en las formas de viaje del turismo nacional frente al año anterior.

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



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

06

Caracterización del viaje

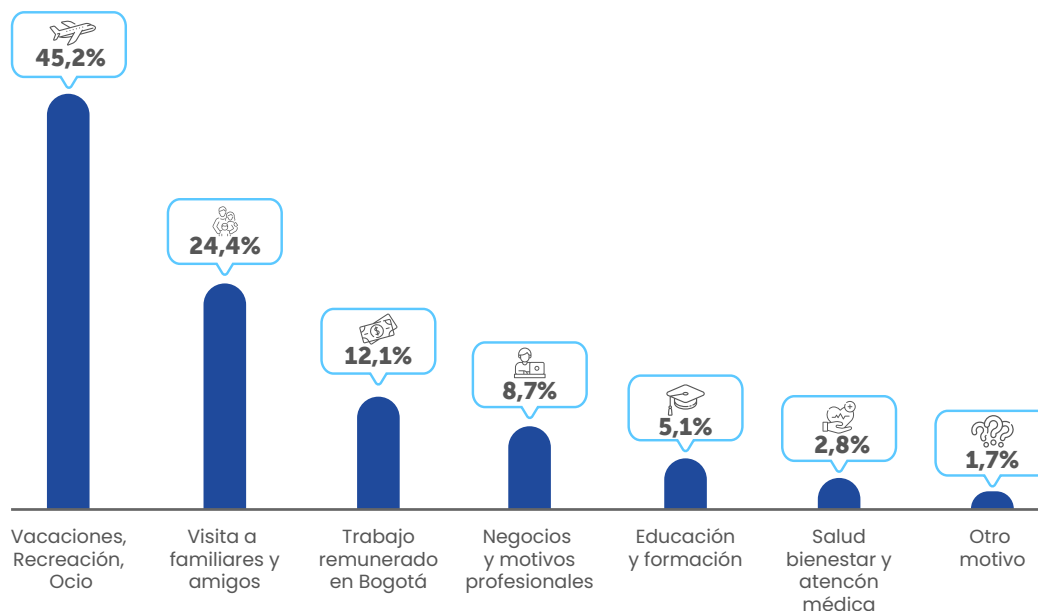
6.1 Motivo de viaje de los turistas

En 2025, los viajes por **vacaciones, recreación y ocio** se consolidaron como el principal motivo de visita de los turistas internacionales en Bogotá, con una participación del 45,2% del total. En segundo lugar, se ubicó la visita a **familiares y amigos** (24,4%), seguida por el **trabajo remunerado** en Bogotá (12,1%) y los negocios y motivos profesionales (8,7%). En menores proporciones se registraron los desplazamientos por educación y formación (5,1%), salud, bienestar y atención médica (2,8%) y otros motivos (1,7%). Esta distribución confirma que el turismo internacional en la ciudad se encuentra principalmente orientado hacia actividades de ocio y vínculos personales, con una participación relevante, aunque menor, de motivaciones laborales y profesionales.

Al contrastar la estructura más reciente con la del año anterior, se observan variaciones en la composición de los motivos de viaje. Aunque el ocio continúa liderando ampliamente la distribución, su peso relativo es menor que en el periodo previo, mientras que aumentan los viajes asociados al trabajo remunerado y, en menor medida, a la educación. Por su parte, las visitas a familiares y amigos muestran un ligero incremento dentro del total. En conjunto, estos movimientos evidencian una recomposición en las razones de viaje, con una mayor diversificación entre fines recreativos y laborales.



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

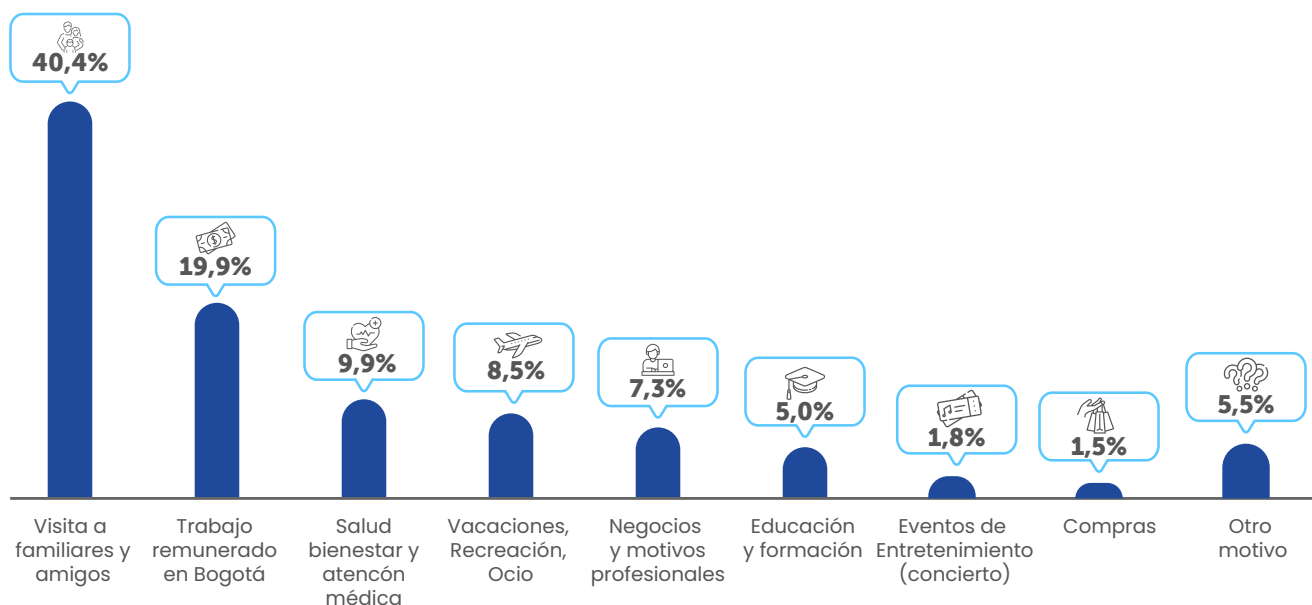


Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

La estructura de los motivos de viaje de los turistas nacionales que llegaron a Bogotá en 2025 muestra que la **visita a familiares y amigos** fue la razón predominante, con una participación del 40,4%. En segundo lugar se ubicó el **trabajo remunerado** en la ciudad (19,9%), seguido por los desplazamientos por **salud, bienestar y atención médica** (9,9%). Los viajes por vacaciones, recreación y ocio representaron el 8,5%, mientras que los negocios y motivos profesionales (7,3%) y la educación y formación (5,0%) tuvieron una participación intermedia. Asimismo, se registraron otros propósitos como otros motivos (5,5%), eventos de entretenimiento (1,8%) y compras (1,5%), con menor peso relativo dentro del total.

Al comparar estos resultados con los del año anterior, se observan ajustes en la composición de los motivos de viaje. Aunque la visita a familiares y amigos continúa siendo el principal propósito, su participación es ligeramente menor que la registrada previamente. En contraste, aumenta el peso del trabajo remunerado en la ciudad, consolidándose como el segundo motivo más relevante. También se evidencian variaciones en los viajes por ocio y en los desplazamientos por salud, lo que sugiere una recomposición en las razones de movilidad interna hacia Bogotá, con una mayor presencia de motivaciones laborales frente al periodo anterior.

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



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

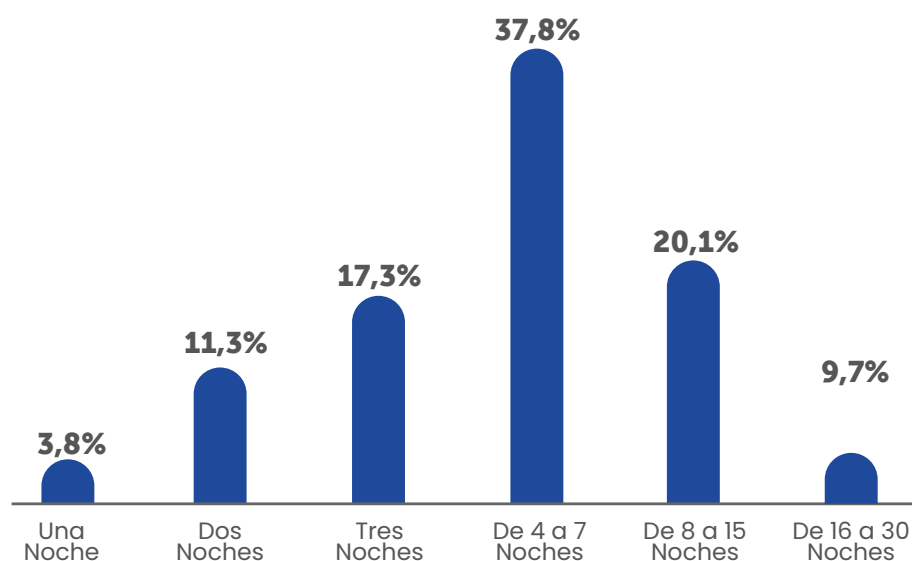
Estos resultados evidencian que, a diferencia de los turistas internacionales, cuyo principal motivo de viaje estuvo asociado al ocio y las vacaciones, entre los turistas nacionales prevaleció la visita a familiares y amigos como razón central de desplazamiento. Asimismo, en el mercado interno adquieren mayor relevancia los viajes vinculados al trabajo remunerado y a la atención en salud, lo que refleja una dinámica de movilidad más asociada a necesidades personales, laborales y de redes sociales que a fines estrictamente recreativos.

6.2 Noches pernoctadas por los turistas

En 2025, la distribución de noches pernoctadas por los turistas internacionales en Bogotá se concentró principalmente en estancias de 4 a 7 noches (37,8%), consolidándose como el rango predominante. Le siguieron las permanencias de 8 a 15 noches (20,1%) y de 3 noches (17,3%), mientras que las estadías más cortas —1 noche (3,8%) y 2 noches (11,3%)— tuvieron menor participación. Por su parte, el segmento de más de 16 noches (9,7%) reflejó la presencia de viajeros con estancias prolongadas, aunque con un peso menor frente a las duraciones intermedias. En conjunto, la estructura de 2025 evidencia una concentración en visitas de corta y mediana duración, especialmente entre cuatro y siete noches.

Al comparar con 2024, se observan variaciones en la duración de la estancia. Aunque el rango de 4 a 7 noches continúa liderando la distribución, su participación disminuye frente al año anterior (de 44,7% a 37,8%). En contraste, aumentan las estadías de 8 a 15 noches (de 15,8% a 20,1%) y las de más de 16 noches, que en 2025 agrupan una proporción mayor que la registrada previamente en los rangos superiores. Por su parte, las estancias de una y dos noches muestran una reducción respecto a 2024. Estos cambios sugieren una ligera tendencia hacia permanencias más largas en la ciudad durante 2025, con una redistribución desde las estadías intermedias hacia rangos superiores de duración.

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

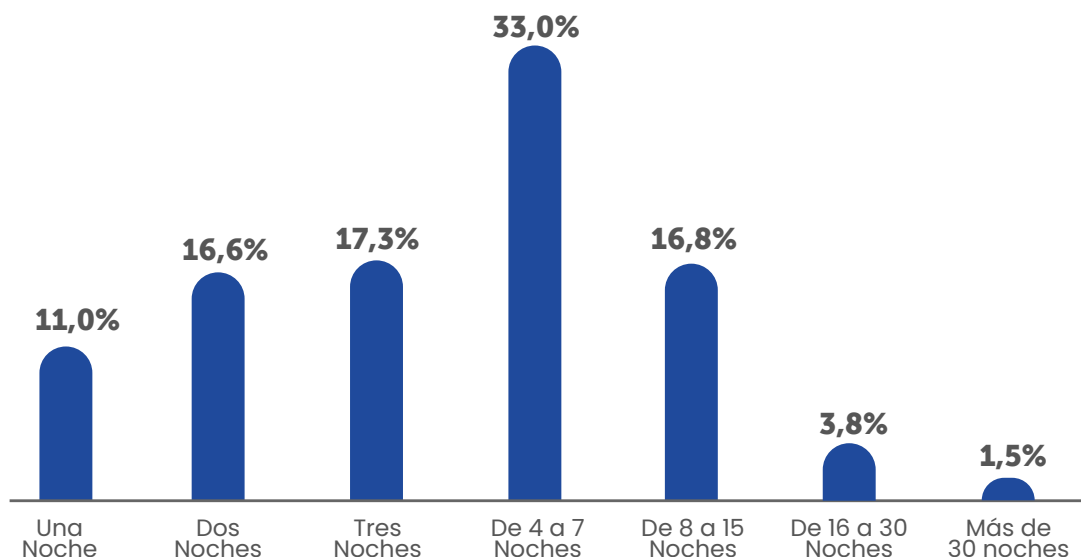


Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

La estructura de permanencia de los turistas nacionales en Bogotá durante 2025 muestra que el mayor porcentaje se concentró en estancias de 4 a 7 noches (33,0%), posicionándose como el rango predominante. A continuación, se ubicaron las permanencias de 3 noches (17,3%), 8 a 15 noches (16,8%) y 2 noches (16,6%), lo que confirma una alta incidencia de viajes de corta y mediana duración. Las visitas de una noche (11,0%) tuvieron menor participación, mientras que las estadías prolongadas; 16 a 30 noches (3,8%) y más de 30 noches (1,5%), representaron proporciones marginales dentro del total.

Frente a 2024, se evidencian variaciones importantes en los patrones de estancia. Aunque el intervalo de 4 a 7 noches ya tenía una presencia relevante, en 2025 incrementa considerablemente su participación (de 21,4% a 33,0%), desplazando a las estancias de 2 noches, que anteriormente lideraban la distribución (27,6%) y que en 2025 disminuyen de manera marcada (16,6%). También se observa una reducción en las visitas de una noche y en las permanencias superiores a 30 noches, mientras que el rango de 8 a 15 noches aumenta (de 12,2% a 16,8%). En conjunto, estos cambios reflejan una menor concentración en viajes muy cortos y una mayor inclinación hacia estancias intermedias en 2025.

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

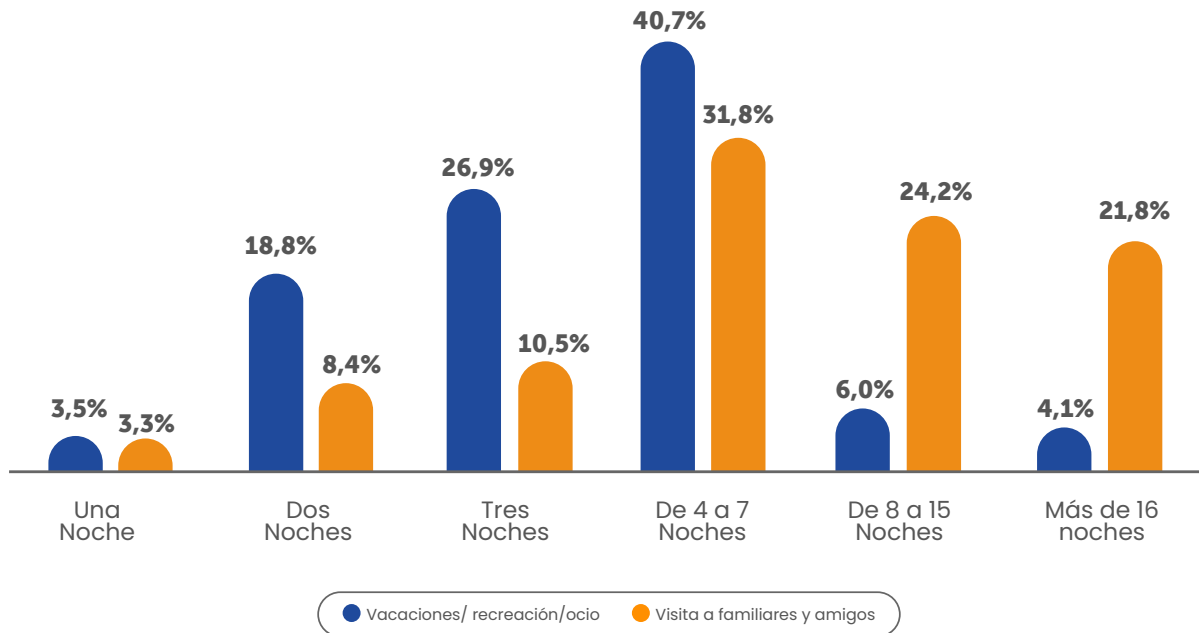


Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

El comportamiento de las noches pernoctadas en 2025, diferenciadas por las principales motivaciones de viaje de los turistas internacionales, evidencia patrones de estancia claramente distintos. En el caso de los viajes por **vacaciones, recreación y ocio**, la mayor concentración se registró entre **4 y 7 noches (40,7%)**, seguida por permanencias de **3 noches (26,9%)** y **2 noches (18,8%)**, lo que confirma una preferencia por estadías cortas e intermedias. Por su parte, quienes viajaron por **visita a familiares y amigos** también se concentraron en el rango de **4 a 7 noches (31,8%)**, aunque destacaron por una participación más alta en estancias prolongadas, especialmente entre **8 y 15 noches (24,2%)** y **más de 16 noches (21,8%)**, asociadas a lazos sociales y afectivos.

En contraste con 2024, la distribución muestra variaciones en la intensidad de estos rangos. Aunque el intervalo de **4 a 7 noches** continúa liderando en ambos motivos, su peso relativo es menor que el registrado el año anterior, cuando superaba el 48% en ocio y el 36% en visitas familiares. Asimismo, en 2025 se observa un mayor protagonismo de las estancias largas dentro del segmento de visita a familiares y amigos, mientras que los viajes por ocio mantienen una estructura centrada en duraciones intermedias. En conjunto, estos cambios reflejan una leve redistribución hacia permanencias más extensas en los viajes familiares, frente a un patrón más estable en el turismo de ocio.

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

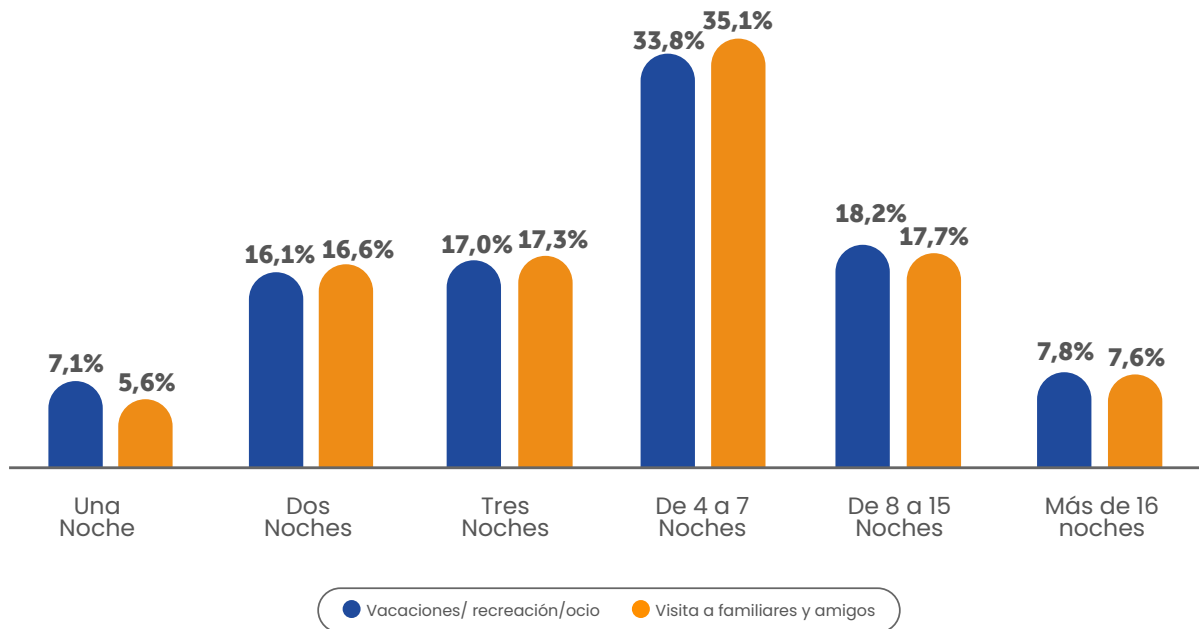


Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

En 2025, las noches pernoctadas de los turistas nacionales en Bogotá, diferenciadas por motivación de viaje, muestran patrones relativamente similares entre ocio y visita a familiares. Quienes viajaron por vacaciones, recreación y ocio se concentraron principalmente en el rango de 4 a 7 noches (33,8%), seguidos por estancias de 8 a 15 noches (18,2%) y 3 noches (17,0%). De manera muy cercana, los turistas cuyo motivo fue la visita a familiares y amigos también privilegiaron las 4 a 7 noches (35,1%), con una participación importante en 8 a 15 noches (17,7%) y 3 noches (17,3%). En ambos casos, las estadías superiores a 16 noches mantuvieron una proporción moderada (7,8% en ocio y 7,6% en visitas familiares), evidenciando una combinación entre permanencias intermedias y algunas estancias más prolongadas.

Al contrastar con 2024, se identifican ajustes en la distribución de las noches según la motivación. Aunque el rango de 4 a 7 noches ya ocupaba un lugar destacado el año anterior, en 2025 se observa una mayor concentración en este intervalo tanto para ocio como para visitas familiares. En paralelo, disminuye el peso relativo de estancias muy cortas (especialmente de una noche) y se modera la participación de los rangos más extensos en comparación con los niveles observados previamente. En conjunto, estos cambios sugieren una consolidación de las estadías intermedias como patrón dominante del turismo nacional, con menor dispersión hacia viajes extremadamente cortos o muy prolongados frente al año anterior.

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



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

En comparación con los turistas internacionales, se observa que tanto nacionales como extranjeros priorizaron las estadías de 4 a 7 noches como rango predominante según sus principales motivaciones. No obstante, entre los internacionales el viaje por ocio mostró una concentración más marcada en este intervalo y una diferencia más clara frente a las visitas familiares, mientras que en el caso de los nacionales las motivaciones de vacaciones y visita a familiares y amigos presentan distribuciones muy similares, con una participación también relevante en estancias de 8 a 15 noches. Esto indica que, a diferencia del turismo internacional (más claramente segmentado por tipo de motivo), el turismo nacional exhibe una mayor homogeneidad y equilibrio en la duración de la estadía, independientemente de la razón principal del viaje.

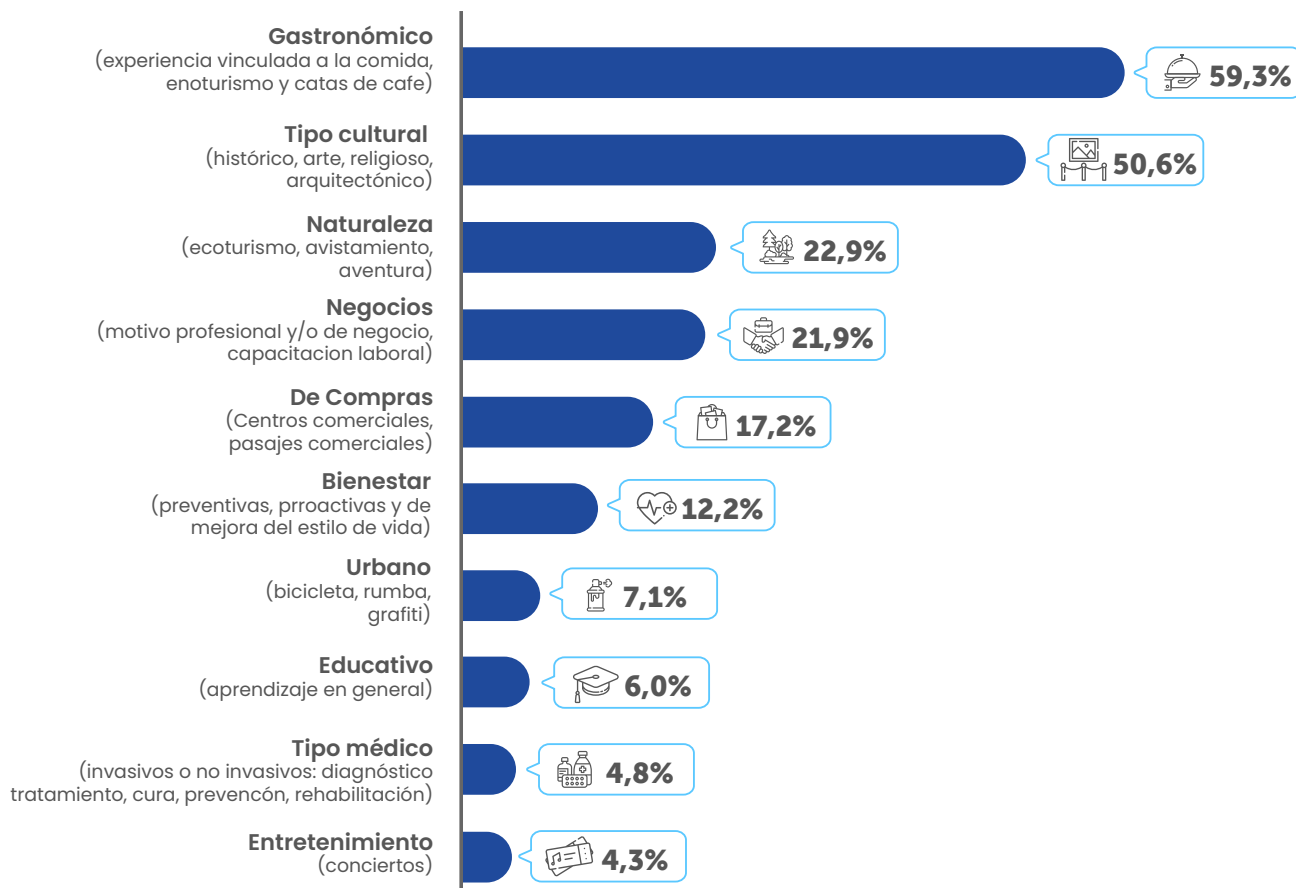
6.3 Actividades realizadas y sitios visitados por los turistas

En 2025, las actividades realizadas por los turistas internacionales en Bogotá evidencian un claro predominio de las experiencias gastronómicas (59,3%), seguidas de las actividades de tipo cultural (50,6%), vinculadas a historia, arte, religión y patrimonio arquitectónico. En un segundo nivel de participación se ubicaron las actividades de naturaleza (22,9%) y los viajes asociados a negocios (21,9%), mientras que las compras (17,2%) y el bienestar (12,2%) mantuvieron una presencia relevante. Otras actividades como las urbanas (7,1%), educativas (6,0%), médicas (4,8%) y de entretenimiento (4,3%) tuvieron una menor incidencia dentro del total, lo que refleja una oferta turística diversificada, pero con fuerte énfasis en experiencias culturales y gastronómicas.

Al contrastar estos resultados con 2024, se observan variaciones en la jerarquía y el peso relativo de las actividades. Aunque las experiencias culturales y gastronómicas continúan ocupando los primeros lugares, en 2025 disminuye su participación frente al año anterior, cuando las actividades culturales superaban el 70% y la gastronomía el 60%. También se reduce de manera significativa el peso de la naturaleza, que en 2024 tenía una participación considerablemente mayor. En contraste, las actividades vinculadas a negocios muestran un incremento respecto al periodo previo, lo que sugiere una mayor presencia de viajes con componente profesional. En conjunto, estos cambios indican una ligera recomposición del perfil de actividades, con menor concentración en experiencias culturales y naturales y mayor diversificación hacia motivos laborales y urbanos.



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

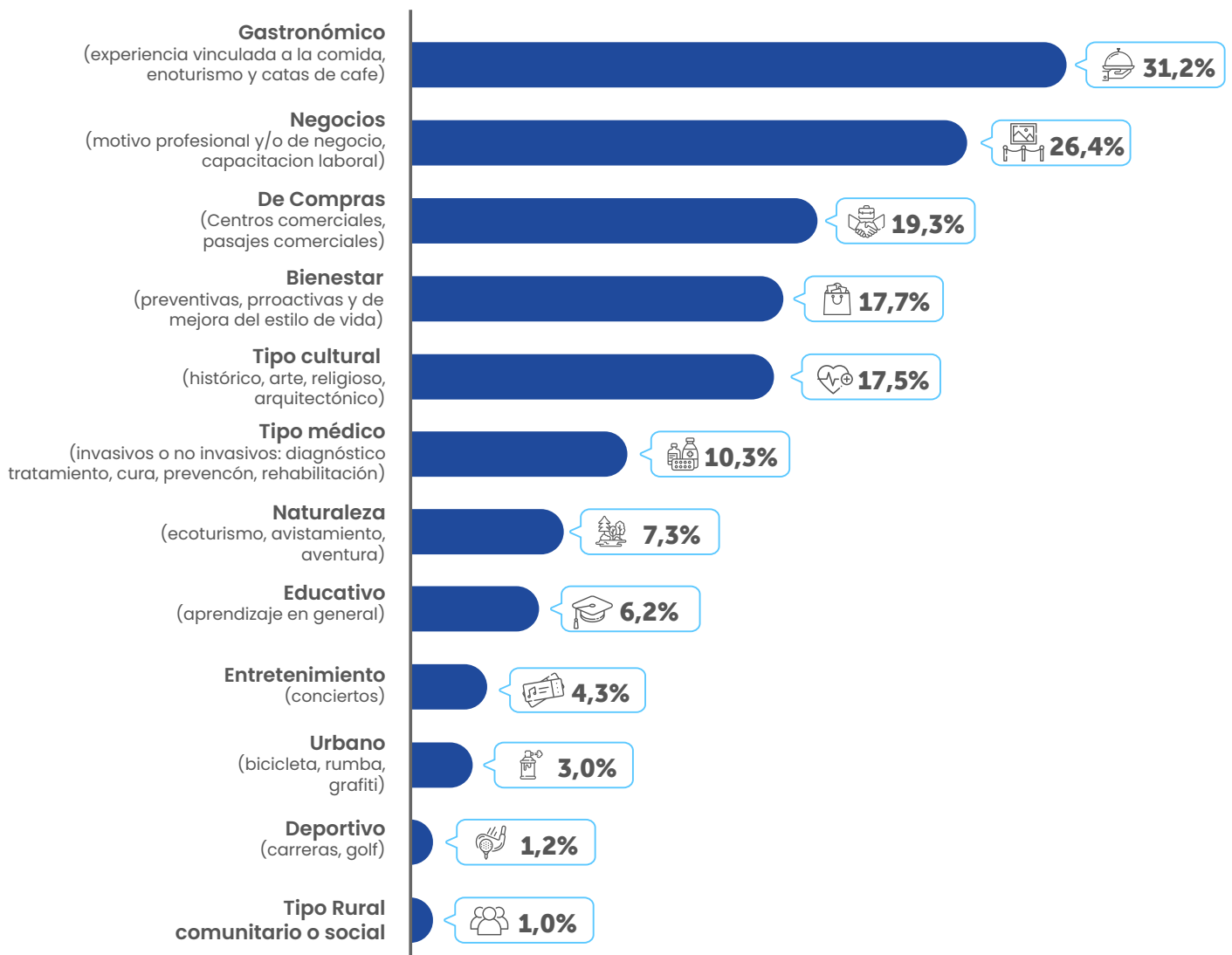


Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

Para 2025, el perfil de actividades realizadas por los turistas nacionales en Bogotá muestra como principal experiencia la gastronomía (31,2%), seguida de los desplazamientos asociados a negocios y motivos profesionales (26,4%). También destacan las compras (19,3%), el bienestar (17,7%) y las actividades de tipo cultural (17,5%), lo que evidencia una combinación entre consumo, trabajo y experiencias culturales. En un segundo nivel se ubican las actividades de tipo médico (10,3%), naturaleza (7,3%) y educativas (6,2%), mientras que el entretenimiento, lo urbano, lo deportivo y lo rural presentan participaciones más reducidas. En conjunto, la estructura de 2025 refleja un turismo nacional con fuerte componente económico y laboral, además de interés por experiencias gastronómicas.

En relación con 2024, se observa una recomposición en la jerarquía de actividades. Mientras que el año anterior predominaban claramente las actividades culturales (35,9%), gastronómicas (35,2%) y de compras (34,2%), en 2025 disminuye su peso relativo y gana mayor relevancia el componente de negocios, que prácticamente duplica su participación frente al periodo previo. Asimismo, se reduce la importancia de la naturaleza, mientras aumentan levemente las actividades vinculadas a bienestar y educación. Estos cambios sugieren que el turismo nacional en 2025 presenta un perfil más orientado a razones laborales y de consumo específico, con menor concentración en actividades culturales y recreativas frente al año anterior.

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



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 50% 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.

El análisis de los sitios visitados por los turistas internacionales en Bogotá permite identificar los espacios que concentran la mayor parte de las actividades culturales, recreativas y urbanas durante su estancia en la ciudad. En 2025, el Cerro o Santuario de Monserrate (59,1%) y el Centro Histórico de La Candelaria (57,4%) continuaron posicionándose como los lugares más frecuentados por los visitantes internacionales, consolidándose como los principales referentes patrimoniales y turísticos de la capital. No obstante, al comparar con 2024 se observa una leve disminución en su participación, ya que en ese año Monserrate registró 65,3% y La Candelaria 60,5%, lo que sugiere una ligera diversificación de los recorridos turísticos dentro de la ciudad.

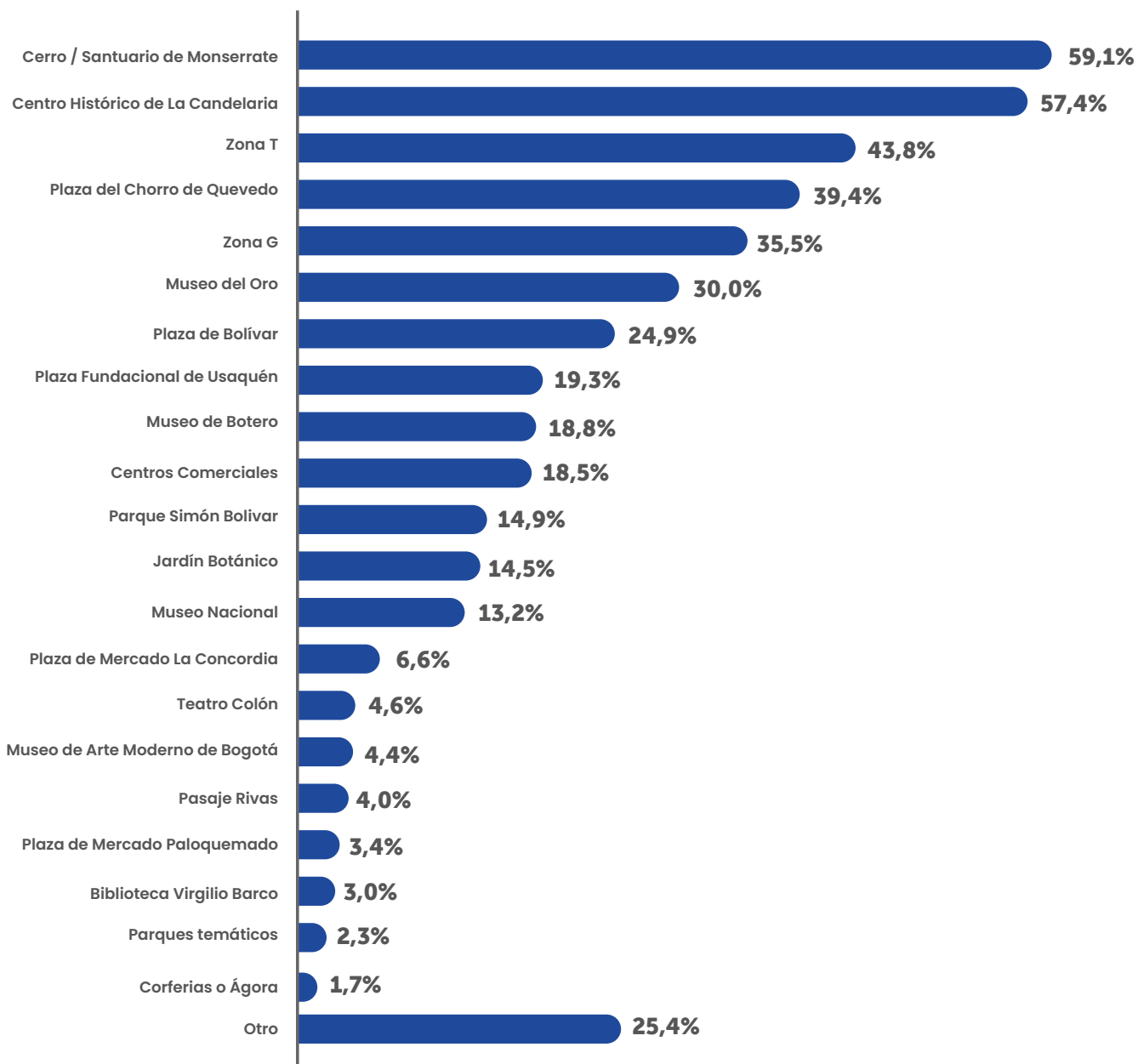
Después de estos dos puntos emblemáticos, en 2025 se destacaron la Zona T (43,8%) y la Plaza del Chorro de Quevedo (39,4%), seguidas por la Zona G (35,5%) y el Museo del Oro (30,0%). En comparación con 2024, se evidencian cambios importantes en la composición de los sitios visitados: mientras que algunos atractivos

culturales como el Museo del Oro (47,4% en 2024) o la Plaza de Bolívar (40,5% en 2024) registraron una menor participación en 2025 (30,0% y 24,9%, respectivamente), zonas asociadas al ocio urbano y la gastronomía, como la Zona T y la Zona G, aumentaron su presencia dentro de los recorridos turísticos.

Por su parte, otros lugares de interés que mantuvieron una presencia relevante en 2025 fueron la Plaza Fundacional de Usaquén (19,3%), el Museo de Botero (18,8%) y los centros comerciales (18,5%), además de espacios recreativos y ambientales como el Parque Simón Bolívar (14,9%) y el Jardín Botánico (14,5%). Asimismo, se observan visitas a equipamientos culturales y urbanos como el Museo Nacional (13,2%), la Plaza de Mercado La Concordia (6,6%), el Teatro Colón (4,6%), el Museo de Arte Moderno de Bogotá – MAMBO (4,4%) y el Pasaje Rivas (4,0%). En términos generales, frente a 2024 se evidencia una redistribución de las visitas hacia una mayor variedad de espacios dentro de la ciudad.

En conjunto, estos resultados muestran que los turistas internacionales continúan combinando recorridos por sitios patrimoniales, museos y espacios de ocio, aunque en 2025 se observa una mayor integración de zonas gastronómicas, comerciales y de entretenimiento dentro de la experiencia turística. Esto sugiere una evolución hacia un perfil de visita más diversificado que articula cultura, historia, gastronomía y vida urbana en la experiencia turística de Bogotá.

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



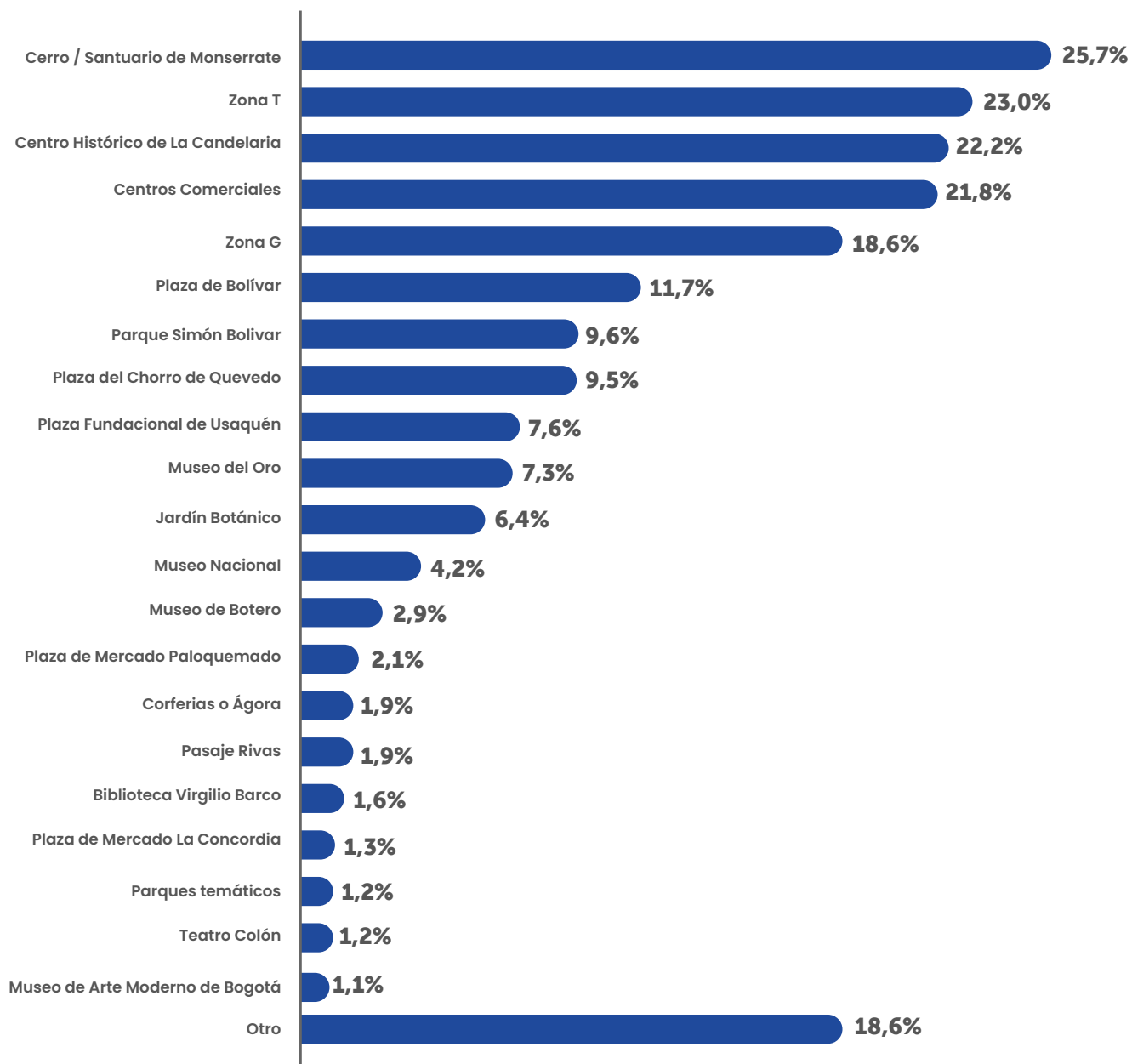
Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025



El análisis de los sitios visitados por los turistas nacionales en Bogotá permite identificar los espacios urbanos, culturales y comerciales que concentran la mayor parte de las actividades realizadas durante su estancia en la ciudad. En 2025, el Cerro o Santuario de Monserrate (25,7%) se mantuvo como el lugar más visitado, seguido por la Zona T (23,0%), el Centro Histórico de La Candelaria (22,2%) y los centros comerciales (21,8%). A estos lugares les siguieron la Zona G (18,6%) y la Plaza de Bolívar (11,7%), lo que refleja que los turistas nacionales combinan recorridos por sitios emblemáticos de carácter patrimonial con zonas asociadas al entretenimiento, la gastronomía y el consumo. También se destacan espacios recreativos y culturales como el Parque Simón Bolívar (9,6%), la Plaza del Chorro de Quevedo (9,5%) y la Plaza Fundacional de Usaquén (7,6%), además de lugares culturales como el Museo del Oro (7,3%) y el Jardín Botánico (6,4%).

Al comparar estos resultados con los registrados en 2024, se observa una reducción en la participación de algunos atractivos tradicionales, particularmente Monserrate (29,3% en 2024) y el Centro Histórico de La Candelaria (27,3%), así como de los centros comerciales (28,9%). En contraste, durante 2025 se evidencia un incremento en la participación de zonas urbanas asociadas a actividades gastronómicas y de ocio, como la Zona T y la Zona G, que adquieren mayor relevancia dentro de los recorridos de los turistas nacionales. Asimismo, algunos espacios culturales y patrimoniales como la Plaza de Bolívar (17,8% en 2024 frente a 11,7% en 2025) y el Museo del Oro (14,1% en 2024 frente a 7,3% en 2025) presentan una disminución relativa. En conjunto, estos cambios sugieren una redistribución de las visitas hacia una experiencia turística más orientada al entretenimiento, la gastronomía y el consumo urbano, aunque los principales íconos patrimoniales de la ciudad continúan ocupando un lugar central dentro de la experiencia turística nacional.

Gráfica 23. Sitios visitados por los turistas nacionales en Bogotá (2025)



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025

07

Experiencia Turística en Bogotá

La incorporación y análisis de estas variables en la medición de 2025 permite profundizar en la comprensión de la experiencia turística en Bogotá, identificando con mayor precisión las diferencias en los comportamientos y preferencias entre turistas nacionales e internacionales. A partir del fortalecimiento metodológico de la investigación, fue posible capturar de manera más detallada aspectos clave del viaje, como los tipos de alojamiento, los medios de transporte utilizados, la duración de la estadía y los patrones de consumo. Este nivel de desagregación contribuye a construir una lectura más integral de la dinámica turística en la ciudad.

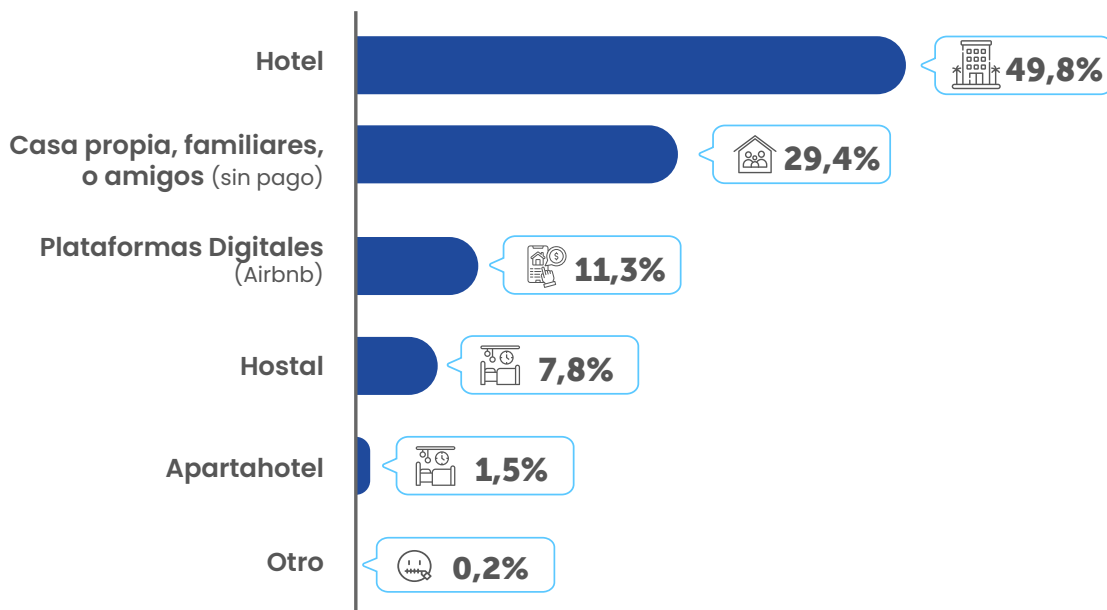
Estos resultados permiten identificar tendencias más robustas en el comportamiento de la demanda, superando la visión de corto plazo y aportando evidencia para la toma de decisiones estratégicas. Contar con información detallada y continua sobre la experiencia del visitante facilita la formulación de políticas públicas, el diseño de estrategias de promoción más segmentadas y el fortalecimiento de la oferta turística. En este sentido, los resultados contribuyen a consolidar a Bogotá como un destino competitivo, capaz de responder a las expectativas de distintos perfiles de viajeros y de avanzar hacia un modelo de desarrollo turístico más sostenible y orientado a la calidad de la experiencia.

7.1 Preferencias de alojamiento de los turistas

El análisis del lugar de alojamiento de los turistas internacionales en Bogotá durante 2025 evidencia una clara predominancia del alojamiento formal, con el hotel como principal opción (49,8%), consolidándose como el tipo de hospedaje más utilizado por este segmento de visitantes. En segundo lugar, se encuentra la casa de familiares o amigos sin pago (29,4%), lo que refleja la importancia de redes personales y vínculos sociales dentro de la dinámica del turismo internacional hacia la ciudad. Por su parte, las plataformas digitales como Airbnb alcanzan una participación de 11,3%, seguidas por los hostales (7,8%) y en menor medida los apartahoteles (1,5%), lo que muestra una diversificación en las alternativas de alojamiento, aunque con una marcada concentración en las opciones tradicionales.

Al comparar estos resultados con los registrados en 2024, se observa un incremento significativo en la participación del alojamiento hotelero (38,4% en 2024 frente a 49,8% en 2025), lo que sugiere una mayor preferencia por opciones formales y posiblemente asociadas a estándares de calidad, ubicación y servicios. En contraste, se evidencia una disminución en el uso de plataformas digitales (20,0% en 2024 frente a 11,3% en 2025) y de alojamientos en casas de familiares o amigos (32,1% frente a 29,4%), lo que podría indicar una recomposición en los patrones de hospedaje hacia esquemas más estructurados. Asimismo, los hostales presentan un leve incremento (6,3% a 7,8%), mientras que los apartahoteles reducen su participación (2,6% a 1,5%)

Gráfica 24. Lugar de alojamiento de turistas internacionales en Bogotá (2025)

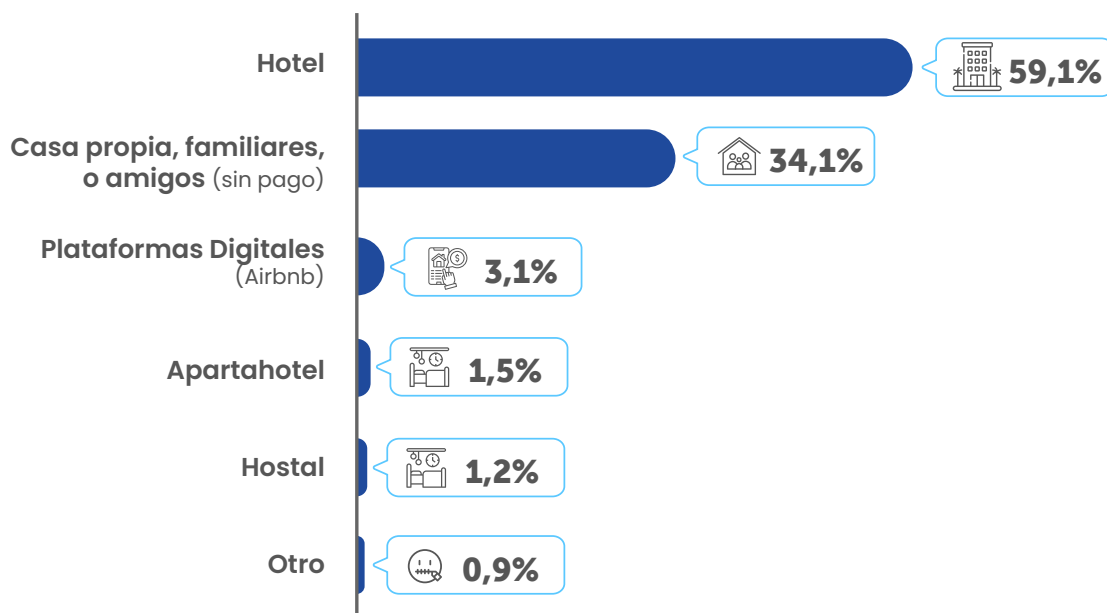


Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

Por su parte, el lugar de alojamiento de los turistas nacionales en Bogotá durante 2025 muestra una alta concentración en opciones no remuneradas, siendo la casa de familiares o amigos la principal modalidad (59,1%). Este resultado evidencia la relevancia de las redes personales y familiares en la dinámica del turismo interno hacia la ciudad. En segundo lugar, se ubica el hotel (34,1%), consolidándose como la principal alternativa dentro de la oferta formal de alojamiento. En menor proporción, se encuentran las plataformas digitales como Airbnb (3,1%), los apartahoteles (1,5%) y los hostales (1,2%), lo que refleja una baja participación de modalidades alternativas frente a las opciones tradicionales, especialmente en el segmento de turistas nacionales.

Al comparar estos resultados con los registrados en 2024, se observa una disminución en la participación del alojamiento en casas de familiares o amigos (63,5% en 2024 frente a 59,1% en 2025), acompañada de un incremento significativo en el uso de hoteles (23,4% en 2024 frente a 34,1% en 2025). Este comportamiento sugiere una mayor disposición de los turistas nacionales a utilizar servicios formales de alojamiento. Por su parte, las plataformas digitales mantienen una participación relativamente estable (3,0% en 2024 frente a 3,1% en 2025), mientras que los hostales presentan una reducción (3,0% a 1,2%) y los apartahoteles se mantienen en niveles bajos (1,6% a 1,5%).

Gráfica 25. Lugar de alojamiento de turistas nacionales en Bogotá (2025)



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

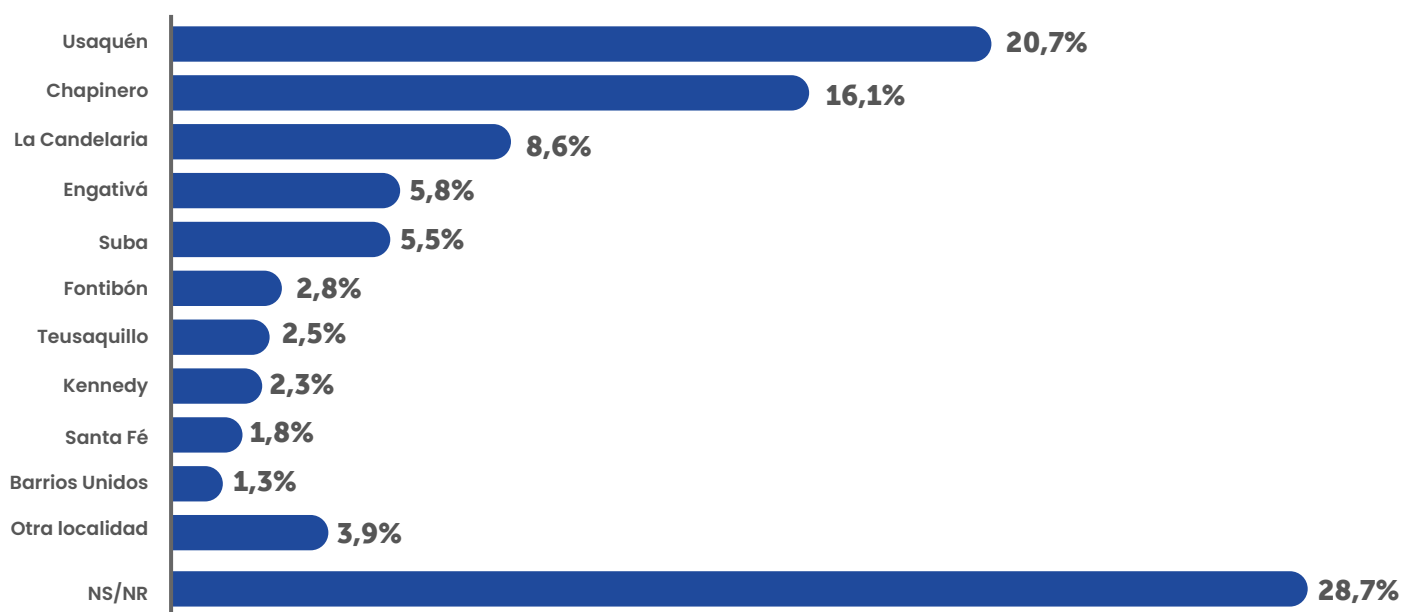
Al contrastar estos resultados con los turistas internacionales, se observa una diferencia clara en los patrones de alojamiento: mientras que los internacionales privilegiaron los hoteles (49,8%) y recurrieron en mayor medida a plataformas digitales (11,3%) y hostales (7,8%), los nacionales se inclinaron de manera predominante por la estadía en viviendas de familiares o amigos (59,1%). Esto evidencia que, aunque ambos segmentos muestran una tendencia hacia el uso de alojamiento formal, el turista internacional hace un uso más intensivo de la oferta comercial y estructurada, mientras que el turista nacional continúa dependiendo en mayor medida de redes personales, reduciendo su participación en alternativas pagas.

7.2 Localidad de alojamiento de los turistas

En relación con la localidad de alojamiento de los turistas internacionales, Bogotá se organiza en 20 localidades, una división político-administrativa que históricamente no ha sido plenamente reconocida por los visitantes. No obstante, en 2025 se observa una mejora en este aspecto: la proporción de turistas que no identifica la localidad de su alojamiento (Ns/Nr) se reduce a 28,7%, frente al 48,4% registrado en 2024, lo que sugiere un mayor nivel de conocimiento y apropiación de la estructura territorial de la ciudad. Este resultado puede estar asociado a una mayor claridad en la oferta turística, así como a procesos de información y orientación al visitante.

Entre quienes sí identifican su lugar de alojamiento, Usaquén (20,7%) y Chapinero (16,1%) se consolidan como las principales localidades, destacándose por su amplia oferta hotelera, gastronómica y comercial, así como por su posicionamiento dentro de los circuitos turísticos. En tercer lugar se ubica La Candelaria (8,6%), asociada a la oferta cultural e histórica de la ciudad, seguida de Engativá (5,8%) y Suba (5,5%), que concentran parte de la oferta de alojamiento vinculada a zonas residenciales y a la cercanía con el aeropuerto. En menor proporción, se encuentran Fontibón (2,8%), Teusaquillo (2,5%), Kennedy (2,3%), Santa Fe (1,8%) y Barrios Unidos (1,3%), además de otras localidades que en conjunto representan un 3,9%. En comparación con 2024, se observa un incremento significativo en la participación de localidades como Usaquén y Chapinero, que pasan de 9,5% cada una a 20,7% y 16,1%, respectivamente, lo que evidencia una mayor concentración del alojamiento internacional en estas zonas estratégicas de la ciudad.

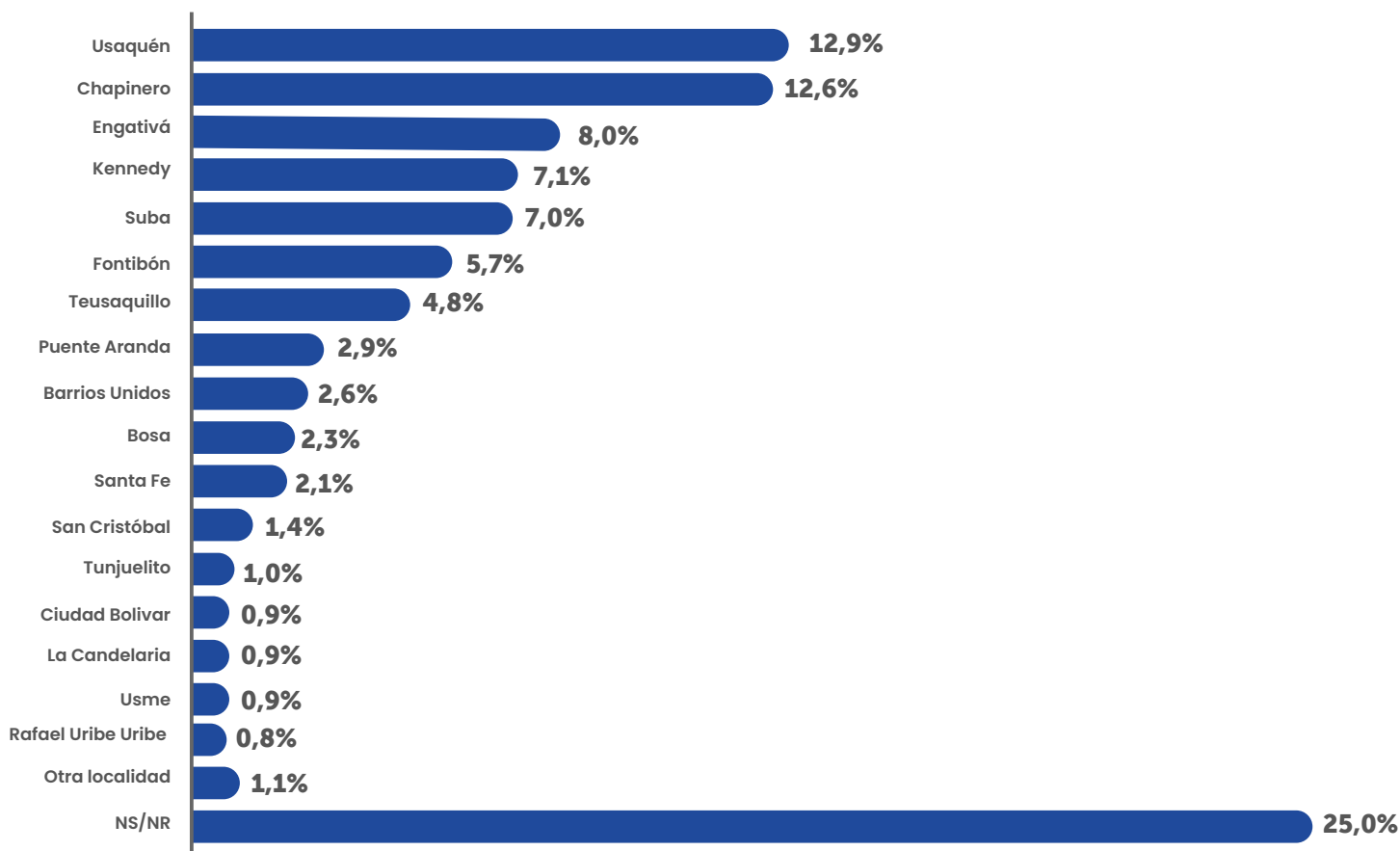
Gráfica 26. Localidad de alojamiento de turistas internacionales (2025).



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

En relación con la localidad de alojamiento de los turistas nacionales, Usaquén (12,9%) y Chapinero (12,6%) se posicionan como las principales localidades, seguidas por Engativá (8,0%), Kennedy (7,1%) y Suba (7,0%). A diferencia del turismo internacional, se observa una mayor dispersión territorial del alojamiento, con una participación relevante de localidades de carácter residencial como Fontibón (5,7%), Teusaquillo (4,8%), Puente Aranda (2,9%) y Barrios Unidos (2,6%). En menor medida, se reportan alojamientos en Bosa (2,3%), Santa Fe (2,1%), San Cristóbal (1,4%) y otras localidades que, en conjunto, presentan participaciones inferiores al 1,5%. En comparación con 2024, se evidencia un incremento en la participación de localidades como Usaquén (7,9% a 12,9%), Chapinero (5,9% a 12,6%) y Kennedy (3,9% a 7,1%), lo que sugiere una mayor concentración en zonas estratégicas, aunque manteniendo una distribución más amplia que la observada en el turismo internacional.

Gráfica 27. Localidad de alojamiento de turistas nacionales (2025).



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

Al contrastar los patrones de localización del alojamiento entre turistas nacionales e internacionales en 2025, se observa que ambos segmentos coinciden en la importancia de localidades como Usaquén y Chapinero, que se consolidan como los principales nodos de hospedaje en la ciudad. Sin embargo, mientras el turismo internacional presenta una mayor concentración en estas zonas y en áreas asociadas a la oferta turística estructurada, el turismo nacional muestra una distribución más dispersa hacia localidades residenciales, lo que refleja la influencia de las redes familiares y de apoyo en la elección del lugar de alojamiento. Asimismo, los turistas nacionales presentan un menor nivel de no respuesta frente a los internacionales (25,0% vs. 28,7%), lo que confirma un mayor conocimiento de la ciudad. En conjunto, estos resultados evidencian diferencias en la forma en que cada segmento se apropia del territorio, con un turismo internacional más concentrado y orientado a zonas turísticas, y un turismo nacional más distribuido y vinculado a dinámicas residenciales.

7.3 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 en 2025 confirma una clara concentración en estancias intermedias, particularmente en el rango de 4 a 7 noches. En los hoteles, el 38,3% de los turistas se hospedó en este intervalo, seguido por un 21,9% que permaneció entre 8 y 15 noches y un 17,6% que lo hizo durante tres noches. Las estancias cortas fueron menos frecuentes, con un 12,9% de dos noches y apenas un 4,9% de una noche, mientras que las estadías más largas (más de 16 noches) representaron el 4,4%. Este patrón evidencia que los hoteles mantienen una distribución más equilibrada, combinando estancias medias con una participación relevante de viajes prolongados.

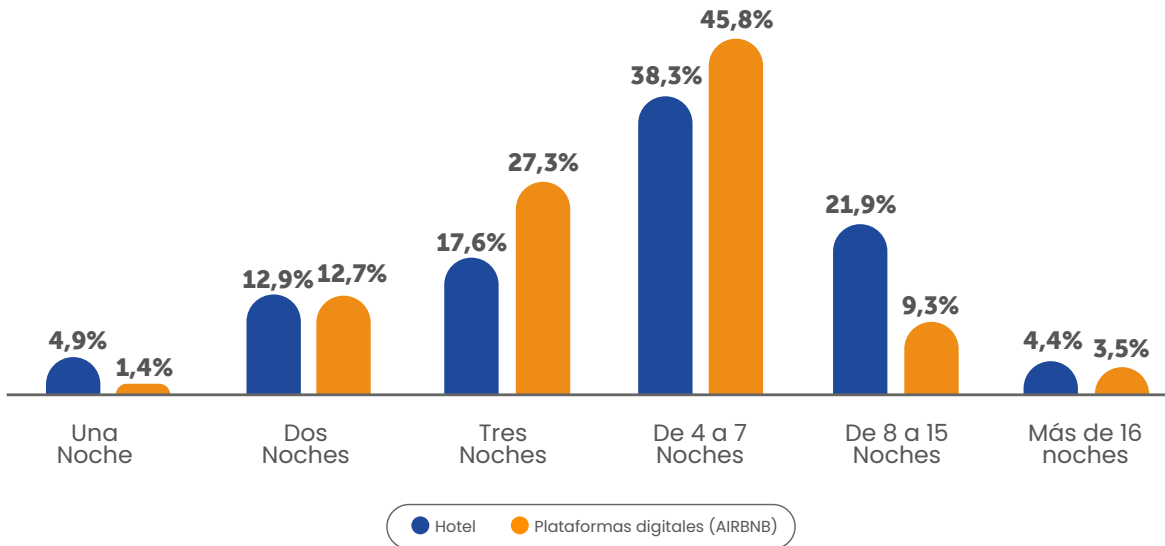
En el caso de las plataformas digitales (Airbnb), la concentración en estancias de 4 a 7 noches es aún más marcada, alcanzando el 45,8% de los turistas, lo que supera ampliamente la participación observada en hoteles. A esto se suma un 27,3% de turistas que permanecieron tres noches, consolidando una fuerte orientación hacia viajes de corta y mediana duración. En contraste, las estancias largas pierden peso relativo frente a los hoteles, con un 9,3% entre 8 y 15 noches y un 3,5% de más de 16 noches, mientras que las estadías más cortas (una noche) son marginales (1,4%). Este comportamiento sugiere que las plataformas digitales están especialmente asociadas a viajes planificados de duración intermedia, con menor presencia de estadías extensas.

Al contrastar estos resultados con los observados en 2024, se mantiene la tendencia general hacia estancias intermedias como el principal patrón de permanencia, tanto en hoteles como en plataformas digitales. No obstante, en 2025 se evidencia una mayor diversificación en los hoteles, con un incremento en la participación de estadías más largas (8 a 15 noches), mientras que las

plataformas digitales refuerzan su especialización en el rango de 4 a 7 noches. En conjunto, estos resultados confirman que, aunque ambos tipos de alojamiento compiten en el segmento de estancias medias, los hoteles logran captar una mayor proporción de turistas de larga duración, mientras que Airbnb se posiciona con mayor fuerza en viajes de duración corta a intermedia, más estructurados y planificados.



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

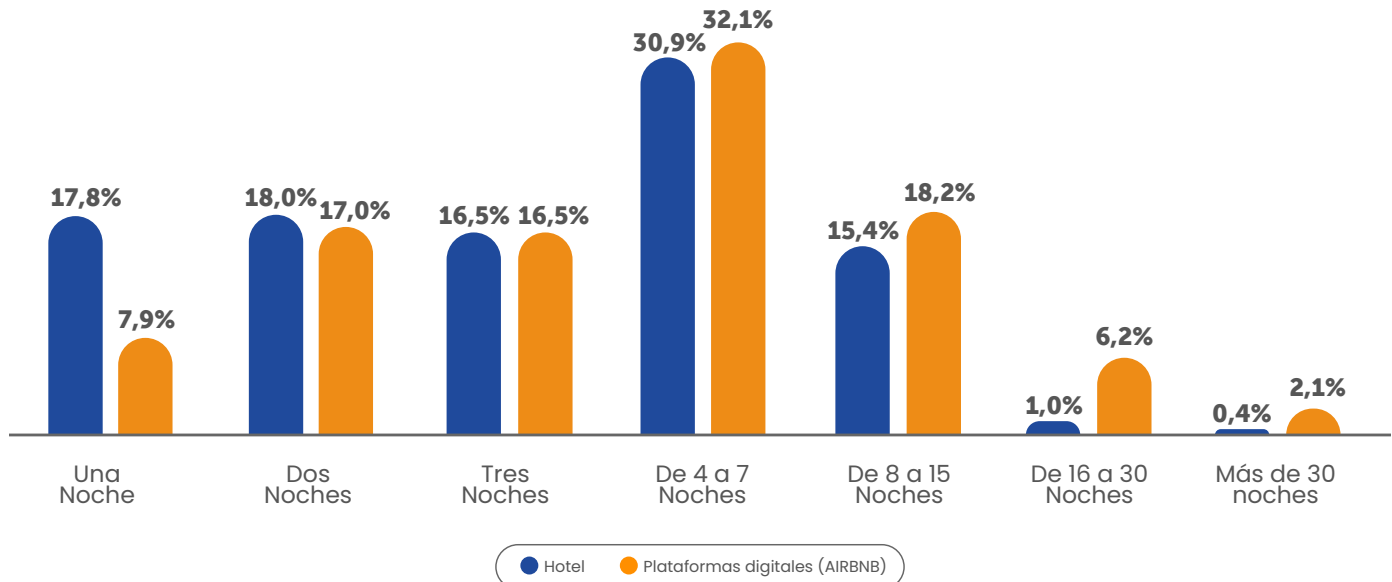


Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

La relación entre el tipo de alojamiento y la duración de la estadía de los turistas nacionales en Bogotá en 2025 muestra un patrón más diversificado que el observado en los turistas internacionales, aunque con una clara concentración en estancias intermedias. En los hoteles, el 30,9% de los turistas se hospedó entre 4 y 7 noches, seguido por un 18,0% que permaneció dos noches, un 17,8% una noche y un 16,5% tres noches, lo que evidencia una mayor participación de estancias cortas frente al turismo internacional. Las estadías más largas tienen una menor incidencia, con un 15,4% entre 8 y 15 noches y apenas un 1,0% entre 16 y 30 noches. Este comportamiento sugiere que los hoteles, en el caso del turismo nacional, se utilizan tanto para escapadas cortas como para viajes de duración media, con una menor presencia de estancias prolongadas.

En el caso de las estadías en vivienda propia, de familiares o amigos (sin pago), también se observa una concentración en el rango de 4 a 7 noches (32,1%), aunque con una mayor presencia de estancias largas en comparación con los hoteles. En particular, el 18,2% de los turistas permaneció entre 8 y 15 noches, el 6,2% entre 16 y 30 noches y el 2,1% más de 30 noches, lo que refleja que este tipo de alojamiento facilita permanencias más extensas. Al contrastar con 2024, se mantiene la importancia de las estancias intermedias como principal patrón de permanencia; sin embargo, en 2025 se evidencia una reducción en las estancias muy prolongadas en plataformas digitales (que prácticamente desaparecen en la medición actual) y una consolidación de las viviendas particulares como la principal opción para estadías largas dentro del turismo nacional.

Gráfica 29. Noches pernoctadas según tipo de alojamiento de los turistas nacionales en Bogotá (2025)



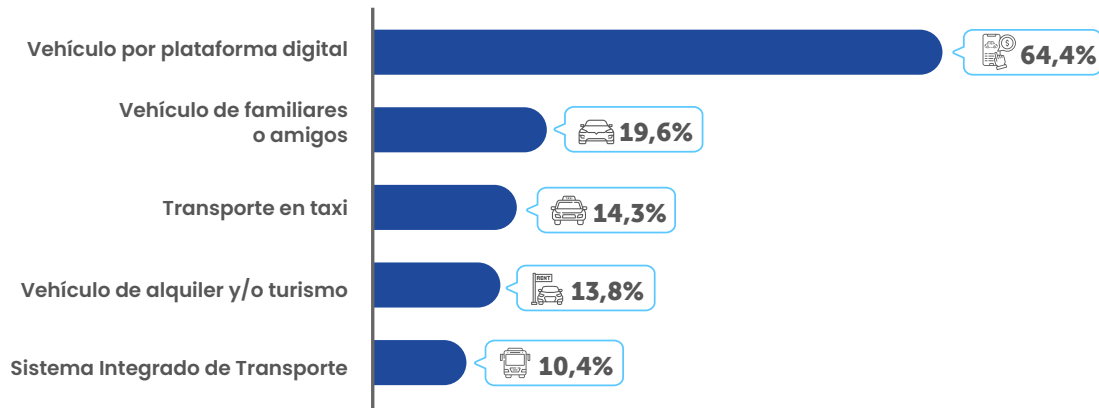
Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

7.4 Medio de transporte utilizado por los turistas

En cuanto al medio de transporte utilizado por los turistas internacionales durante su visita a Bogotá en 2025, se evidencia una alta dependencia de los servicios de movilidad mediados por plataformas digitales, que se consolidan como la principal opción con una participación del 64,4%. En un segundo nivel se ubican los vehículos de familiares o amigos (19,6%), lo que refleja la presencia de redes de apoyo incluso en el turismo internacional. Por su parte, el uso del transporte en taxi (14,3%) y de vehículos de alquiler o turismo (13,8%) muestra una participación relevante, aunque mayor, respecto del Sistema Integrado de Transporte Público (10,4%), que presenta una adopción más limitada.

Al comparar estos resultados con los registrados en 2024, se observa una disminución en el uso de vehículos por plataformas digitales (73,2% en 2024 frente a 64,4% en 2025), aunque estos se mantienen como la principal alternativa de movilidad. Por su parte, se evidencia una reducción en el uso de taxis (22,1% a 14,3%) y del Sistema Integrado de Transporte (18,9% a 10,4%), lo que podría estar asociado a cambios en las preferencias o percepciones de los turistas frente a estos servicios. En contraste, aumenta la participación de vehículos de familiares o amigos (17,4% a 19,6%) y se reduce el uso de vehículos de alquiler (18,9% a 13,8%).

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

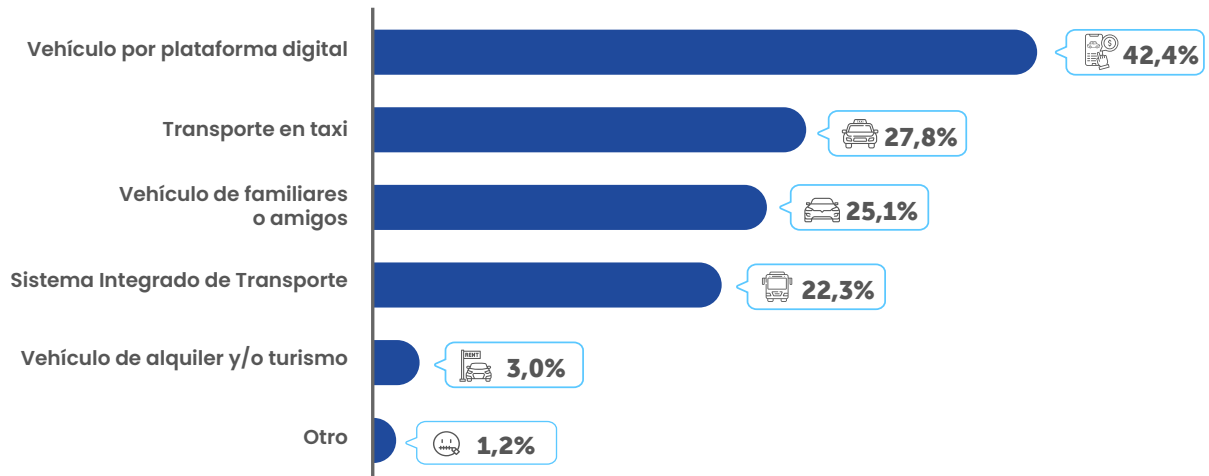


Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

El análisis para los turistas nacionales evidencia un patrón más diversificado en comparación con los turistas internacionales, aunque con predominio de opciones individuales. El uso de vehículos por plataforma digital se posiciona como la principal alternativa (42,4%), seguido por el transporte en taxi (27,8%) y el vehículo de familiares o amigos (25,1%), lo que refleja una combinación entre servicios comerciales y redes personales para la movilidad en la ciudad. Asimismo, el Sistema Integrado de Transporte Público alcanza una participación relevante (22,3%), superior a la observada en el turismo internacional, lo que sugiere una mayor familiaridad y disposición de los turistas nacionales para utilizar el transporte público.

En comparación al 2024, se observa un cambio importante en la movilidad de los turistas nacionales. Mientras que en 2024 el taxi (41,4%) y el Sistema Integrado de Transporte (34,9%) lideraban las preferencias, en 2025 se evidencia una disminución significativa en su participación (27,8% y 22,3%, respectivamente), acompañada de un incremento en el uso de vehículos por plataforma digital (34,9% a 42,4%), que pasan a ocupar el primer lugar. Por su parte, el uso de vehículos de familiares o amigos también aumenta (21,1% a 25,1%), consolidando el peso de las redes personales en la movilidad. En conjunto, estos resultados reflejan una transición hacia esquemas de transporte más flexibles, relacionados con las plataformas digitales y una menor dependencia del transporte público tradicional.

Gráfica 31. Medio de transporte utilizado por los turistas nacionales durante su visita a Bogotá (2025)



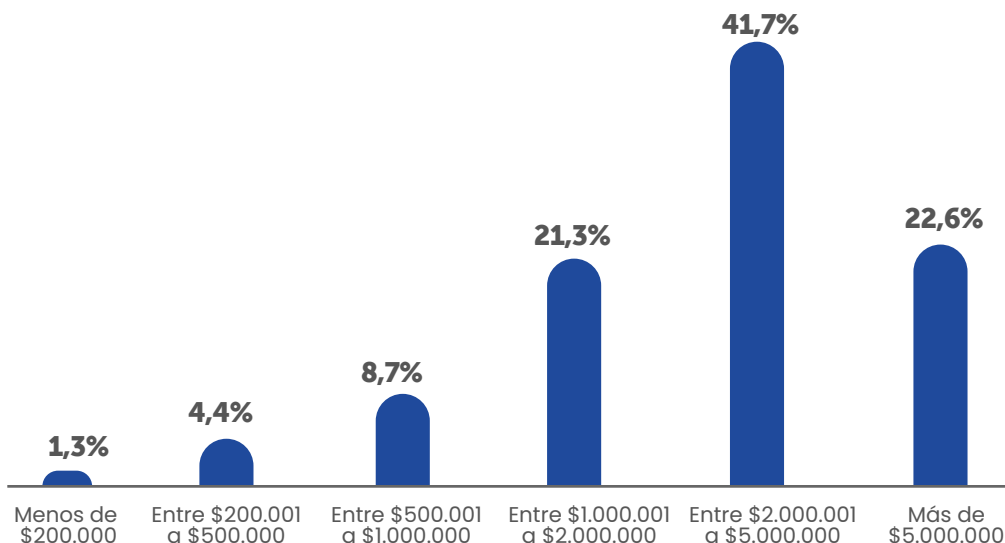
Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

7.5 Gasto de los turistas

El gasto de los turistas internacionales se concentró principalmente en los rangos medio-altos, destacándose el intervalo entre \$2.000.001 y \$5.000.000 como el más representativo, con un 41,7% de los turistas. A este le sigue el grupo de mayor gasto, con un 22,6% que reportó desembolsos superiores a \$5.000.000, lo que evidencia la presencia de un segmento de alto poder adquisitivo. Así mismo, un 21,3% se ubicó en el rango entre \$1.000.001 y \$2.000.000, mientras que los niveles de gasto más bajos tienen una participación significativamente menor. Estos resultados confirman que la mayoría de los turistas internacionales presentan un gasto medio-alto en la ciudad.

Al comparar estos resultados con los registrados en 2024, se observa una reducción en la concentración del gasto en el rango de \$2.000.001 a \$5.000.000 (50,0% en 2024 frente a 41,7% en 2025), acompañada de una disminución en el segmento de mayor gasto (29,8% a 22,6%). En contraste, aumenta la participación de los rangos intermedios, especialmente entre \$1.000.001 y \$2.000.000 (12,8% a 21,3%) y entre \$500.001 y \$1.000.000 (3,2% a 8,7%), lo que sugiere una ligera redistribución del gasto hacia niveles medios.

Gráfica 32. Gasto por rangos de turistas internacionales en Bogotá (2025)

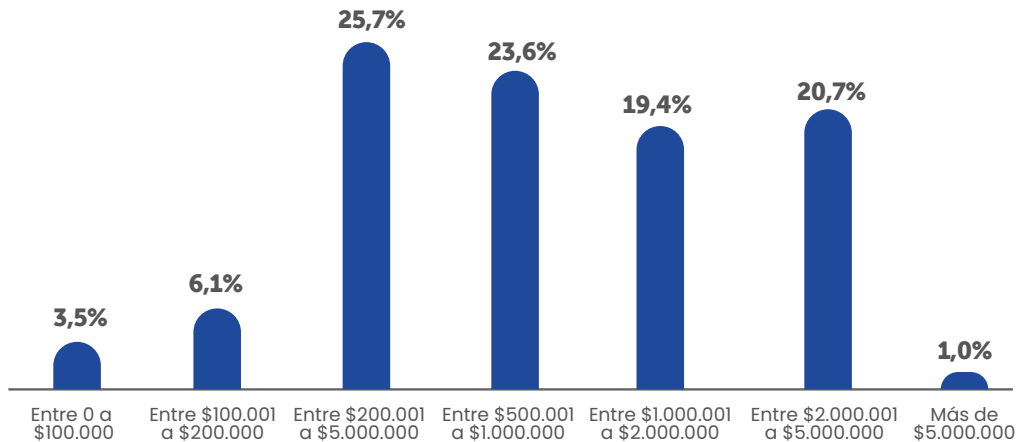


Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

En cuanto a los turistas nacionales se evidencia una distribución más equilibrada entre distintos rangos de consumo, con una ligera concentración en niveles medios. El mayor porcentaje se ubica en el rango entre \$200.001 y \$500.000 (25,7%), seguido por quienes gastaron entre \$500.001 y \$1.000.000 (23,6%). Asimismo, se observa una participación relevante en los rangos superiores, con un 20,7% entre \$2.000.001 y \$5.000.000 y un 19,4% entre \$1.000.001 y \$2.000.000, lo que evidencia la existencia de un segmento de turistas nacionales con mayor capacidad de gasto. En conjunto, estos resultados reflejan un perfil de gasto predominantemente medio, con una distribución más heterogénea en comparación con los turistas internacionales.

Comparando estas cifras contra 2024, se observa una reducción significativa en la concentración del gasto en el rango entre \$1.000.001 y \$2.000.000 (36,4% en 2024 frente a 19,4% en 2025), acompañado de un aumento en los rangos medios-bajos, especialmente entre \$200.001 y \$500.000 (20,5% a 25,7%) y entre \$500.001 y \$1.000.000 (4,5% a 23,6%). Asimismo, se evidencia un incremento en el rango entre \$2.000.001 y \$5.000.000 (18,2% a 20,7%), lo que sugiere una mayor dispersión del gasto hacia diferentes niveles.

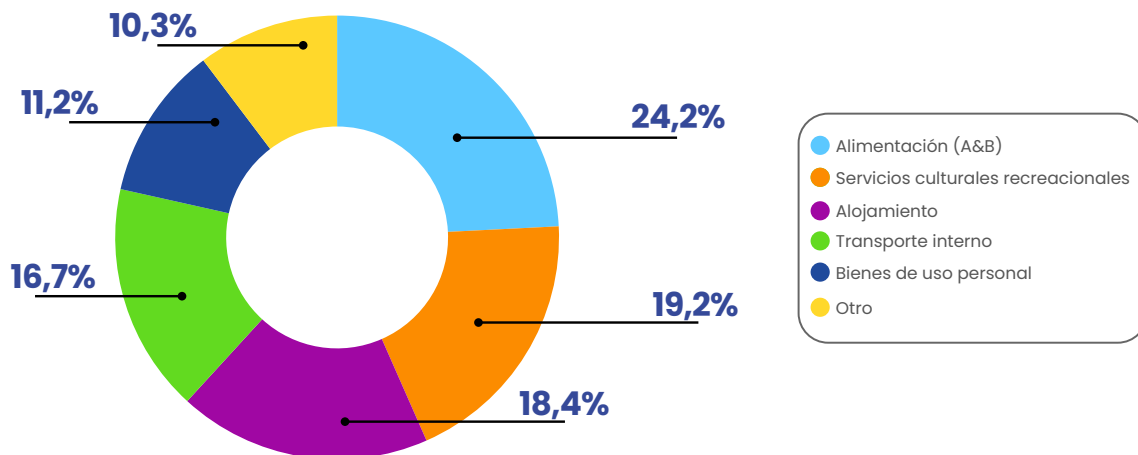
Gráfica 33. Gasto por rangos de turistas nacionales en Bogotá (2025)



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

La distribución del gasto de los turistas internacionales muestra una leve concentración en alimentación (A&B), que representa el 24,2% del gasto total. Le siguen los servicios culturales y recreacionales (19,2%) y el alojamiento (18,4%), lo que refleja la importancia tanto de la experiencia gastronómica como de la oferta cultural y de hospedaje en la estructura de gasto del visitante internacional. El transporte interno alcanza una participación de 16,7%, mientras que los bienes de uso personal representan el 11,2% y la categoría de otros gastos el 10,3%.

Gráfica 34. Distribución del gasto de los turistas internacionales en Bogotá (2025)

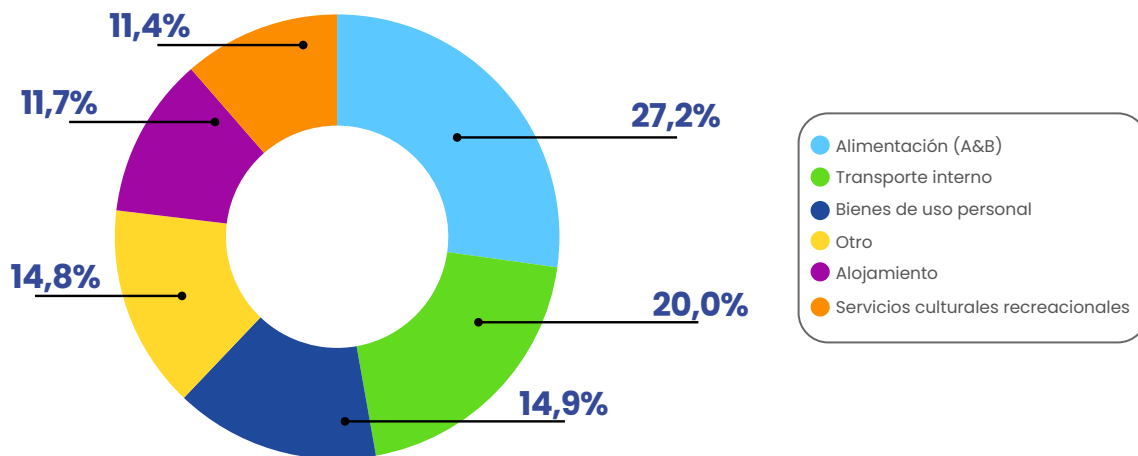


Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

En comparación al 2024, la participación en alimentación se mantiene estable (24,2% en ambos años), mientras que los servicios culturales y recreacionales (21,2% a 19,2%), los bienes de uso personal (17,2% a 11,2%), y transporte interno (17,1% a 16,7%) se reducen. En contraste, aumenta la participación del alojamiento (15,0% a 18,4%), así como de la categoría “otros” (5,3% a 10,3%). Estos cambios sugieren un ajuste en las prioridades de gasto de los turistas internacionales, con un mayor peso relativo de los costos asociados a la estadía y movilidad.

En el caso de los turistas nacionales, durante 2025 muestra una estructura relativamente equilibrada, con una mayor concentración en alimentación (A&B), que representa el 27,2% del gasto total. Le siguen el transporte interno (20,0%), los bienes de uso personal (14,9%) y la categoría de otros gastos (14,8%), lo que evidencia la importancia de los costos asociados a la movilidad, el consumo cotidiano y gastos diversos dentro de la experiencia turística nacional. Por su parte, el alojamiento (11,7%) y los servicios culturales y recreacionales (11,4%) tienen una menor proporción.

Gráfica 35. Distribución del gasto de los turistas nacionales en Bogotá (2025)

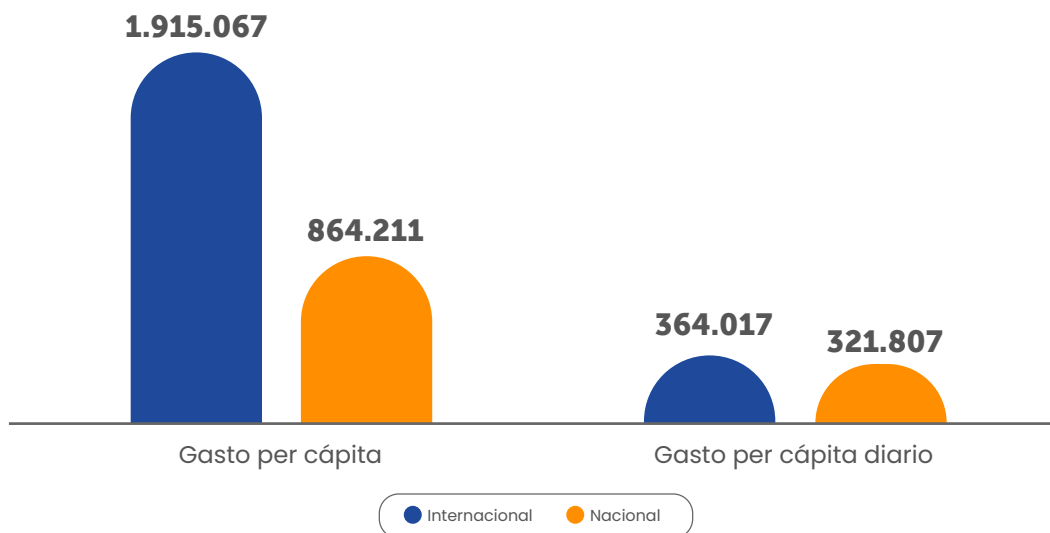


Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

Al comparar la distribución del gasto entre turistas internacionales y nacionales en 2025, se observa una distribución más equilibrada entre categorías como alimentación (24,2%), servicios culturales y recreacionales (19,2%) y alojamiento (18,4%). Mientras que los turistas nacionales concentran una mayor proporción de su gasto en alimentación (27,2%) y transporte interno (20,0%), los internacionales destinan una mayor proporción a experiencias turísticas y recreativas. En conjunto, estos resultados evidencian que el turista internacional tiene un patrón de gasto más orientado a la experiencia turística integral, mientras que el turista nacional mantiene un comportamiento más funcional, concentrado en necesidades básicas durante su estadía.

El análisis del gasto per cápita y per cápita diario en Bogotá durante 2025 presenta diferencias significativas entre visitantes internacionales y nacionales. En el caso de los turistas internacionales, el gasto per cápita alcanza los \$1.915.067, más del doble que el registrado por los turistas nacionales (\$864.211), lo que confirma su mayor capacidad de consumo durante la estadía en la ciudad. Sin embargo, al analizar el gasto per cápita diario, la brecha se reduce considerablemente: los internacionales registran \$364.017 diarios frente a \$321.807 de los nacionales.

Gráfica 36. Gasto per cápita de turistas nacionales e internacionales en Bogotá (2025)



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

Al comparar estos resultados con los registrados en 2024, se observa una disminución en el gasto per cápita de turistas internacionales (\$2.284.451 en 2024 frente a \$1.915.067 en 2025) como un incremento en el gasto per cápita nacionales (\$556.370 frente a \$864.211). En términos diarios, los turistas internacionales también reducen su gasto (\$415.355 a \$364.017), mientras que los nacionales presentan un aumento significativo (\$123.638 a \$321.807). De esta manera, las cifras muestran una moderación en el consumo de los turistas internacionales y un fortalecimiento del gasto de los turistas nacionales, especialmente en términos diarios.

De esta manera, las cifras muestran una moderación en el consumo de los turistas internacionales y un fortalecimiento del gasto de los turistas nacionales, este comportamiento se refleja en el gasto total para 2025, donde los turistas nacionales alcanzan un gasto agregado cercano a \$10,9 billones, superando ampliamente el de los turistas internacionales, que se sitúa alrededor de \$3,8 billones, para un aporte total del turismo aproximado de \$14,7 billones. Resaltando que, pese a la moderación en algunos indicadores de gasto individual, el incremento en el número de turistas permite que el sector mantenga un balance positivo en términos agregados. En este sentido, el crecimiento del volumen de visitantes continúa siendo un factor clave que sostiene la expansión económica del turismo en la ciudad.

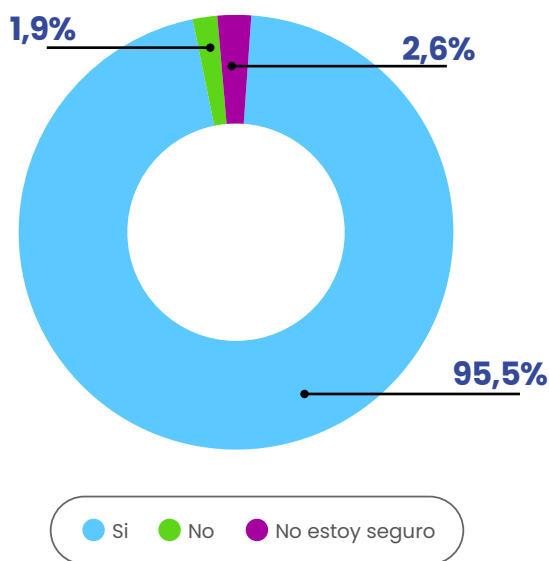


08

Percepción de los turistas

Un resultado especialmente relevante de la investigación es el alto nivel de intención de retorno de los turistas internacionales hacia Bogotá: el 95,5% afirmó que volvería a la ciudad. Este indicador refleja una experiencia ampliamente satisfactoria y una percepción positiva del destino por parte de los visitantes. En contraste, únicamente el 1,9% manifestó que no regresaría y un 2,6% expresó dudas al respecto, lo que sugiere que los niveles de insatisfacción son marginales. En conjunto, estos resultados posicionan a Bogotá como un destino bien valorado y con una fuerte capacidad de fidelización en el mercado internacional.

Gráfica 37. Intención de volver a visitar Bogotá – turistas internacionales (2025)

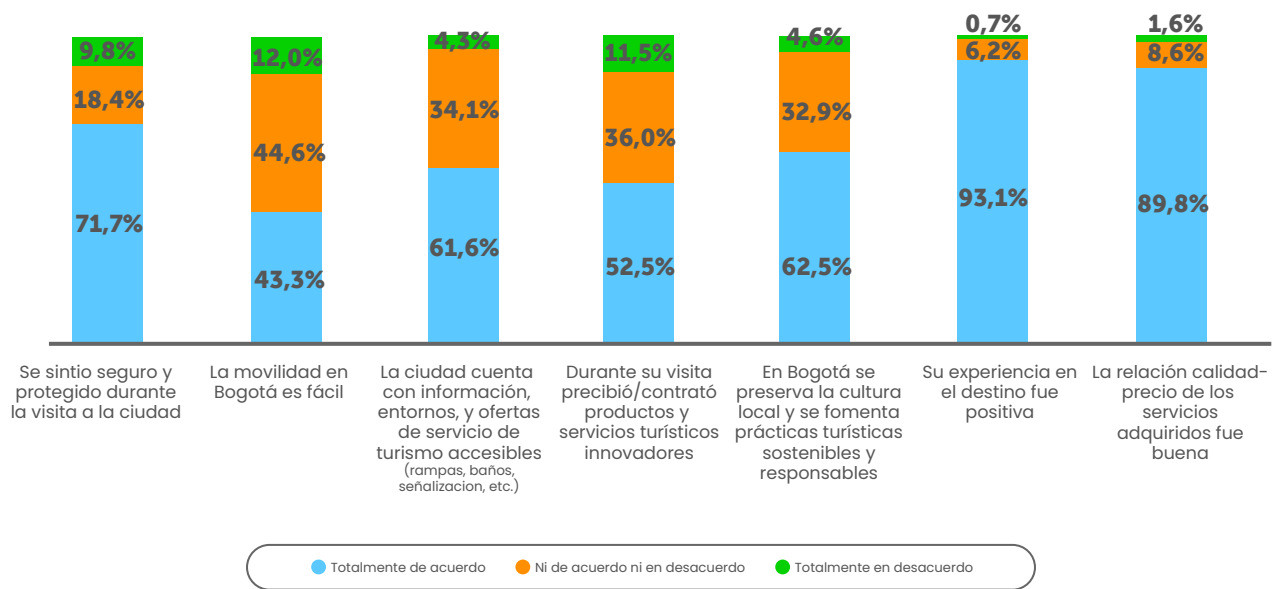


Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

La percepción de los turistas internacionales en Bogotá en 2025 evidencia una experiencia ampliamente satisfactoria, con altos niveles de aprobación en los indicadores clave. El 93,1% calificó su experiencia como positiva y el 89,8% consideró adecuada la relación calidad-precio, consolidando la competitividad del destino.

En términos de seguridad, el 71,7% se sintió protegido, lo que representa una valoración favorable, aunque con margen de mejora frente a otros atributos. Por su parte, la movilidad continúa siendo el principal reto: solo el 43,3% percibe que desplazarse por la ciudad es fácil, mientras un 44,6% se mantiene neutral y un 12,0% expresa dificultades.

Gráfica 38. Percepción de los turistas internacionales en temas de movilidad, seguridad, turismo accesible, entre otros en Bogotá (2025).



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

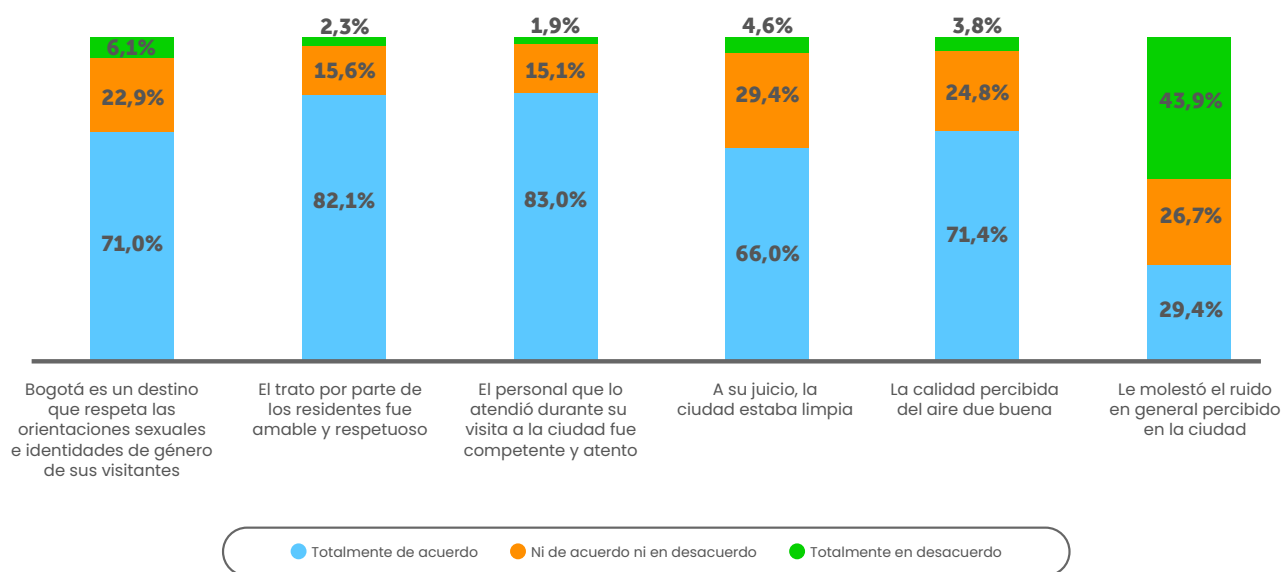
En cuanto a la oferta turística, el 61,6% reconoce condiciones de accesibilidad, y el 52,5% percibe innovación en productos y servicios, ambos con altos niveles de neutralidad, lo que sugiere una oferta aún poco diferenciada o visible. Asimismo, el 62,5% valora positivamente la preservación cultural y las prácticas sostenibles, aunque más de un tercio mantiene una percepción intermedia.

En conjunto, Bogotá se posiciona como un destino bien valorado por su experiencia global para los turistas internacionales, pero con brechas claras en movilidad, innovación y posicionamiento de su oferta turística, elementos clave para fortalecer su competitividad internacional.

Por otro lado, la percepción de los turistas internacionales en Bogotá en 2025 frente a la hospitalidad reafirma que es uno de los principales atributos del destino. El 82,1% destaca la amabilidad y respeto de los residentes y el 83,0% valora positivamente la atención del personal turístico, evidenciando un alto estándar de servicio. Asimismo, el 71,0% reconoce a Bogotá como un destino respetuoso de la diversidad, consolidando su imagen como ciudad incluyente.

En cuanto al entorno urbano, los resultados son más moderados. El 66,0% considera que la ciudad estaba limpia y el 71,4% percibe la calidad del aire como buena; sin embargo, se observan proporciones relevantes de respuestas neutrales (29,4% en limpieza) y desacuerdos, lo que indica que estos factores aún no se consolidan como fortalezas claras del destino.

Gráfica 39. Percepción de los turistas internacionales en temas de trato a las personas, limpieza ciudad, calidad del aire y ruido en Bogotá (2025).

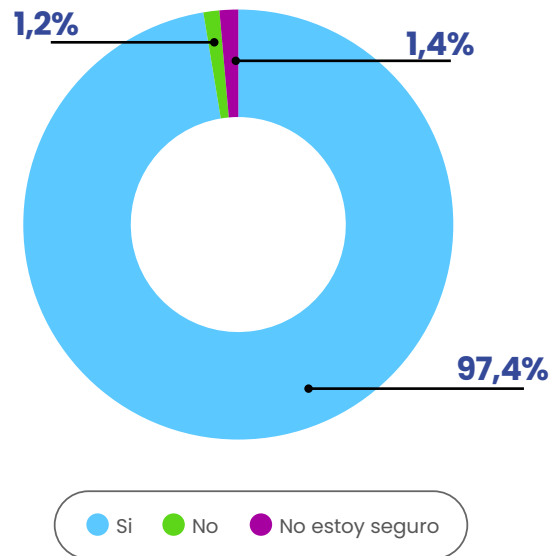


Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

El principal contraste se presenta en el ruido urbano. El 29,4% está de acuerdo en que este le molestó, mientras que el 43,9% está en desacuerdo, lo que sugiere que, en general, la contaminación auditiva no es percibida como un problema generalizado. No obstante, el 26,7% en posición neutral evidencia percepciones divididas, lo que plantea oportunidades de mejora en la experiencia urbana.

En cuanto a la intención de retorno de los turistas nacionales en Bogotá para 2025 alcanza un 97,4%, evidenciando un nivel excepcional de satisfacción y fidelización con la experiencia en la ciudad. Este resultado implica que prácticamente la totalidad de los visitantes estaría dispuesta a regresar, consolidando a Bogotá como un destino altamente competitivo en el mercado interno.

Gráfica 40. Intención de volver a visitar Bogotá – turistas nacionales en Bogotá (2025)



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

Las respuestas negativas (1,2%) y de indecisión (1,4%) son marginales, lo que indica una muy baja fricción en la experiencia turística. En conjunto, estos resultados no solo reflejan una valoración positiva, sino también un alto potencial de repetición de visita y recomendación, factores clave para la sostenibilidad del turismo en la ciudad.

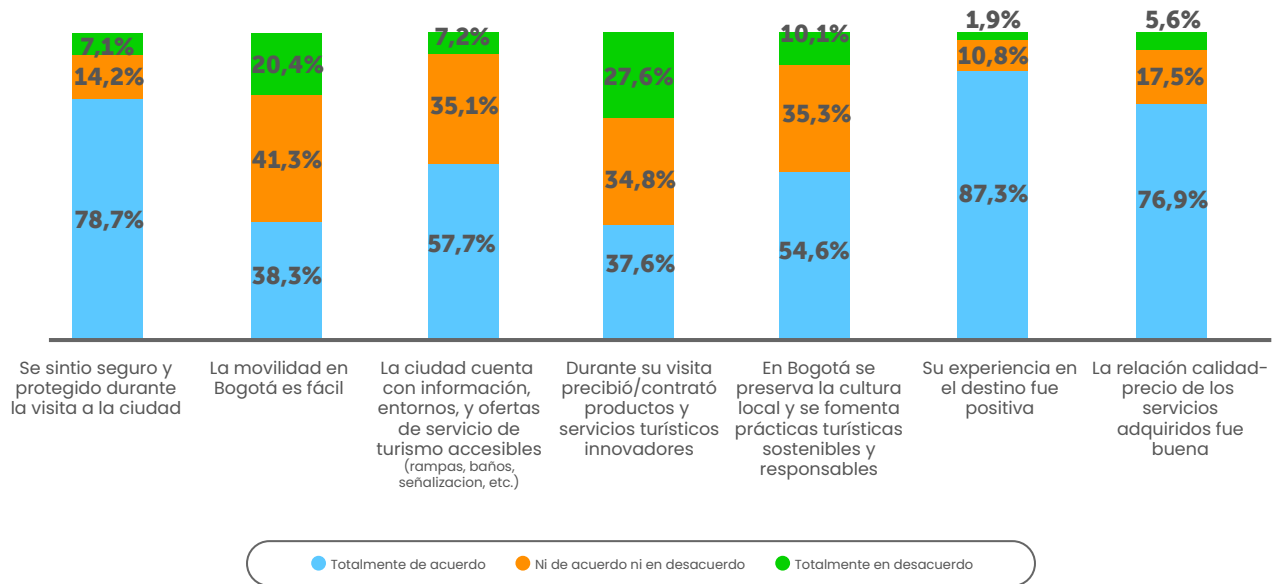
En cuanto a la percepción de los turistas nacionales sobre Bogotá muestra un balance claramente positivo, liderado por la experiencia general y la seguridad. El 87,3% calificó su visita como positiva y el 78,7% se sintió seguro durante su estadía, lo que consolida a la ciudad como un destino confiable y satisfactorio para el visitante nacional.

La relación calidad-precio también se posiciona como un atributo sólido, con un 76,9% de valoración favorable, evidenciando que los turistas perciben que el gasto realizado está alineado con

la calidad de los servicios recibidos. Estos resultados reflejan una propuesta de valor competitiva en términos de experiencia turística frente a otros destinos.

En contraste, los principales retos se concentran en la movilidad y la diferenciación de la oferta. Solo el 38,3% considera fácil desplazarse en la ciudad, mientras que más del 60% no tiene una percepción claramente positiva, lo que confirma que este sigue siendo un factor crítico en la experiencia urbana. De igual forma, la percepción sobre servicios innovadores (37,6%) y turismo accesible (57,7%) evidencia una oferta que aún no logra destacarse plenamente, con altos niveles de neutralidad.

Gráfica 41. Percepción de los turistas nacionales en temas de movilidad, seguridad, turismo accesible, entre otros en Bogotá (2025).



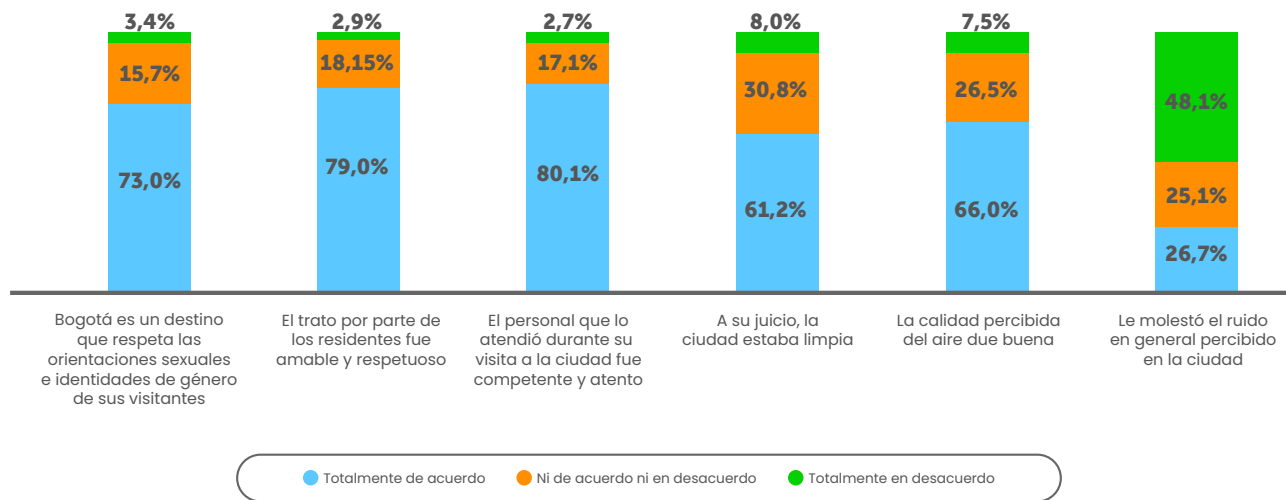
Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

Por su parte, la sostenibilidad y preservación cultural alcanzan una valoración intermedia (54,6%), mostrando avances, pero también espacio para fortalecerse. En conjunto, Bogotá destaca por su calidad humana y satisfacción general, pero enfrenta el desafío de mejorar su funcionalidad urbana y robustecer su propuesta turística para elevar su competitividad.

En cuanto a la percepción de los turistas nacionales en Bogotá en 2025 es altamente positiva en los aspectos asociados a la experiencia humana del destino, especialmente en el trato recibido. El 79,0% considera que los residentes son amables y respetuosos, y el 80,1% destaca la competencia y atención del personal turístico, lo que consolida a la ciudad como un destino con altos estándares de hospitalidad. Asimismo, el 73,0% reconoce a Bogotá como un entorno respetuoso de la diversidad, fortaleciendo su posicionamiento como destino incluyente.

En cuanto al entorno urbano, los resultados son más heterogéneos. Aunque el 66,0% percibe la calidad del aire como buena y el 61,2% considera que la ciudad estaba limpia, se evidencia una mayor dispersión en las opiniones, con participaciones relevantes en posiciones neutrales y negativas, especialmente en limpieza (30,8% neutral). Esto sugiere oportunidades de mejora en la experiencia urbana.

Gráfica 42. Percepción de los turistas nacionales en temas de trato a las personas, limpieza ciudad, calidad del aire y ruido en Bogotá (2025)



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

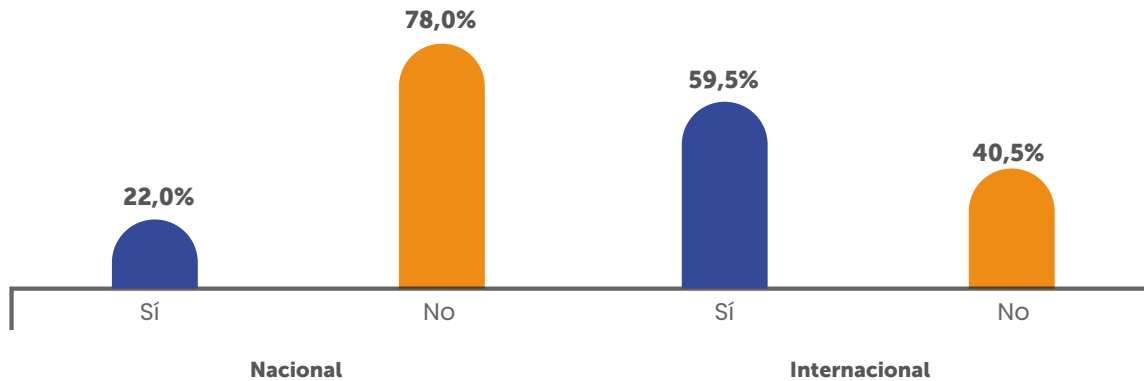
Por su parte, la percepción sobre el ruido es mayoritariamente favorable. El 48,1% de los turistas está totalmente en desacuerdo con que este les haya afectado, frente a un 26,7% que está totalmente de acuerdo. Si bien para una proporción importante la contaminación auditiva no representa una afectación significativa, persiste un grupo relevante que sí percibe molestias, lo que evidencia un margen de mejora en este aspecto.

8.1 Primera visita a Bogotá

En cuanto a la primera visita de los turistas nacionales e internacionales, se observa una diferencia significativa. Entre los turistas nacionales, el 78% indicó que no es la primera vez que visita Bogotá, lo que refleja una mayor recurrencia de viaje, asociada principalmente al motivo de visita a familiares o amigos. En contraste, el 40,5% de los turistas internacionales reportó haber visitado la capital en otra ocasión, lo que sugiere que Bogotá también se posiciona como un destino al que se desea regresar.

Este comportamiento se ve respaldado por los altos niveles de fidelidad registrados, ya que tanto los turistas nacionales como los internacionales superan el 95% en su intención de volver a visitar la ciudad.

Gráfica 43. Primera visita de los turistas nacionales e internacionales a Bogotá (2025)



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

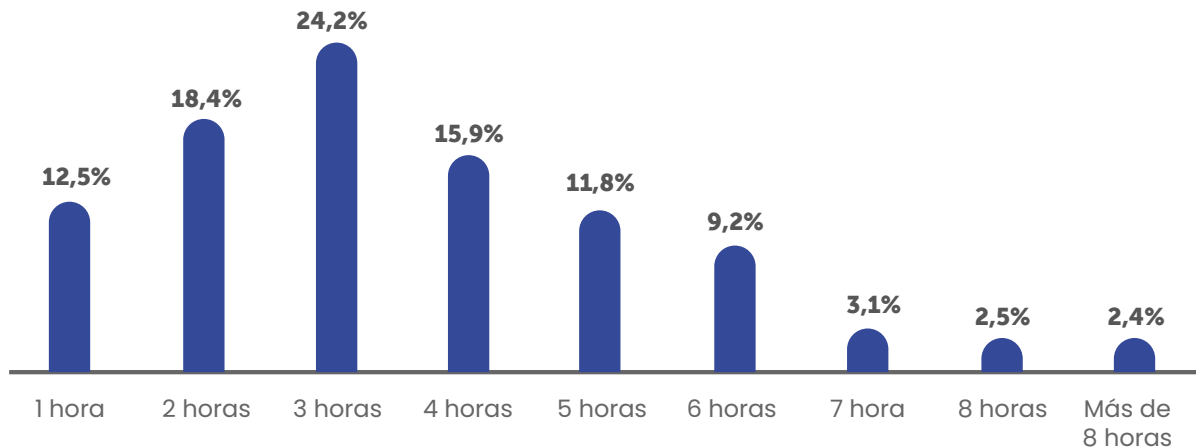
09

Conexión y Stopover

La distribución de los tiempos de conexión de los viajeros internacionales en Bogotá evidencia una clara concentración en estancias cortas y medias, destacándose especialmente las conexiones de tres horas (24,2%), seguidas por dos horas (18,4%) y cuatro horas (15,9%). En conjunto, estos resultados indican que la mayoría de los pasajeros permanece entre dos y cuatro horas en tránsito, lo que confirma el papel de Bogotá como un hub eficiente de conexión aérea en la región, donde los tiempos de escala permiten realizar enlaces sin requerir permanencias prolongadas en el aeropuerto.

Por otra parte, las conexiones de cinco y seis horas mantienen una participación relevante (11,8% y 9,2%, respectivamente), configurando un segundo segmento de viajeros con tiempos de espera moderados que podrían representar oportunidades para fortalecer servicios dentro de la terminal o experiencias breves de ciudad. En contraste, las conexiones prolongadas (más de siete horas) son minoritarias, con participaciones inferiores al 4% en cada caso, lo que sugiere que la estructura de itinerarios privilegia escalas optimizadas que reducen los tiempos de tránsito y mejoran la competitividad del aeropuerto como punto de articulación de rutas internacionales.

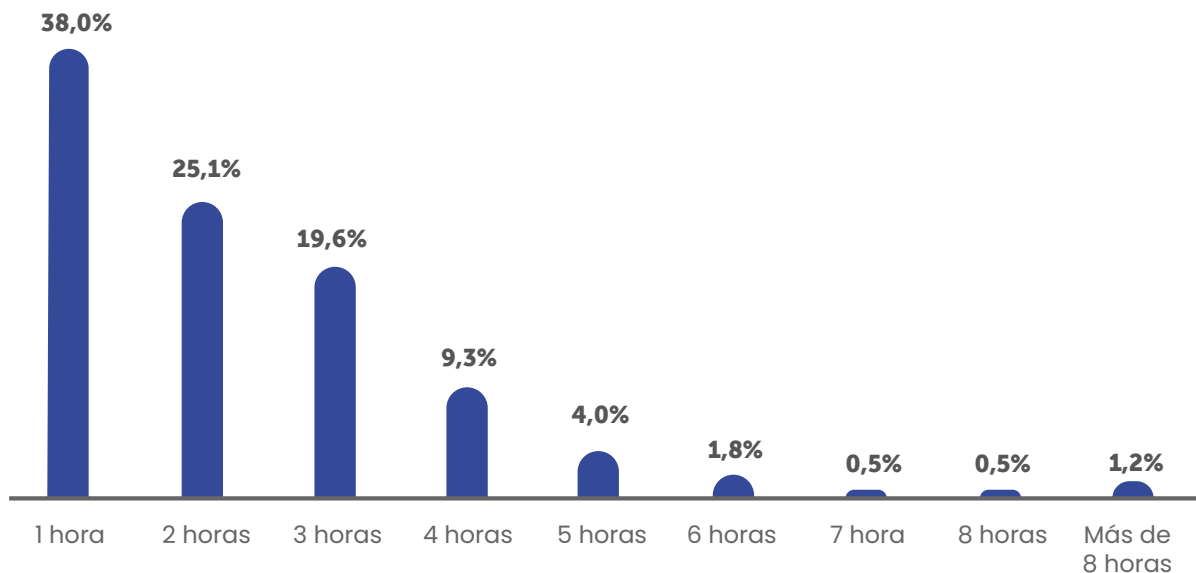
Gráfica 44. Número de horas de la conexión de los viajeros internacionales en Bogotá (2025)



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

En el caso de los viajeros nacionales, las conexiones en Bogotá continúan caracterizándose por tiempos de tránsito muy cortos. En 2025, el 38,0% de los pasajeros reportó esperas de una hora y el 25,1% de dos horas, lo que confirma que la operación doméstica en el aeropuerto El Dorado está diseñada para conexiones rápidas y eficientes entre rutas. Las escalas de tres horas también presentan una participación relevante (19,6%), mientras que las de cuatro horas disminuyen a 9,3%, evidenciando que la mayor parte del tráfico nacional se resuelve en ventanas de tiempo reducidas.

Gráfica 45. Número de horas de la conexión de los viajeros nacionales en Bogotá (2025)



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

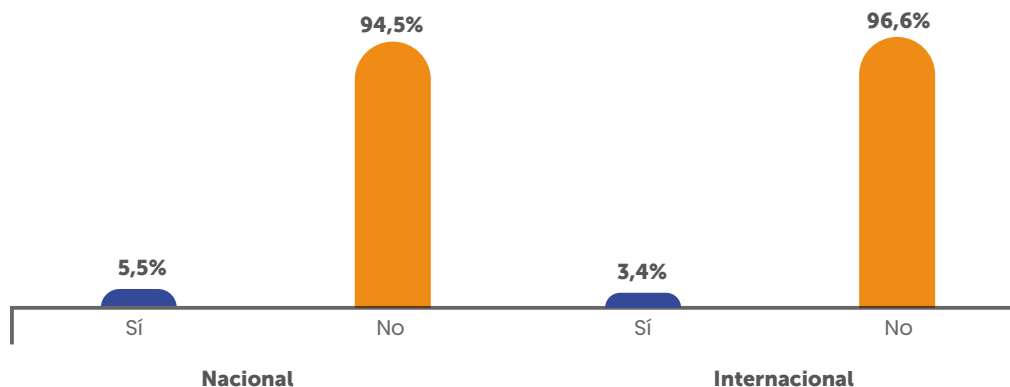
Por su parte, las conexiones iguales o superiores a cinco horas son poco frecuentes, con participaciones inferiores al 4% en cada caso. En contraste con los viajeros internacionales (que presentan con mayor frecuencia escalas intermedias entre tres y seis horas), los pasajeros nacionales concentran sus conexiones en intervalos más breves (una a tres horas). Este patrón refleja la función de Bogotá como nodo central de distribución del tráfico aéreo nacional, donde la programación de vuelos busca minimizar los tiempos de espera y facilitar la conectividad con otros destinos.

Experiencia en la conexión

En 2025, el 5,5% de los viajeros en conexión de origen nacional salió del aeropuerto o la terminal, mientras que entre los internacionales esta proporción fue de 3,4%. Esto indica que la mayoría prefiere permanecer en las terminales durante su escala, posiblemente debido a la alta incidencia de conexiones cortas, lo que reduce las oportunidades de conocer la ciudad y su diversidad de actividades.

En este contexto, resulta clave fortalecer estrategias como el Stopover¹, que permitan ampliar el tiempo de conexión y facilitar la visita a Bogotá, promoviendo su integración al entorno económico mediante el consumo de bienes y servicios.

Gráfica 46. Viajeros nacionales e internacionales que durante su conexión salieron del Aeropuerto El Dorado o la Terminal de Transportes de Bogotá (2025).



Fuente: Investigación viajeros en Bogotá 2025.

Al comparar con los resultados del primer semestre de 2025, se observa una ligera reducción en la proporción de viajeros que salen de las terminales. En ese periodo, el 6,8% de los nacionales y el 3,6% de los internacionales salían durante su conexión, frente al 5,5% y 3,4% registrados posteriormente. Esta tendencia confirma la persistencia de escalas que se aprovechan principalmente dentro de las terminales y refuerza la necesidad de incentivar su uso como oportunidad para conocer la ciudad.

¹Un 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).

10

Conclusiones

1. Los resultados de la Investigación de Viajeros de Bogotá en 2025 evidencian que el turismo sigue creciendo y superando records históricos para Bogotá. Con la llegada de 1.985.173 turistas internacionales (+6% frente a 2024) y de 12.665.802 turistas de origen nacional (+3,8%), la ciudad se consolida como un destino donde el turismo mueve la economía.
2. En comparación con 2024, el origen de los turistas hacia Bogotá en 2025 evidencia una clara reconfiguración de los mercados emisores, con el liderazgo consolidado de Estados Unidos (18,1%), el fortalecimiento de España (11,6%) y la reducción en la participación de Venezuela (11,3%), lo que modifica la estructura internacional hacia mercados estratégicos.
3. A nivel nacional, Antioquia (15,5%) aumenta significativamente su participación y se consolida como principal emisor, seguido por Valle del Cauca (9,6%), mientras que departamentos como Cundinamarca (6,9%), Tolima (5,9%) y Boyacá (5,3%) pierden peso relativo. En conjunto, estos resultados evidencian una mayor concentración en mercados tradicionales, lo que orienta la toma de decisiones hacia estrategias de diversificación en promoción turística de la ciudad.
4. La caracterización del viaje hacia Bogotá evidencia diferencias entre el turismo internacional y el nacional en motivaciones y patrones de estancia. Los turistas internacionales se orientan principalmente al ocio (45,2%) y a la visita a familiares y amigos (24,4%), con mayor presencia de motivos laborales y educativos, mientras que los nacionales se concentran en la visita a familiares (40,4%) y el trabajo remunerado (19,9%), reflejando viajes más asociados a necesidades personales y laborales.
5. Cuando se comparan los motivos de viaje de 2024 y 2025, se observa una recomposición en los motivos de viaje, con menor concentración en razones tradicionales y mayor diversificación. En el turismo internacional, el ocio disminuye (58,0% a 45,2%), mientras aumentan los viajes por trabajo (12,1%) y educación (5,1%). En el turismo nacional, la visita a familiares sigue siendo principal, pero pierde participación (41,4% a 40,4%), mientras el trabajo remunerado crece significativamente (11,3% a 19,9%) y la salud alcanza el 9,9%.
6. La duración de la estadía muestra que tanto turistas internacionales como nacionales se concentran en viajes de 4 a 7 noches (37,8% y 33,0%, respectivamente). Sin embargo, los internacionales presentan mayor proporción de estancias largas (20,1% entre 8 y 15 noches y 9,7% más de 16), mientras que los nacionales han migrado de viajes muy cortos hacia estancias intermedias, evidenciando una mayor permanencia en la ciudad.
7. Al desagregar esa duración de estancias por los motivos de viaje, se evidencia que, frente a 2024, se observa una redistribución en la duración de las estancias. Aunque el rango de 4 a 7 noches sigue siendo predominante, pierde participación, especialmente en viajes por ocio y visitas familiares. Al mismo tiempo, aumentan las estancias más largas en los viajes por visita a familiares y amigos, mientras que los viajes por ocio mantienen una duración más estable, concentrada en rangos intermedios.

8. Se evidencia una recomposición en los grupos de viaje del turismo internacional, con una disminución de los viajes individuales, en pareja y en familia, y un aumento en los desplazamientos con amigos y compañeros de trabajo o estudio, lo que refleja una mayor diversificación en las formas de viajar y en las experiencias compartidas.
9. El turismo en Bogotá se orienta hacia una experiencia más diversa: la gastronomía y la cultura continúan liderando, especialmente entre los internacionales (59,3% y 50,6%), mientras ganan relevancia los viajes por negocios y el consumo urbano. Aunque lugares como Monserrate (59,1%) y La Candelaria (57,4%) se mantienen como principales atractivos, aumenta la importancia de zonas como la Zona T y la Zona G, lo que evidencia una mayor diversificación de las actividades y recorridos turísticos.
10. El principal tipo de alojamiento de los turistas internacionales fueron los hoteles (49,8%), mientras que entre los turistas nacionales predominó la vivienda de familiares y amigos (59,1%). Como resultado clave, se evidencia un mayor reconocimiento de las localidades en donde se hospedan frente a los resultados de 2024, especialmente en los internacionales, donde la no respuesta disminuye de 48,4% a 28,7%. Asimismo, los turistas nacionales presentan un menor nivel de no respuesta frente a 2024 (25,0% vs. 28,7%), lo que refleja una mejor apropiación territorial de la ciudad.
11. El gasto turístico en Bogotá evidencia una diferenciación clara: los turistas internacionales mantienen niveles de gasto medio-alto, con un 41,7% entre \$2 y \$5 millones y un 22,6% por encima de este rango, aunque con una leve redistribución hacia niveles medios. Por su parte, los nacionales presentan un gasto más equilibrado, concentrado en rangos medios. Además, aunque el gasto total de los internacionales sigue siendo mayor (\$1,9 millones vs \$864 mil), el gasto diario es más cercano (\$364 mil vs \$321 mil), reflejando una moderación en el consumo internacional y un fortalecimiento del turismo nacional.
12. Los turistas construyen una narrativa clave para el posicionamiento de Bogotá, ya que su experiencia en la ciudad genera altos niveles de satisfacción y deseo de retorno. Del total de 1,9 millones de turistas internacionales, el 95,5% manifestó su intención de volver, y el 40,5% indicó que no era su primera visita, lo que confirma que Bogotá es un destino al que se regresa.
13. Esta tendencia también se observa en el turismo nacional. De los 12,7 millones de visitantes, el 78% señaló que ya había estado en la ciudad, mientras que el 97,4% expresó su intención de regresar. En conjunto, estos resultados evidencian altos niveles de fidelización, ya que casi la totalidad de turista estaría dispuesta a volver, lo que consolida a Bogotá como un destino competitivo tanto en el mercado interno como en el internacional.
14. Bogotá se consolida como un hub eficiente de conexión aérea, con la mayoría de escalas concentradas entre 2 y 4 horas en viajeros internacionales y entre 1 y 2 horas en nacionales, lo que refleja una operación optimizada y competitiva. Aunque actualmente una proporción menor de viajeros en conexión sale del aeropuerto (3,4% internacionales y 5,5% nacionales), este contexto

11

Ficha Metodológica

Estadísticas Viajeros 2025

Nombre de la operación estadística y sigla: **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

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.

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.

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

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.

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.

Unidades estadísticas

Unidad de observación. Viajeros que cumplen con las características tenidas en cuenta en la población objetivo.

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.

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)

Marco (censal o muestral)

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.

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.

Fuentes de datos

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.

Tamaño de muestra

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.

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.

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.

Diseño muestral

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.

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.

Precisión

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.

Mantenimiento de la muestra

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.

Cobertura geográfica

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.

Periodo de referencia

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.

Periodo y periodicidad de recolección

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.

Método de recolección o acopio

La información se recoge mediante un formulario en Dispositivos Móviles de Captura (DMC), diligenciado directamente por encuestadores capacitados que formulan las preguntas al entrevistado.

Desagregación de resultados

Los resultados se publican con distintos niveles de desagregación y con una distinta periodicidad.

En general, se manejan en las publicaciones desagregaciones por:

Receptivo: Turistas internacionales, Turistas nacionales y Género.

Emisivo: Residentes a destinos internacionales y Residentes a destinos nacionales.

Conexión: Stopover.

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.

Periodo y frecuencia disponible de los resultados

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.

Medios de difusión y acceso

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.

INVESTIGACIÓN

VIAJEROS EN BOGOTÁ 2025



X @ d f y /visitbogota
observatorio.idt.gov.co

