

RESULTADOS Semana Santa 2024

Visitantes al Cerro de Monserrate

Encuestas realizadas los días: 23, 26, 27, 28, 29 y 30 de marzo de 2024

CARACTERIZACIÓN DE LOS VISITANTES

Lugar de residencia de los visitantes

Del total de asistentes encuestados en el Cerro de Monserrate (937), el 53,8 % (504) eran turistas, mientras que el 41,8 % (392) restante correspondía a la población residente de Bogotá y solo el 4,4 % (41) dijo que era excursionista.

Del total de turistas se identificó que el 50,2 % era de origen nacional y el 49,8 % de origen internacional.

53,8% Turistas
41,8% Residentes
4,4% Excursionistas



Fuente: Instituto Distrital de Turismo, Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información.

Lugar de residencia de los visitantes

Un poco más del 20,0 % de los residentes vivía en las localidades de Suba y Engativá, el 9,4 % era de Kennedy, el 9,2 % de Ciudad Bolívar y el 8,7 % de Bosa.

Las localidades con menor representación fueron: La Candelaria y Los Mártires.



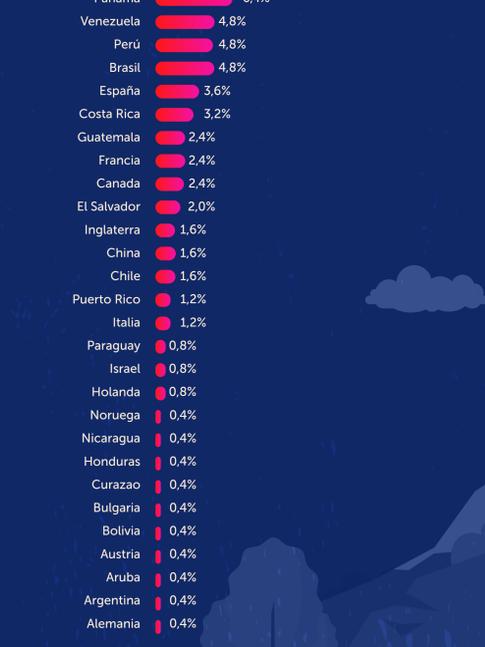
Origen de los turistas nacionales

Más del 50,0 % de los visitantes nacionales que asistieron al evento provenían de Antioquia, Santander, Valle del Cauca, Norte de Santander y Atlántico.



Origen de los turistas internacionales

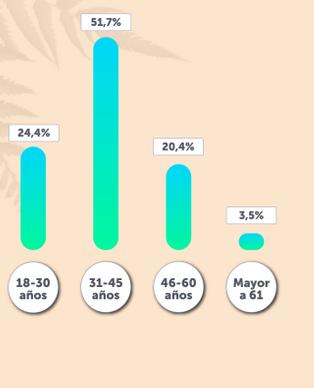
En el caso de los turistas internacionales, más del 50,0% indicó que era originario de México, República Dominicana, Ecuador, Estados Unidos y Panamá.



Fuente: Instituto Distrital de Turismo, Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información.

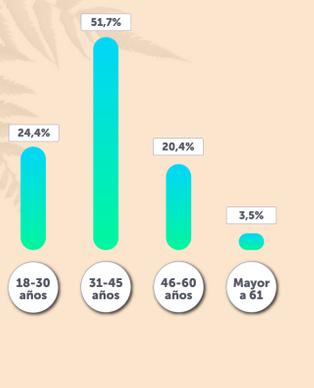
Origen de los turistas internacionales

El 60,0 % de los visitantes del Cerro que fueron encuestados correspondía a mujeres y el 40,0 % era hombre.



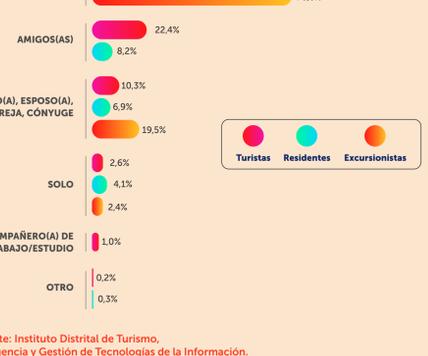
Edad de los visitantes

El 51,7 % de los visitantes señaló que se encontraba en el rango de edad de 31 a 45 años, seguido del grupo de 18 a 30 años, el cual se ubicó en el 24,4 %, mientras que el 20,4 % correspondía a las personas entre los 46 y 60 años. Finalmente, el 3,5 % de los visitantes era mayor de 61 años.



Grupo de asistencia

Más del 60,0 % de los visitantes informó que asistió al Cerro con familiares, el 22,4 % de los turistas y el 8,2 % de los residentes estuvo acompañado de amigos.



Fuente: Instituto Distrital de Turismo, Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información.

CARACTERIZACIÓN DEL VIAJE DE LOS TURISTAS

Motivo de viaje de los turistas

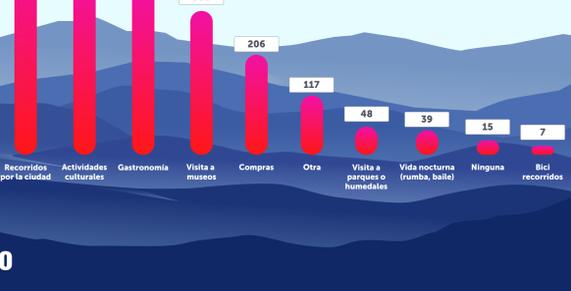
El 70,0 % de los turistas que visitaron el Cerro de Monserrate, viajó a Bogotá por razones de vacaciones, recreación, ocio. El 18,8 % lo hizo por razones de vacaciones y amigos, mientras que el 5,4 % visitó la ciudad para asistir al Cerro.



Otras actividades realizadas en la ciudad por los turistas

423 turistas encuestados realizaron recorridos de la ciudad, 379 actividades artísticas, 348 disfrutaron de la gastronomía bogotana, mientras que 302 visitaron museos, 206 hicieron compras y 48 visitaron parques y/o humedales.

Nota: Datos en valores absolutos, dado que 1 solo turista pudo haber realizado más de 1 actividad.



Lugar de alojamiento de los turistas

El 76,5 % de los turistas nacionales se alojó en la casa de familiares o amigos, seguido del 18,3 % que se alojó en hotel, solo el 2,8 % señaló que se hospedó en inmueble de alquiler (plataforma digital).

El 63,3 % de los turistas internacionales se alojó hotel y el 13,5 % en casa propia o de familiares y amigos.



Noches pernoctadas por los turistas

En general, el 63,7 % de los turistas que asistieron al Cerro de Monserrate en Semana Santa, indicó que pernoctó de 1 a 5 noches en la ciudad de Bogotá, el 30,7 % lo hizo entre 6 y 10 noches, el 3,6 % entre 11 y 15 noches y solo el 0,2 % mencionó que pernoctó entre 16 y 20 noches.



Gasto turístico

Gastos de los turistas encuestados en el Cerro de Monserrate o pasajes durante la visita a Bogotá, excluyendo los gastos en tiquetes o pasajes.

El gasto promedio reportado por un turista internacional fue: **\$ 2.657.143**

El gasto promedio reportado por un turista nacional fue: **\$ 1.603.883**

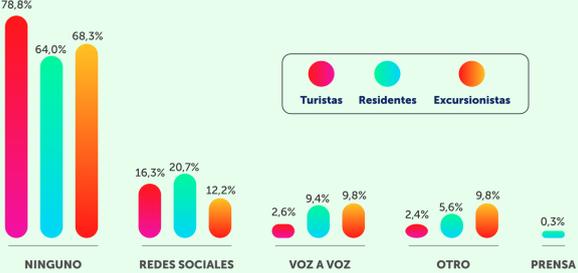
Fuente: Instituto Distrital de Turismo, Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información.

CARACTERIZACIÓN DE LA VISITA AL CERRO

Medio por el cual se enteraron de la programación de Semana Santa en Monserrate

En promedio, el 70,4 % de los encuestados no se enteraron por ningún medio de la programación de Semana Santa en Monserrate.

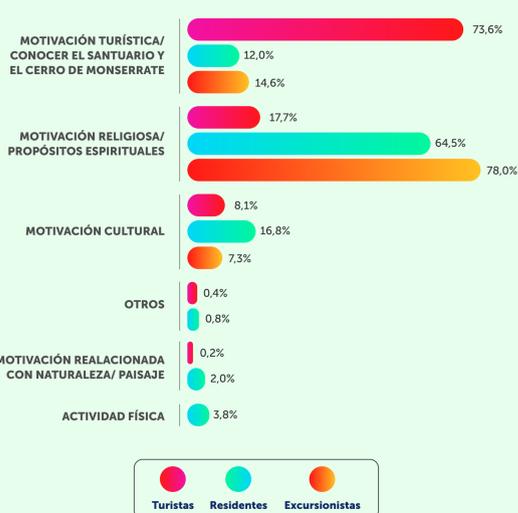
Por su lado, entre el 12,0 % y 16,0 % se enteró por medio de las redes sociales.



Principal razón o motivo de su visita al Cerro de Monserrate

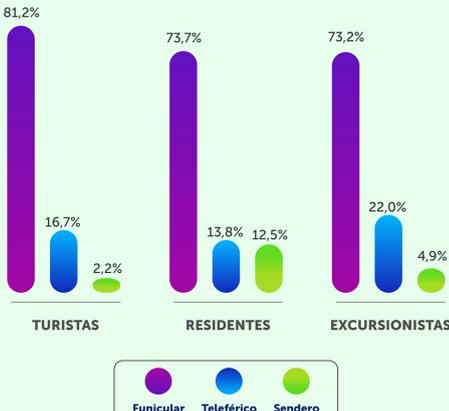
El 73,6 % de los turistas encuestados afirmó que visitó Monserrate por motivación turística y/o para conocer el Santuario.

El 17,7 % fue motivado por propósitos espirituales/religiosos y el 8,1 % sintió motivación cultural al asistir al Cerro.



Medio utilizado para subir al Cerro de Monserrate

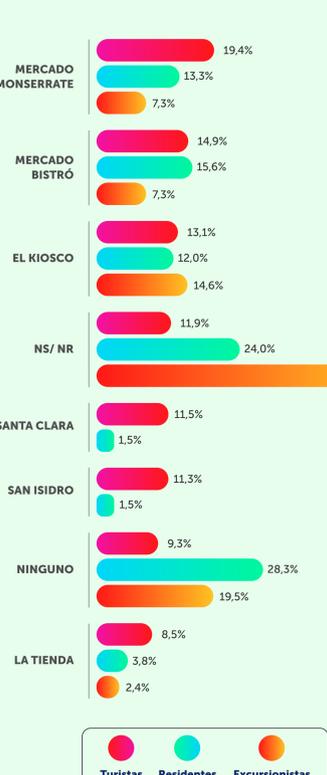
El 81,2 % de los turistas indicó que utilizó funicular para subir al Cerro de Monserrate, al igual que el 73,7% de los residentes y el 73,2 % de los excursionistas.



Restaurantes visitados en el recorrido en Monserrate

El 19,4 % de los turistas señaló que pensaba visitar el Mercado Monserrate, igual que el 13,3 % de los residentes y el 7,3 % de los excursionistas.

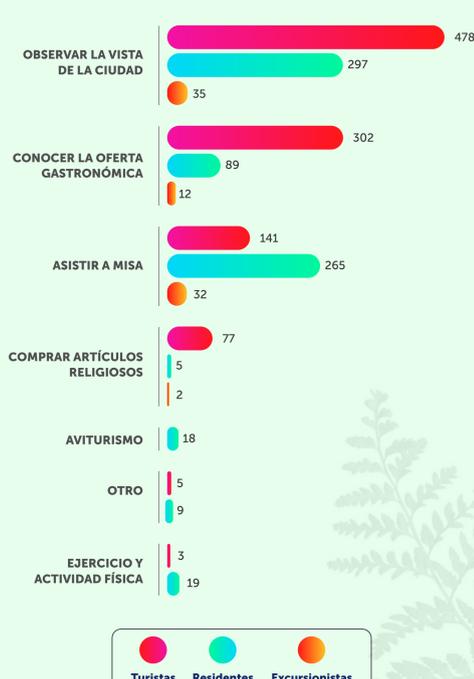
El 15,6 % de los residentes, el 14,9 % de los turistas y el 7,3 % de los excursionistas pretendía visitar Mercado Bistró.



Otras actividades en el recorrido en Monserrate

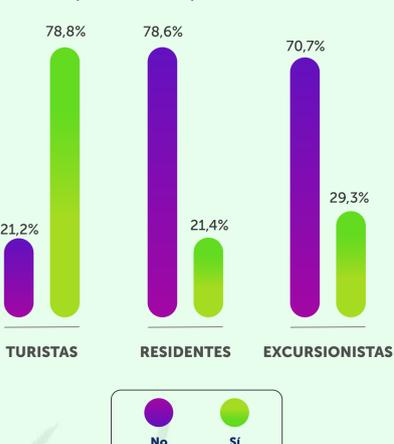
478 turistas indicaron que observarían la vista de la ciudad en el recorrido por el Cerro, 302 conocerían la oferta gastronómica, 141 pretendían asistir a misa y 77 comprarían artículos religiosos.

Nota: Datos en valores absolutos, dado que 1 solo turista pudo haber realizado más de 1 actividad.



Primera vez que visitan el Cerro de Monserrate

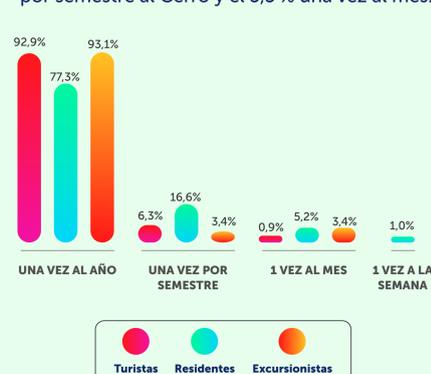
El 78,8 % de los turistas afirmó que era la primera vez que visitaba el Cerro de Monserrate. Mientras que, para el 78,6 % de los residentes y el 70,7 % de los excursionistas no era la primera vez que asistían al Cerro.



Frecuencia de visitas al Cerro de Monserrate

Entre el 77,0 % y 93,0 % del total de los encuestados manifestó que visitaba el Cerro de Monserrate una vez al año.

El 16,6 % de los residentes dijo que asiste una vez por semestre al Cerro y el 5,5 % una vez al mes.



Fuente: Instituto Distrital de Turismo, Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información.

PERCEPCIÓN DE LOS VISITANTES

Percepción de los visitantes con relación a diferentes aspectos de servicio

Calificación de varios aspectos, de 1 a 5, siendo 1 muy malo y 5 muy bueno.

Aspecto	1 Punto	2 puntos	3 puntos	4 puntos	5 puntos	Ns/ Nr
Organización compra de tickets	4,4%	3,2%	24,7%	23,5%	39,2%	5,1%
Manejo de ventas ambulantes	2,6%	3,9%	24,0%	23,9%	35,2%	10,3%
Seguridad/ policía de turismo	4,5%	6,9%	27,3%	19,0%	37,7%	4,5%
Baños	1,3%	2,1%	1,9%	18,6%	10,6%	51,5%
Disponibilidad de parqueaderos	4,4%	2,4%	9,5%	8,9%	7,3%	67,4%
Servicios de primeros auxilios	1,1%	2,6%	24,6%	14,4%	16,9%	40,5%
Atención General del personal	0,2%	2,0%	32,3%	17,9%	43,5%	4,1%

Percepción de ciudad según los visitantes

Se destaca que, en promedio, el 49,5 % de los encuestados estaban totalmente de acuerdo en que su experiencia o vivencia en Bogotá era positiva.

Por su lado el 30,0 % también estaba totalmente de acuerdo con que la ciudad cuenta con información, entornos, y oferta de servicios de turismo accesibles (rampas, baños, señalización, etc.)

Aspecto	De acuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente en desacuerdo
Se siente seguro y protegido en la ciudad	25,8%	2,8%	26,3%	29,2%	15,9%
la movilidad de Bogotá es fácil	24,1%	3,6%	26,6%	28,1%	17,6%
La ciudad cuenta con información, entornos y oferta de servicios de turismo accesibles (tampas, baños, señalización, etc.)	21,9%	6,9%	24,7%	30,0%	16,5%
He percibido o contratado productos y servicios innovadores	21,2%	4,3%	23,7%	12,4%	38,4%
Su experiencia o vivencia en Bogotá es positiva	21,9%	2,1%	25,0%	49,5%	1,5%

Fuente: Instituto Distrital de Turismo, Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información.