

# Resultados Estudio Investigación de Mercados sobre el turismo en Colombia

---

*Datos y tendencias de los turistas nacionales  
2024*

# 1. Turistas



## Edad

Entre 25 y 34 años el 37%  
Entre 35 y 44 años el 26%



## Género

Masculino 50%  
Femenino 50%



## Ingresos

Menos de un SMMLV: 27%  
+ de 1 SMMLV hasta 2: 47%  
+ de 2 SMMLV hasta 4: 20%  
+ de 4 SMMLV hasta 6: 4%  
+ de 6 SMMLV: 2%



## Actividad económica

Empleado 49%  
Independiente 26%  
Estudiante 11%  
Oficios del hogar 5%  
Pensionado 4%  
Desempleado 4%



## Estado civil

Soltero: 44% Unión Libre: 26%  
Casado: 26%



Leticia - Amazonas



## Personas que viajan

2 personas o pareja: 39%  
Viaja solo: 27%  
3 personas: 14%



## Días de viaje

3 a 7 días: 49%  
Menos de 3 días: 29%



## Transporte

Bus: 36% Avión: 22%  
Carro: 27% Moto: 13%



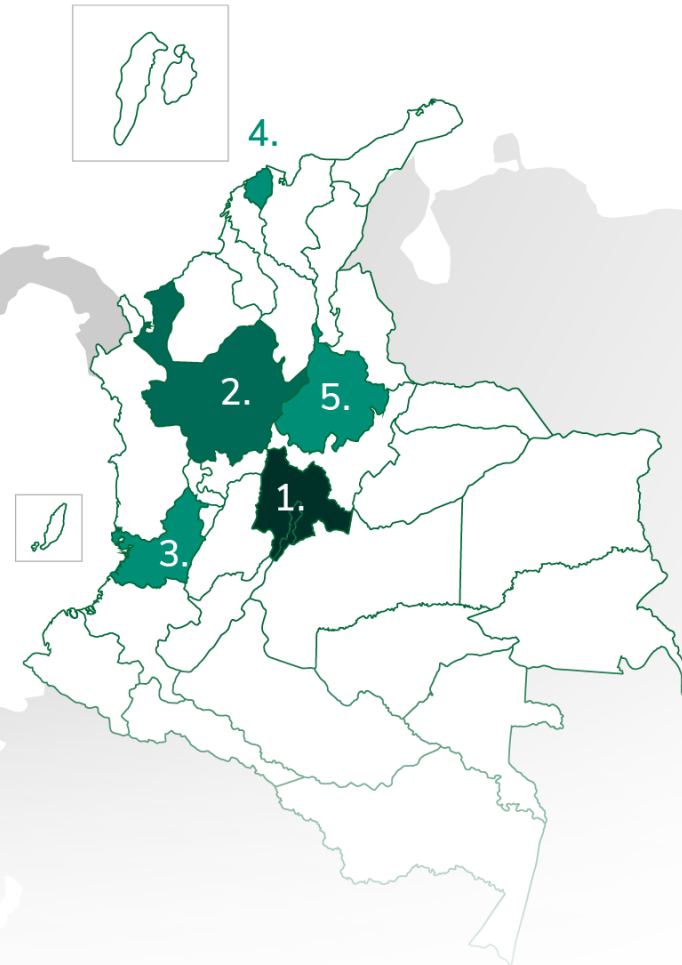
## Alojamiento

Hotel 45%  
Casa familiares o amigos 39%  
Hostal 5%  
Alquiler de apartamento o casa 3%  
Camping 2%  
Casa Rural 2%  
Airbnb y otras viviendas compartidas 2%  
Glamping 1%  
Otro 1%

## 2. Regiones emisoras de turistas

### ¿De dónde vienen los turistas nacionales?

1. Cundinamarca:	<b>24%*</b>
*Bogotá representa el <b>21%</b>	
2. Antioquia:	<b>11%</b>
3. Valle:	<b>5%</b>
4. Atlántico:	<b>5%</b>
5. Santander:	<b>4%</b>



## 2. Destinos preferidos

# Top 10

Estos destinos concentran el 27% de las respuestas.

1. Cartagena
2. Eje cafetero
3. Santa Marta
4. Bogotá
5. Barranquilla
6. Cali
7. Medellín
8. San Andrés y Providencia
9. Bucaramanga
10. Valledupar

El 73% restante viaja principalmente a otros municipios de su región.

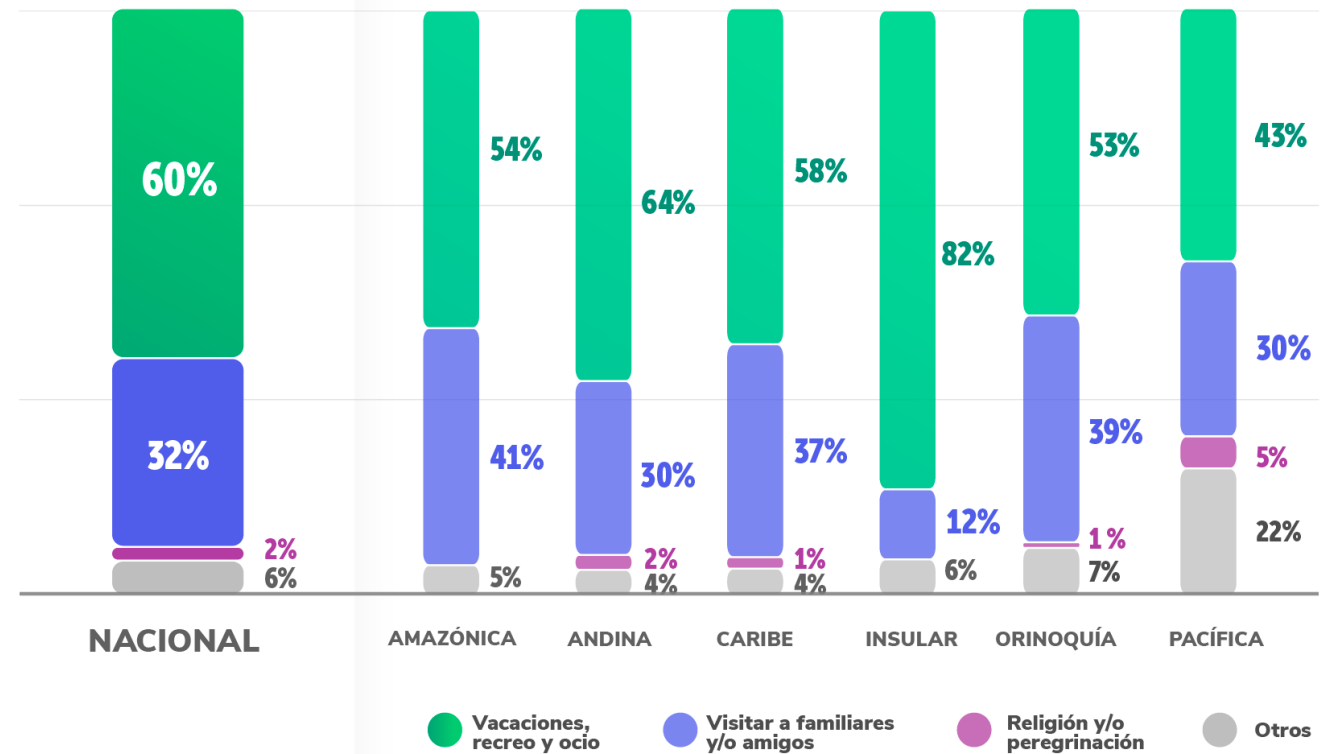


# 3. Motivos de Viaje

El principal motivo de viaje de los turistas nacionales es vacaciones, recreación y ocio

Su segunda opción es visitar a familiares y amigos.

Otros motivos de viaje cobran importancia como la salud, bienestar, negocios o motivos profesionales y religiosos.



# 4. Tipología

## Nuevas tendencias

El viajero busca vivir experiencias enriquecedoras combinando diferentes tipologías e interactuando mucho más con el destino.



# 5. Hallazgos a la hora de elegir un destino

## Criterios de decisión para definir un destino

Costo del viaje:	<b>27%</b>
Atractivos y actividades:	<b>20%</b>
Seguridad:	<b>19%</b>
Accesibilidad de transporte al destino:	<b>14%</b>
Recomendaciones de amigos y familiares:	<b>11%</b>
Comentarios redes sociales:	<b>9%</b>

FUENTE: ENCUESTA HOGARES 2024

## ¿En qué temporada prefiere viajar?

En cualquier momento:	<b>33%</b>
Temporada alta: Fin de año y semana santa	<b>29%</b>
Temporada baja:	<b>24%</b>
Mitad de año y receso:	<b>14%</b>

FUENTE: ENCUESTA TURISTAS 2024

## ¿Cómo planifica el viaje?

Planifico mis viajes por mi cuenta, investigando en línea y haciendo reservas directamente:	<b>54%</b>
Utilizo aplicaciones y plataformas en línea para encontrar ofertas y hacer reservas:	<b>17%</b>
Utilizo una agencia de viajes para que organice todo por mi:	<b>11%</b>
Dependo de las recomendaciones de amigos y familiares para organizar mis viajes:	<b>11%</b>

FUENTE: ENCUESTA HOGARES 2024

## ¿Cómo evalúa la calidad de los servicios recibidos?

Buena:	<b>65%</b>
Excelente	<b>29%</b>
Regular:	<b>5%</b>
Mala:	<b>1%</b>

FUENTE: ENCUESTA TURISTAS 2024

## ¿Cuántas veces planea viajar?

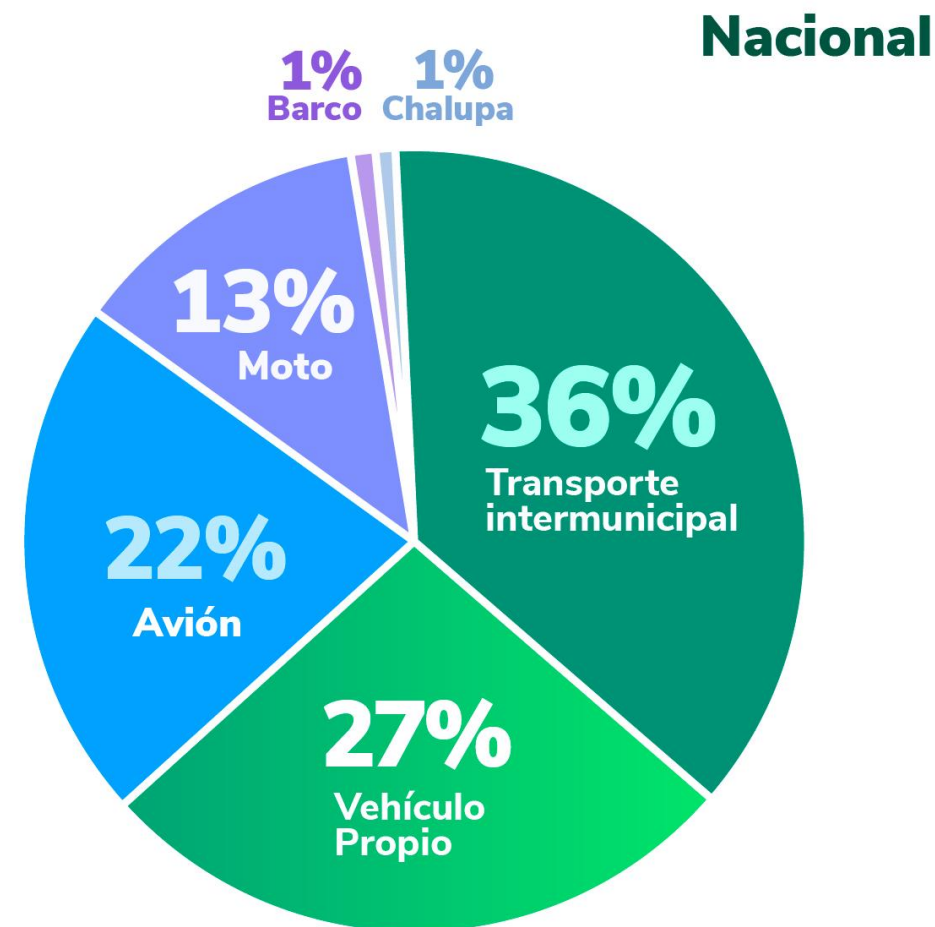
Una vez:	<b>47%</b>
Dos veces:	<b>36%</b>
Tres veces:	<b>11%</b>

FUENTE: ENCUESTA HOGARES 2024

# 6. Medios de transporte a nivel nacional



**3/4** Turistas viajan por carretera  
partes de los





# 7. Prestadores de Servicios Turísticos (PST)

Un sector concentrado en microempresas

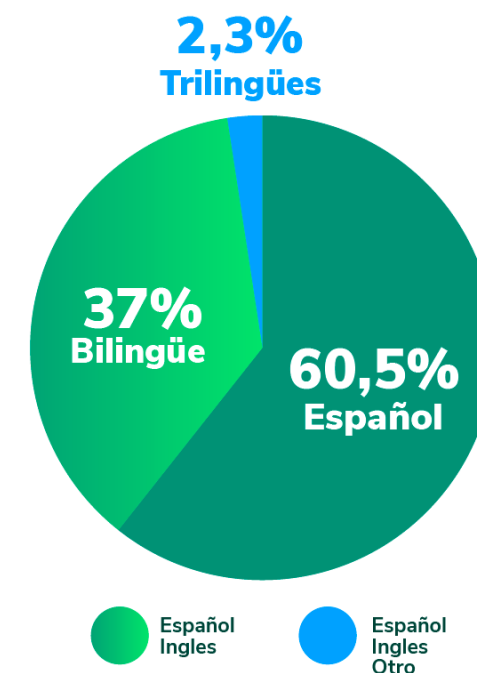


## Tipo de PST

- 28% Alojamiento
- 25% Agencias de Viaje
- 24% Gastronomía
- 19% Transporte
- 3% Guía Turístico

## Nº. de Empleados

De 1 a 10  
trabajadores: **63%**



# 8. Sostenibilidad

**51%** Implementa alguna  
medida de sostenibilidad  
o de turismo responsable

Gestión responsable  
de residuos y reciclaje: **34%**

Fomento de la conservación y  
biodiversidad local: **19%**

Promoción de la cultura local y  
apoyo a la comunidad: **18%**

Uso de energía renovable o  
eficiencia energética: **13%**



# 9. Conclusiones

## Nuevo enfoque de la campaña



Promoción dirigida a viajeros solos y en pareja, así como a mujeres y jóvenes de entre **25 y 34 años**.



Promoción en carreteras (vallas, activaciones en peajes y terminales de transporte), **enfocado al transporte intermunicipal y motos**.



Publicidad enfocada en los **nuevos nichos de turismo como deportivo** (biciturismo y running) **y moteros**.

## VIAJA POR COLOMBIA EL PAÍS DE LA BELLEZA



Fortalecimiento de la promoción de **eventos y destinos gastronómicos**.



**Campaña activa a lo largo del año** y no solo en temporadas en altas.



Fortalecimiento de la Promoción en **medios digitales**.

# 10. Ficha Técnica

## Hogares

#ENCUESTAS: 3.776

### 1. Universo:

**Demanda - Hogares:** El universo corresponde a todos los hogares en los municipios de los diferentes departamentos de Colombia focalizados con vocación turística, ciudades intermedias y ciudades capitales (Marco Geoestadístico Nacional - DANE).

### 2. Sistema de muestreo:

**Demanda - Hogares urbanos:** Se utilizó el método de muestreo por conglomerados bietápico estratificado con afijación proporcional al tamaño. Los estratos serán los 32 departamentos de Colombia.

### 3. Margen de error:

**El margen de error es del 3% a nivel nacional con un nivel de confianza de 95%.**

**A nivel regional el error es de 5% con nivel de confianza del 90%.**

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas que pernoctan al menos 1 día en el lugar que visitan o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico.

ONU Turismo

## Turistas

# ENCUESTAS: 2.187

### 1. Universo:

**Demanda - Turistas:** El universo corresponde a todos los turistas nacionales y extranjeros que visitan los municipios pertenecientes a las regiones de interés, es decir, las personas que se desplazan de su entorno habitual a los municipios con vocación turística. Un visitante se clasifica como turista o si su viaje incluye una pernoctación.

### 2. Sistema de muestreo:

**Demanda - Turistas:** Diseño no probabilístico. En primera instancia se seleccionan los municipios con vocación turística de acuerdo con los siguientes criterios: 1) Índice de competitividad turística regional de Colombia, 2) Red de los 18 Pueblos Patrimonio de Colombia y 3) Corredores turísticos regionales de Colombia. Adicionalmente se tienen en cuenta dentro de la muestra 90 municipios PDET. Se distribuye la muestra por afijación uniforme en 301 municipios.

### 3. Margen de error:

**Debido a la naturaleza no probabilística del diseño de la encuesta, no es posible calcular un margen de error estadístico tradicional.**

## Prestadores de Servicios turísticos PST

#ENCUESTAS: 1.389

### 1. Universo:

**Oferta:** El universo de estudio corresponde a todos los prestadores de servicios turísticos formales con RNT que operan en Colombia.

### 2. Sistema de muestreo:

**Oferta:** Muestreo probabilístico estratificado por afijación proporcional (4 estratos son los 4 tipos de PST) con Selección aleatoria dentro de cada estrato.

Adicionalmente, se encuestaron 512 prestadores informales, identificados con metodología de muestreo no probabilístico bola de nieve, con proximidad geográfica a los prestadores formales.

### 3. Margen de error:

**El margen de error es del 3% para la población de PST y el nivel de confianza de 95%.**

# Anexos

- Seis regiones turísticas

# Turistas - Región Amazonía



## Edad

Entre 25 y 34 años el 34%  
Entre 35 y 44 años el 28%



## Género

Masculino 50%  
Femenino 50%



## Ingresos

+ de 1 SMMLV a 2 SMMLV 49%  
Menos de 1 SMMLV 37%



## Actividad económica

Empleado: 53%  
Independiente: 25%



## Estado civil

Soltero: 44%  
Unión Libre: 32%



## Personas que viajan

2 personas o pareja: 35%  
Viaja solo: 29%



## Días de viaje

3 a 7 días: 48%  
Menos de 3 días: 34%



## Transporte

Bus: 38%      Avión: 20%  
Carro: 25%      Moto: 14%



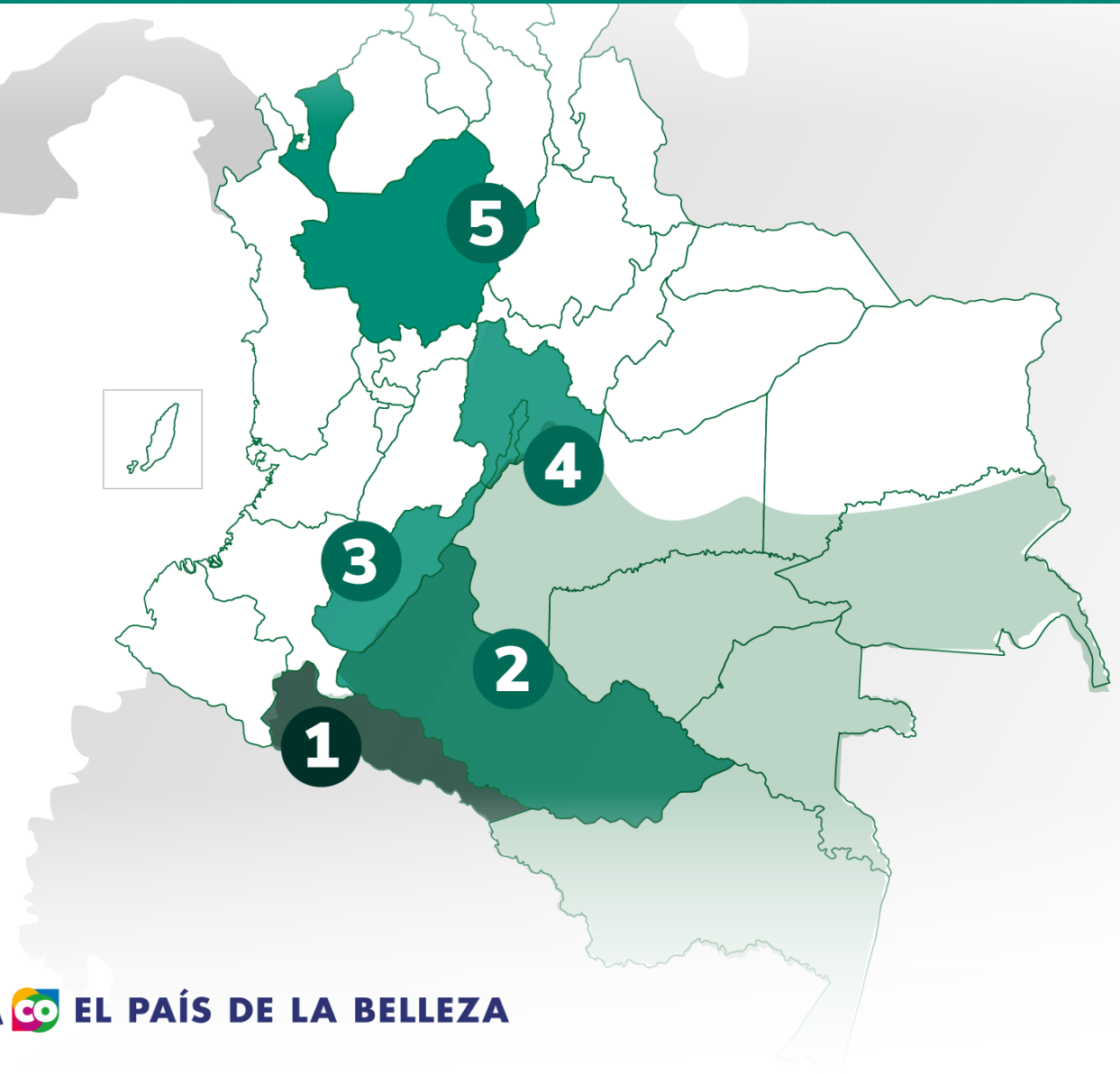
## Alojamiento

Hotel: 45%  
Familiares o Amigos: 44%

# Regiones emisoras de turistas - Región Amazonía

## ¿De dónde vienen los turistas nacionales?

1. Putumayo:	25%
2. Caquetá:	21%
3. Huila:	17%
4. Cundinamarca:	10%
5. Antioquia	7%



# Principales hallazgos del turista - Región Amazonía

## Criterios de decisión para definir un destino:

Recomendación de amigos y familiares:	<b>23%</b>
Costo de viaje:	<b>20%</b>
Seguridad:	<b>20%</b>
Atractivos y actividades disponibles:	<b>14%</b>

## En qué temporada viaja:

En cualquier momento:	<b>41%</b>
Temporada alta: Fin de año y semana santa	<b>28%</b>
Temporada baja:	<b>14%</b>
Vacaciones de mitad de año y receso escolar :	<b>13%</b>

## ¿Cómo planifica el viaje?:

Por mi cuenta, investigando en línea y haciendo reservas directamente:	<b>56%</b>
Dependo de las recomendaciones de amigos y familiares:	<b>25%</b>
Utilizo una agencia de viajes para que organice todo por mí:	<b>12%</b>
Utilizo aplicaciones y plataformas en línea para encontrar ofertas y hacer reservas:	<b>7%</b>

## ¿Cómo evalúa los servicios recibidos?:

Excelente:	<b>51%</b>
Buena:	<b>47%</b>
Regular:	<b>1%</b>
Mala:	<b>1%</b>

## ¿Cuántas veces planea viajar?:

Una vez:	<b>58%</b>
Dos veces:	<b>34%</b>
Tres veces:	<b>6%</b>
Más de tres veces:	<b>2%</b>



Leticia - Amazonas



# Turistas - Región Andina



## Edad

Entre 25 y 34 años el 40%  
Entre 35 y 44 años el 26%



## Género

Masculino 50%  
Femenino 50%

## Ingresos

+ de 1 SMMLV y hasta 2 SMMLV 47%  
Menos de un SMMLV 24%



## Actividad económica

Empleado: 52%  
Independiente: 24%



## Estado civil

Soltero: 44%  
Unión Libre: 27%



## Personas que viajan

2 personas o pareja: 40%  
Viaja solo: 25%



## Días de viaje

3 a 7 días: 53%  
Menos de 3 días: 26%



## Transporte

Bus: 34%      Avión: 22%  
Carro: 29%      Moto: 13%



## Alojamiento

Hotel: 46%  
Familiares o Amigos: 35%

# Regiones emisoras de turistas - Región Andina

## ¿De dónde vienen los turistas nacionales?

1. Cundinamarca:	<b>34%</b>
2. Antioquia:	<b>13%</b>
3. Norte de Santander:	<b>8%</b>
4. Valle del Cauca:	<b>7%</b>
5. Boyacá:	<b>6%</b>



# Principales hallazgos del turista - Región Andina

## Criterios de decisión para definir un destino:

Costo de viaje:	<b>25%</b>
Atractivos y actividades disponibles:	<b>25%</b>
Recomendación de amigos y familiares:	<b>17%</b>
Seguridad:	<b>14%</b>

## ¿En qué temporada viaja?:

En cualquier momento:	<b>30%</b>
Temporada alta: Fin de año y semana santa	<b>27%</b>
Temporada baja:	<b>27%</b>
Vacaciones de mitad de año y receso escolar :	<b>11%</b>

## ¿Cómo planifica el viaje?:

Por mi cuenta, investigando en línea y haciendo reservas directamente:	<b>54%</b>
Dependo de las recomendaciones de amigos y familiares para organizar mis viajes:	<b>21%</b>
Utilizo aplicaciones y plataformas en línea para encontrar ofertas y hacer reservas:	<b>13%</b>
Utilizo una agencia de viajes para organizar todo por mi:	<b>12%</b>

## ¿Cómo evalúa los servicios recibidos?:

Buena:	<b>66%</b>
Excelente:	<b>28%</b>
Regular:	<b>5%</b>
Mala:	<b>1%</b>

## ¿Cuántas veces planea viajar?:

Una vez:	<b>43%</b>
Dos veces:	<b>39%</b>
Tres veces:	<b>12%</b>
Más de tres veces:	<b>6%</b>



Picnic - Guatavita

# Turistas - Región Insular



## Edad

Entre 25 y 34 años el 59%  
Entre 35 y 44 años el 18%



## Género

Masculino 50%  
Femenino 50%



## Ingresos

4 SMLV hasta 6: 26%  
2 SMLV hasta 4: 32%



## Actividad económica

Empleado: 41%  
Estudiante: 21%



## Estado civil

Soltero: 62%  
Casado: 32%



Isla de Providencia



## Personas que viajan

2 personas o pareja: 44%  
Viaja solo: 26%



## Días de viaje

Más de 7 días: 53%  
3 a 7 días: 47%



## Transporte

Avión: 89%

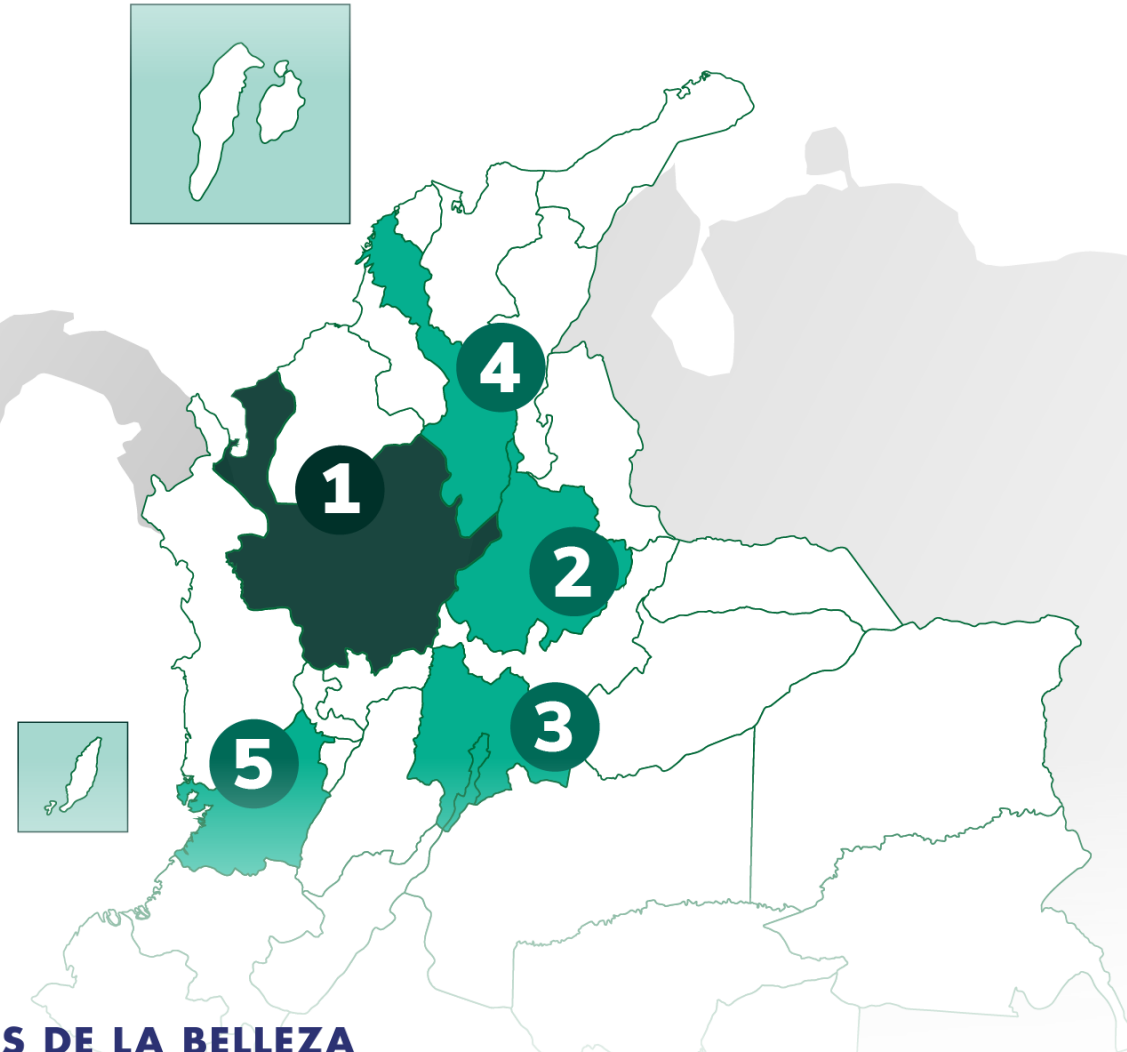


## Alojamiento

Hotel: 76%  
Familiares o Amigos: 3%

## ¿De dónde vienen los turistas nacionales?

1. Antioquia:	<b>20%</b>
2. Santander:	<b>17%</b>
3. Cundinamarca:	<b>13%</b>
4. Bolívar:	<b>10%</b>
5. Valle del Cauca:	<b>7%</b>



# Principales hallazgos del turista - Región Insular

## Criterios de decisión para definir un destino:

Costo de viaje:	<b>36%</b>
Seguridad:	<b>31%</b>
Atractivos y actividades disponibles:	<b>20%</b>
Accesibilidad al destino:	<b>7%</b>
Recomendación de amigos y familiares:	<b>4%</b>

## En qué temporada viaja:

En cualquier momento:	<b>47%</b>
Temporada alta: Fin de año y semana santa	<b>44%</b>
Temporada baja:	<b>6%</b>
Vacaciones de mitad de año y receso escolar:	<b>3%</b>

## Cómo planifica el viaje:

Por mi cuenta, investigando en línea y haciendo reservas directamente:	<b>76%</b>
Utilizo una agencia de viajes para organizar todo por mí:	<b>12%</b>
Dependo de las recomendaciones de amigos y familiares:	<b>9%</b>
Utilizo aplicaciones y plataformas en línea para encontrar ofertas y hacer reservas:	<b>3%</b>

## Cómo evalúa los servicios recibidos:

Excelente:	<b>53%</b>
Buena:	<b>35%</b>
Regular:	<b>9%</b>
Mala:	<b>3%</b>

## ¿Cuántas veces planea viajar?:

Una vez:	<b>57%</b>
Dos veces:	<b>36%</b>
Tres veces:	<b>7%</b>
Más de tres veces:	<b>0%</b>



Isla de San Andrés

# Turistas - Región Caribe



## Edad

Entre 25 y 34 años el 25%  
Entre 35 y 44 años el 25%



## Género

Masculino 54%  
Femenino 46%



## Ingresos

1 SMLV hasta 2: 46%  
Menos de 1 SMLV : 29%



## Actividad económica

Empleado: 37%  
Independiente: 36%



## Estado civil

Soltero: 38%  
Unión Libre: 32%



## Personas que viajan

2 personas o pareja: 44%  
Viaja solo: 31%



## Días de viaje

3 a 7 días: 42%  
Menos de 3 días: 42%



## Transporte

Bus: 54%      Moto: 9%  
Carro: 22%      Avión: 13%



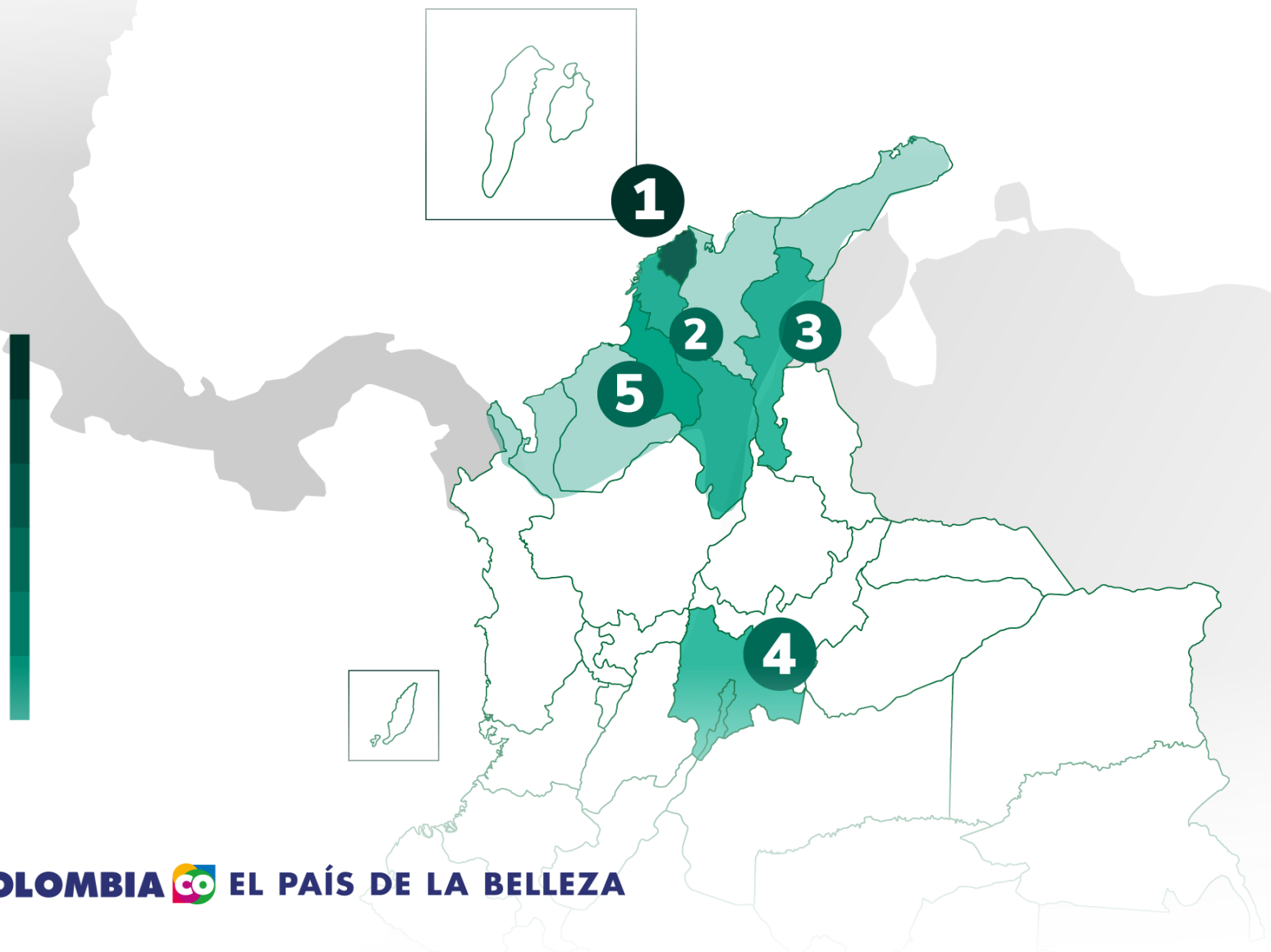
## Alojamiento

Familiares o Amigos: 48%  
Hotel: 33%

# Regiones emisoras de turistas - Región Caribe

## ¿De dónde vienen los turistas nacionales?

1. Atlántico:	20%
2. Bolívar:	15%
3. Cesar:	12%
4. Cundinamarca:	9%
5. Sucre:	9%





# Principales hallazgos del turista - Región Caribe

## Criterios de decisión para definir un destino:

Atractivos y actividades disponibles:	<b>26%</b>
Costo de viaje:	<b>25%</b>
Seguridad:	<b>17%</b>
Recomendación de amigos y familiares:	<b>16%</b>

## En qué temporada viaja:

Temporada alta: Fin de año y semana santa	<b>33%</b>
En cualquier momento:	<b>29%</b>
Temporada baja:	<b>24%</b>
Vacaciones de mitad de año y receso escolar :	<b>7%</b>

## Cómo planifica el viaje:

Por mi cuenta, investigando en línea y haciendo reservas directamente:	<b>76%</b>
Recomendaciones de amigos y familiares:	<b>15%</b>
Utilizo una agencia de viajes para que organice todo por mí:	<b>5%</b>
Utilizo aplicaciones y plataformas en línea para encontrar ofertas y hacer reservas:	<b>4%</b>

## Cómo evalúa los servicios recibidos:

Buena:	<b>76%</b>
Excelente:	<b>19%</b>
Regular:	<b>5%</b>
Mala:	<b>0%</b>

## ¿Cuántas veces planea viajar?:

Una vez:	<b>52%</b>
Dos veces:	<b>28%</b>
Tres veces:	<b>10%</b>
Más de tres veces:	<b>10%</b>



# Turistas - Región Pacífica



## Edad

Entre 25 y 34 años el 42%  
Entre 35 y 44 años el 25%



## Género

Masculino 42%  
Femenino 58%



## Ingresos

1 SMLV hasta 2: 46%  
Menos de 1 SMLV : 29%



## Actividad económica

Empleado: 65%  
Independiente: 10%



## Estado civil

Soltero: 65%  
Unión Libre: 20%



Avistamiento de ballenas - Bahía Solano



## Personas que viajan

4 personas o pareja: 26%  
2 personas o pareja: 22%



## Días de viaje

3 a 7 días: 39%  
Menos de 7 días: 33%



## Transporte

Bus: 23%      Avión: 36%  
Carro: 23%      Moto: 9%



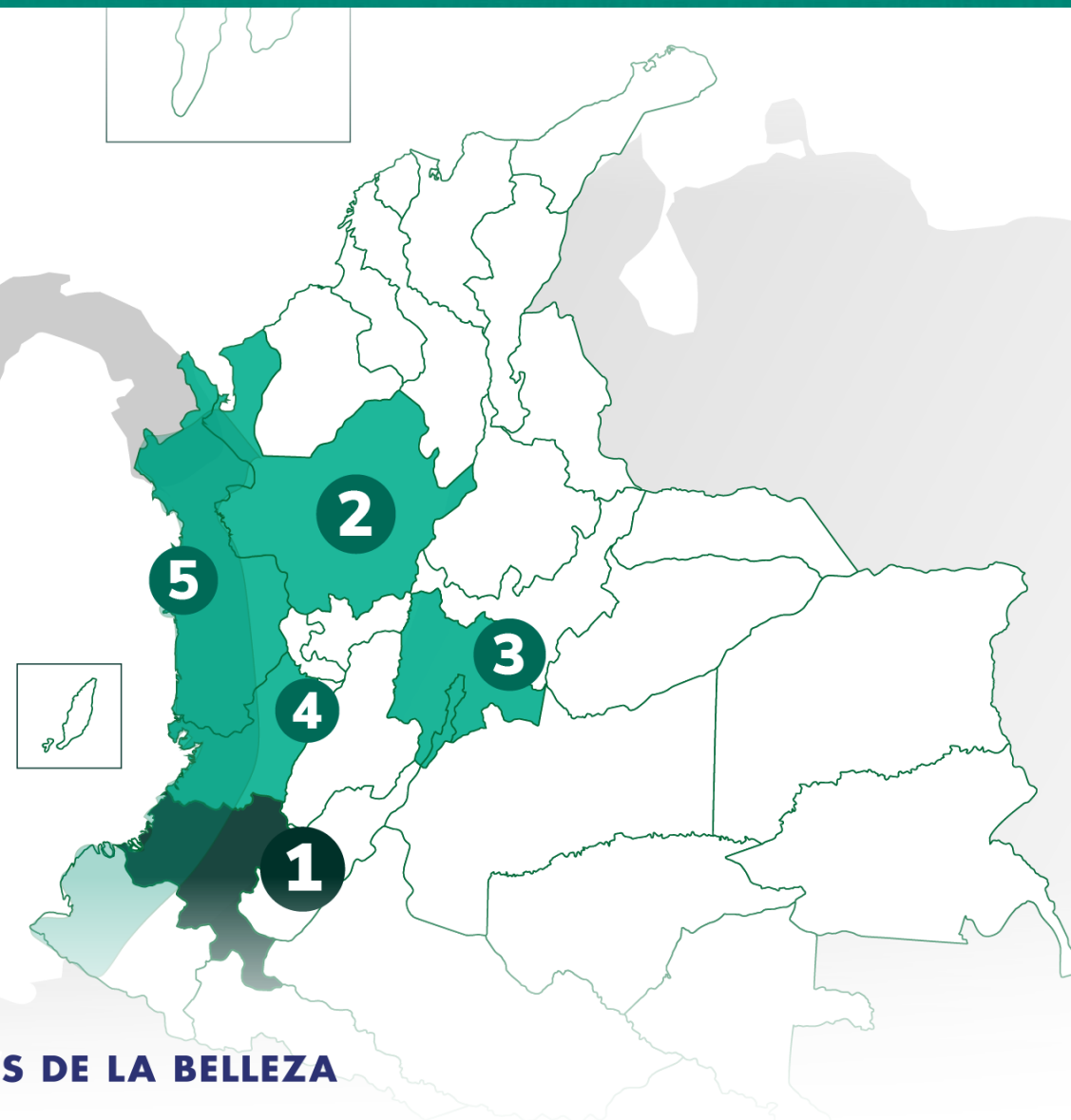
## Alojamiento

Hotel: 57%  
Familiares o Amigos: 34%

# Regiones emisoras de turistas - Región Pacífica

## ¿De dónde vienen los turistas nacionales?

1. Cauca:	<b>52%</b>
2. Antioquia:	<b>16%</b>
3. Cundinamarca:	<b>10%</b>
4. Valle del Cauca:	<b>5%</b>
5. Chocó	<b>3%</b>



# Principales hallazgos del turista - Región Pacífica

## Criterios de decisión para definir un destino:

Costo de viaje:	<b>28%</b>
Seguridad:	<b>26%</b>
Atractivos y actividades disponibles:	<b>16%</b>
Recomendación de amigos y familiares:	<b>15%</b>

## En qué temporada viaja:

En cualquier momento:	<b>48%</b>
Temporada alta: Fin de año y semana santa	<b>24%</b>
Temporada baja:	<b>21%</b>
Vacaciones de mitad de año y receso escolar:	<b>5%</b>

## Cómo planifica el viaje:

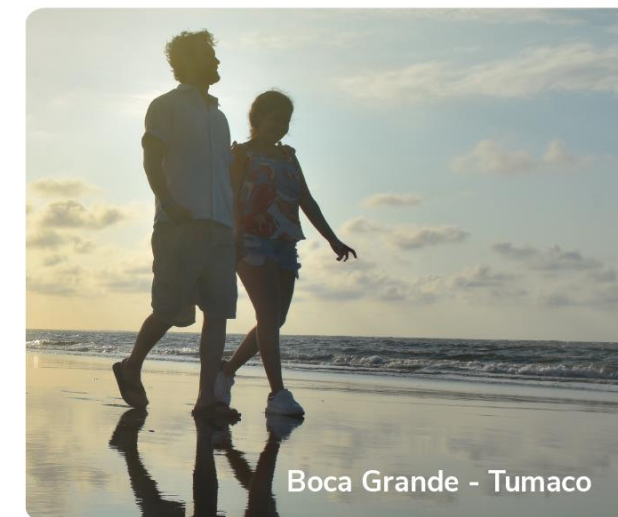
Por mi cuenta, investigando en línea y haciendo reservas directamente:	<b>56%</b>
Recomendaciones de amigos y familiares:	<b>25%</b>
Utilizo aplicaciones y plataformas en línea para encontrar ofertas y hacer reservas:	<b>13%</b>
Utilizo una agencia de viajes para que organice todo por mí:	<b>6%</b>

## Cómo evalúa los servicios recibidos:

Excelente:	<b>46%</b>
Buena:	<b>44%</b>
Regular:	<b>10%</b>
Mala:	<b>0%</b>

## ¿Cuántas veces planea viajar?:

Una vez:	<b>57%</b>
Dos veces:	<b>23%</b>
Más de tres veces:	<b>16%</b>
Tres veces:	<b>4%</b>



# Turistas - Región Orinoquía



## Edad

Entre 25 y 34 años el 39%  
Entre 35 y 44 años el 26%



## Género

Femenino 53%  
Masculino 47%



## Ingresos

1 SMLV hasta 2: 51%  
Menos de 1 SMLV : 28%



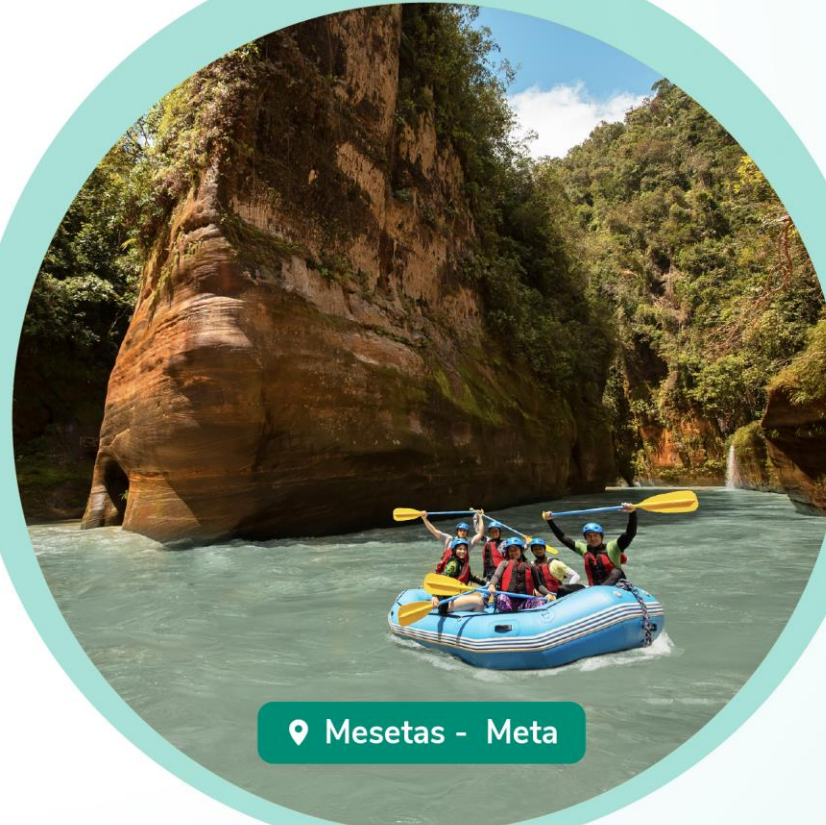
## Actividad económica

Empleado: 43%  
Independiente: 34%



## Estado civil

Soltero: 42%  
Unión Libre: 31%



## Personas que viajan

2 personas o pareja: 38%  
Viaja solo: 28%



## Días de viaje

3 a 7 días: 50%  
Más de 7 días: 29%



## Transporte

Bus: 33%      Avión: 18%  
Carro: 36%      Moto: 13%

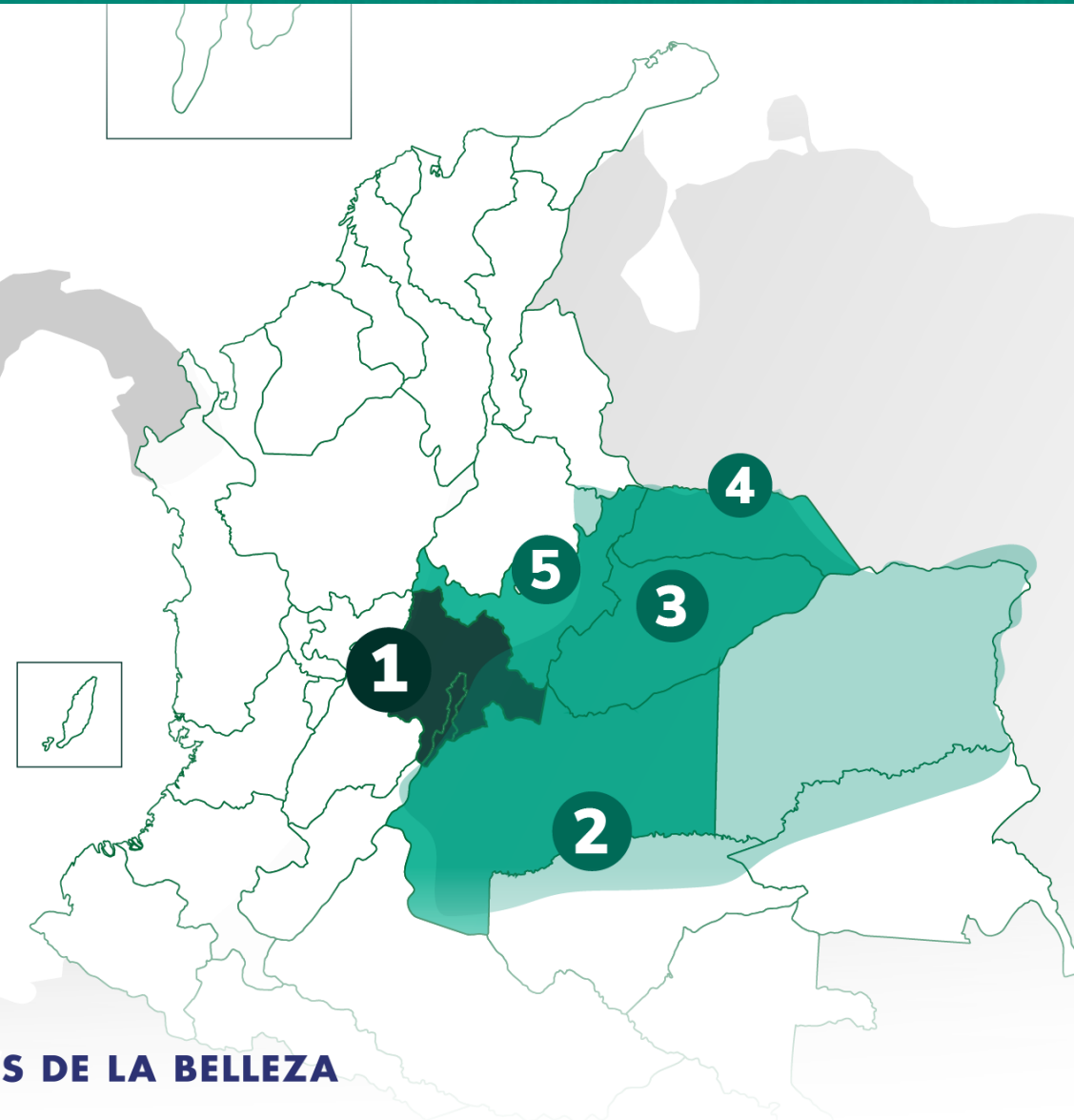


## Alojamiento

Hotel: 43%  
Familiares o Amigos: 44%

## ¿De dónde vienen los turistas nacionales?

1. Cundinamarca:	<b>23%</b>
2. Meta:	<b>19%</b>
3. Casanare:	<b>13%</b>
4. Arauca:	<b>9%</b>
5. Boyacá:	<b>8%</b>



# Principales hallazgos del turista - Región Orinoquía

## Criterios de decisión para definir un destino:

Atractivos y actividades disponibles:	<b>28%</b>
Costo de viaje:	<b>24%</b>
Recomendación de amigos y familiares:	<b>16%</b>
Seguridad:	<b>11%</b>

## En qué temporada viaja:

En cualquier momento:	<b>39%</b>
Temporada alta: Fin de año y semana santa	<b>31%</b>
Temporada baja:	<b>17%</b>
Vacaciones de mitad de año y receso escolar :	<b>6%</b>

## Cómo planifica el viaje:

Por mi cuenta investigando en línea y haciendo reservas directamente:	<b>55%</b>
Dependo de las recomendaciones de amigos y familiares para organizar mis viajes:	<b>27%</b>
Utilizo una agencia de viajes para organizar todo por mi:	<b>13%</b>
Utilizo aplicaciones y plataformas en línea para encontrar ofertas y hacer reservas:	<b>5%</b>

## Cómo evalúa los servicios recibidos:

Buena:	<b>65%</b>
Excelente:	<b>26%</b>
Regular:	<b>9%</b>
Mala:	<b>0%</b>

## ¿Cuántas veces planea viajar?:

Una vez:	<b>45%</b>
Dos veces:	<b>36%</b>
Tres veces:	<b>12%</b>
Más de tres veces:	<b>7%</b>



# Anexos

- Comportamiento del turista por nivel socioeconómico.



# Hogares Nivel Socio Económico Alto



+ DE 4 SMMLV: 18%



## Edad

Entre 25 y 34 años el 31%  
Entre 35 y 44 años el 42%



## Actividad económica

Empleado: 61%  
Independiente: 25%



## Estado civil

Soltero: 18%  
Unión Libre: 35%  
Casado: 43%



## Días de viaje

Entre 3 y 7 Días 79%  
Más de 7 días 14%  
Menos de 3 días 7%



## Transporte

Carro: 15%      Avión: 32%  
Bus: 39%        Moto: 9%



## ¿Cómo planifica el viaje?

Utilizó aplicaciones y plataformas en línea para encontrar ofertas y reservar: 36%  
Por mi cuenta, en línea y reserva directamente: 29%  
Utilizo una agencia de viajes: 13%



## ¿Cuántas veces planea viajar en 2024?

Una vez: 35%  
Dos veces: 39%  
Tres veces: 16%  
+ de 3 veces: 9%



## Alojamiento

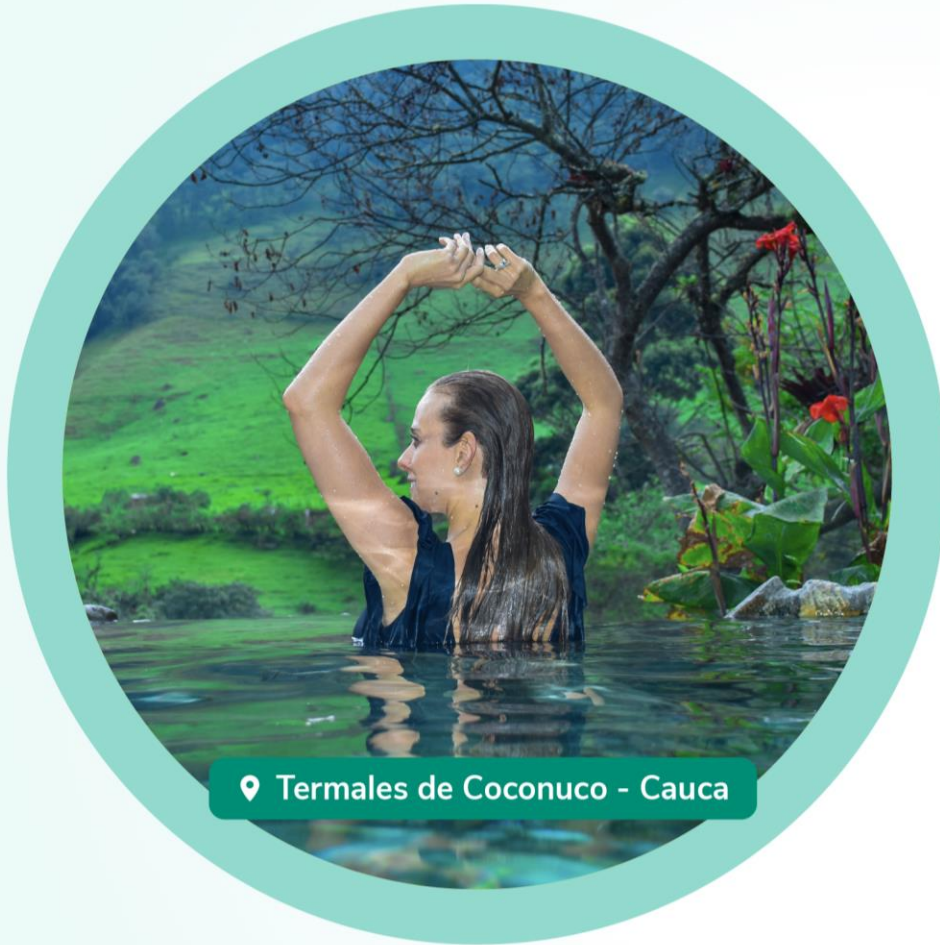
Hotel: 64%  
Familiares o Amigos: 12%



## ¿Considera importante la sostenibilidad para elegir un destino?

A veces: 57%  
Siempre: 20%  
No: 21%  
No sabe: 3%

# Hogares Nivel Socio Económico Medio



Termales de Coconuco - Cauca

+ DE 2 SMMLV  
- 4 SMMLV: **40%**



## Edad

Entre **25** y **34** años el **41%**  
Entre **35** y **44** años el **31%**



## Actividad económica

Empleado: **69%**  
Independiente: **11%**



## Estado civil

Soltero: **34%**  
Unión Libre: **26%**  
Casado: **37%**



## Días de viaje

3 a 7 días: **69%**  
Menos de 3 días: **20%**



## Transporte

Bus: **25%**      Avión: **31%**  
Carro: **32%**      Moto: **5%**

## ¿Cómo planifica el viaje?



Por su cuenta, en línea y reserva directamente: **53%**  
Utilizó aplicaciones y plataformas en línea para encontrar ofertas y reservar: **15%**  
Utilizo una agencia de viajes: **15%**

## ¿Cuántas veces planea viajar en 2024?



Una vez: **47%**  
Dos veces: **38%**  
Tres veces: **10%**  
+ de 3 veces: **5%**

## Alojamiento



Hotel: **56%**  
Familiares o Amigos: **22%**



## ¿Considera importante la sostenibilidad para elegir un destino?

A veces: **46%**  
Siempre: **28%**  
No: **20%**  
No sabe: **6%**

# Hogares Nivel Socio Económico Bajo

< DE 2 SMMLV: 42%



## Edad

Entre 25 y 34 años el 48%  
Entre 35 y 44 años el 25%



## Actividad económica

Empleado: 60%  
Independiente: 9%



## Estado civil

Soltero: 45%  
Unión Libre: 28%  
Casado: 24%



## Días de viaje

3 a 7 días: 52%  
Menos de 3 días: 40%



## Transporte

Bus: 42%      Avión: 22%  
Carro: 22%      Moto: 9%

## ¿Cómo planifica el viaje?



Por mi cuenta, en línea y reserva directamente: 66%

Recomendaciones amigos y familiares: 13%  
Utilizó aplicaciones y plataformas en línea para encontrar ofertas y reservar: 9%

## ¿Cuántas veces planea viajar en 2024?



Una vez: 52%  
Dos veces: 31%  
Tres veces: 8%  
+ de 3 veces: 8%



## Alojamiento

Hotel: 43%  
Familiares o Amigos: 36%



## ¿Considera importante la sostenibilidad para elegir un destino?

A veces: 36%  
Siempre: 31%  
No: 20%  
No sabe: 13%



📍 Nilo - Cundinamarca

# Establecimientos de Alojamiento



## Tiempo en el mercado

45% más de 7 años  
23% entre 5 y 7 años



## Idiomas

40% es Bilingüe  
3% es Trilingüe



## Educación

49% Técnico o tecnólogo  
37% Secundaria



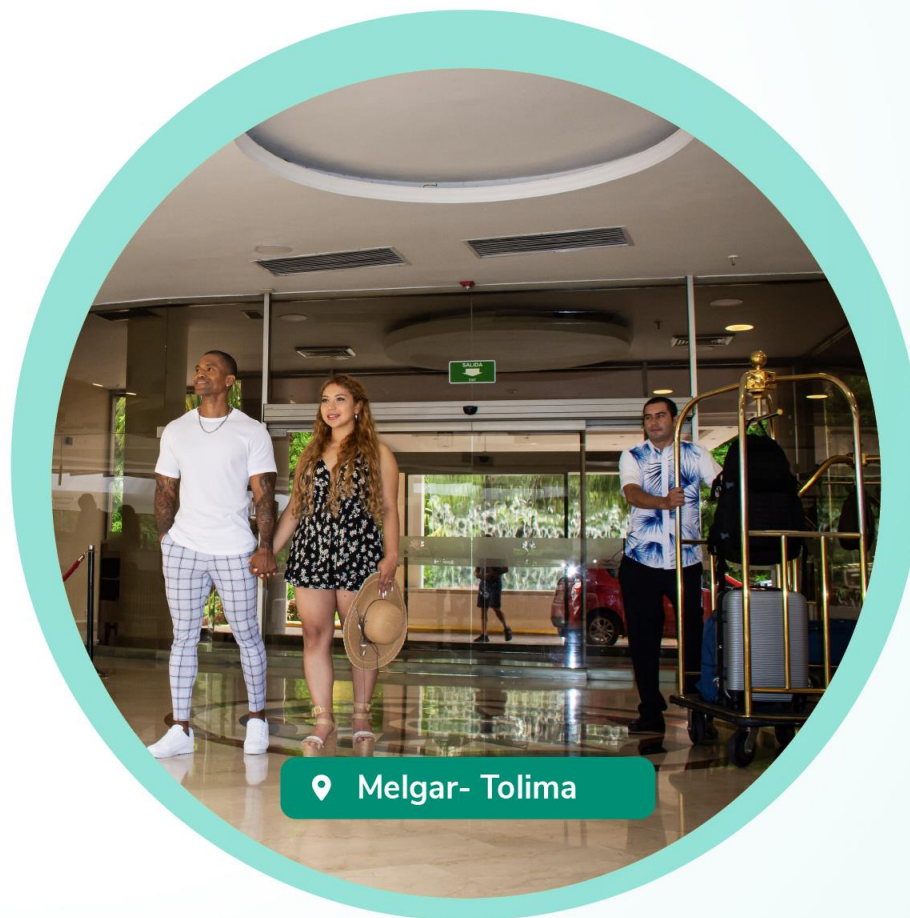
## # de empleados

de 1 a 10 trabajadores: 71%  
de 11 a 50 trabajadores: 27%



## Tipo de publicidad que utiliza

32% Redes Sociales  
28% Plataformas  
15% Folletos y Guías



## ¿Qué considera tiene un impacto positivo en la prestación de sus servicios?

Capacitación del personal: 22%  
Diversidad de servicios: 22%  
Marketing y promoción: 20%



## ¿Ha implementado medidas de sostenibilidad?

SI: 60% NO: 40%



## ¿Cuáles medidas de sostenibilidad ha implementado?

Gestión responsable de residuos: 35%  
Promoción de la cultura local: 20%  
Fomento de la conservación de la biodiversidad: 17%

# Establecimientos Gastronómicos



## Tiempo en el mercado

37% más de 7 años  
25% entre 1 y 3 años



## Idiomas

29% es Bilingüe  
1% es Trilingüe



## Educación

57% Secundaria  
34% Técnico o tecnólogo



## # de empleados

de 1 a 10 trabajadores: 73%  
de 11 a 50 trabajadores: 27%



## Tipo de publicidad que utiliza

44% Redes Sociales  
19% Folletos y Guías  
15% Plataformas de viajes



📍 Valledupar - Cesar



## ¿Qué considera tiene un impacto positivo en la prestación de sus servicios?

Capacitación del personal: 24%  
Diversidad de servicios: 22%  
Marketing y promoción: 20%



## ¿Ha implementado medidas de sostenibilidad?

SI: 46% NO: 54%



## ¿Cuáles medidas de sostenibilidad ha implementado?

Gestión responsable de residuos: 42%  
Promoción de la cultura local: 17%  
Fomento de la conservación de la biodiversidad: 16%

# Agencias de viajes



## Tiempo en el mercado

44% más de 7 años  
26% entre 5 y 7 años



## Idiomas

52% es Bilingüe  
4% es Trilingüe



## Educación

53% Técnico o tecnólogo  
26% Universitario



## # de empleados

de 1 a 10 trabajadores: 66%  
de 11 a 50 trabajadores: 29%



## Tipo de publicidad que utiliza

38% Redes Sociales  
20% Folletos y Guías  
17% Plataformas



## ¿Qué considera tiene un impacto positivo en la prestación de sus servicios?

Capacitación del personal: 22%  
Diversidad de servicios: 21%  
Marketing y promoción: 20%



## ¿Ha implementado medidas de sostenibilidad?

SI: 53% NO: 47%



## ¿Cuáles medidas de sostenibilidad ha implementado?

Gestión responsable de residuos: 29%  
Fomento de la conservación de la biodiversidad: 21%  
Promoción de la cultura local: 18%

# Empresas de Transporte Automotor



## Tiempo en el mercado

61% más de 7 años  
20% entre 5 y 7 años



## Idiomas

24% es Bilingüe  
1% es Trilingüe



## Educación

50% Técnico o tecnólogo  
38% Universitario



## # de empleados

de 1 a 10 trabajadores: 38%  
de 11 a 50 trabajadores: 46%



## Tipo de publicidad que utiliza

39% Redes Sociales  
19% Folletos y Guías  
13% Plataformas



Terminal de Transporte Bogotá



## ¿Qué considera tiene un impacto positivo en la prestación de sus servicios?

Capacitación del personal: 24%  
Diversidad de servicios: 21%  
Marketing y promoción: 20%



## ¿Ha implementado medidas de sostenibilidad?

SI: 43% NO: 57%



## ¿Cuáles medidas de sostenibilidad ha implementado?

Gestión responsable de residuos: 34%  
Fomento de la conservación de la biodiversidad: 21%  
Promoción de la cultura local: 15%



Comercio,  
Industria y Turismo



**FONTUR**   
COLOMBIA

VIAJA POR **COLOMBIA**  **EL PAÍS DE LA BELLEZA**