

INFORME BÁSICO DEL MERCADO TURÍSTICO EMISOR



COLOMBIA 2026
Informe Básico del Mercado

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

www.tourspain.es

2

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Consejería de Turismo de España en Miami

NIPO: 219-26-001-4.

Junio 2026

TABLA DE CONTENIDO

Análisis del mercado turístico en su conjunto

Análisis del mercado emisor hacia España

Conclusiones y valoración de la situación

ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO EN SU CONJUNTO

España se mantiene como el segundo destino turístico internacional y consolida su liderazgo europeo para los turistas colombianos

- Características básicas del mercado.

En términos del PIB, Colombia es:

- La economía n°42 a nivel mundial.
- La economía n°4 de América Latina.
- Se mantiene entre las principales economías de renta media-alta de la región.
- Se encuentra en el puesto n°90 del mundo teniendo en cuenta su PIB per cápita nominal, siendo este de 6.873 USD en 2024.

4

Con respecto al PIB PPA (Paridad de Poder Adquisitivo), la capacidad se situó en una escala histórica máxima de 18.503 USD. En el caso del Índice de Desarrollo Humano (IDH) elaborado por las Naciones Unidas, Colombia ascendió significativamente al puesto n.º 83 del ranking mundial con una puntuación de 0,788, manteniéndose firmemente dentro de la categoría de “alto desarrollo humano”.

En cuanto a la evolución de la actividad macroeconómica, el Producto Interno Bruto (PIB) de Colombia registró un crecimiento consolidado del 1,6% al cierre de 2024. Para el año 2025, la economía colombiana completó su fase de reactivación anotando una expansión final del 2,7%, beneficiada directamente por la flexibilización de las políticas monetarias, la reducción de las tasas de interés y el dinamismo de la demanda interna. En la evolución reciente de la economía colombiana, 2025 cerró con un crecimiento en el entorno del 2,6%, mientras que en el primer trimestre de 2026 el PIB creció un 2,2% interanual según DANE. Este comportamiento confirma una recuperación moderada, apoyada en una demanda interna más estable y unas condiciones monetarias menos restrictivas.

Colombia cuenta con una población superior a 53 millones de habitantes, lo que la sitúa entre los principales mercados demográficos de América Latina y refuerza su potencial como emisor turístico de medio y largo radio.

Atendiendo a la información más reciente del DANE, la estructura social sigue mostrando una fuerte concentración del poder adquisitivo en los tramos medio y alto.

La clase media representa un segmento relevante para los viajes internacionales, mientras que la clase alta - en torno al 3,1% de la población - concentra la mayor capacidad para asumir el coste de los viajes transatlánticos. Este núcleo premium, estimado en alrededor de 1,6 millones de personas, continúa siendo el segmento prioritario para España.

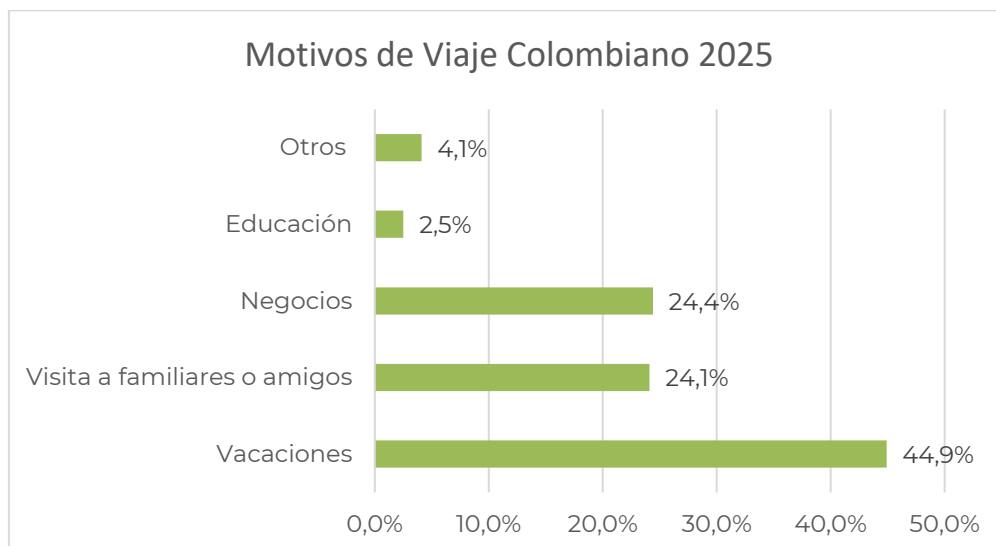
El turismo también tiene un papel fundamental en la economía colombiana. Las proyecciones del WTTC sitúan la contribución total del sector en torno a 21.600 millones de dólares y el 5,1% del PIB, con más de 1,3 millones de empleos vinculados directa e indirectamente. Todo ello confirma que el turismo es un sector estratégico tanto por generación de divisas como por empleo.

– Perfil/es del turista

Tras la estabilización de las cifras en el sector los años posteriores a la pandemia, el comportamiento de los turistas colombianos retomó la senda que venía marcada desde 2019. Por ello, para elaborar el perfil del turista colombiano se han de analizar los motivos para la elección del destino de sus viajes, con quiénes lo realizan y si existe una predilección por determinados lugares. Estos resultados se muestran a continuación.

5

Gráfico 1. Motivos para la elección del destino entre los turistas colombianos (2026)



Fuente: DANE (2025)

Tras el impacto de la pandemia, el flujo de salida de colombianos al exterior se ha consolidado en una etapa de madurez. De acuerdo con el balance de ANATO y Migración Colombia, el año 2025 cerró con un crecimiento del 4,3%, alcanzando el hito de 5,8 millones de viajeros en el extranjero.

A diferencia de periodos anteriores, la dinámica de viajes no estuvo concentrada en el primer semestre, sino que fue escalonada de forma selectiva por las temporadas vacacionales de abril, octubre y diciembre, mientras que los meses de febrero y marzo experimentaron contracciones. Atendiendo a la duración del viaje, la Encuesta de Visitantes Internacionales (EVI) del DANE indica que la estadía media en destinos internacionales se ha estabilizado en un promedio de 16 noches por viaje, reflejando un comportamiento de consumo más planificado y controlado. En contraste, el turismo interno continúa condicionado por trayectos cortos, registrando una permanencia promedio de 3,8 noches por viaje.

El ocio vacacional y la visita a familiares (VFR) siguen liderando el gráfico de motivos. Sin embargo, para este año, aparecen las búsquedas de segmentos especializados que se concentran en destinos románticos y experiencias de bienestar (wellness), consolidando el fenómeno de las bodas de destino.

– Destinos de viaje preferentes.

6

El turismo emisor de Colombia continúa en crecimiento. Estados Unidos mantiene cómodamente el liderato absoluto como receptor principal, mostrando una madurez de mercado con un crecimiento marginal del 0,2%. España consolida fuertemente el segundo lugar histórico, rompiendo la barrera de las 800.000 salidas impulsado por la expansión de frecuencias de operadores como Avianca, mientras que México continúa experimentando una acentuada tendencia a la baja con un fuerte retroceso del -20,0%, afectado directamente por el endurecimiento de los controles migratorios y de visado impuestos a ciudadanos colombianos.

Tabla 1. Destinos preferidos de los turistas colombianos (2017-2025).

	EE.UU.	% Var.	México	% Var.	España	% Var.	Total	% Var.
2017	1.241.956	-4%	396.083	8%	361.638	14%	4.016.597	6%
2018	1.383.457	11%	461.121	16%	426.751	18%	4.368.162	8,8%
2019	1.409.771	2%	498.699	8%	488.947	15%	4.478.963	3%
2020	484.889	-66%	138.648	-72%	105.071	-79%	1.274.836	-72%
2021	1.551.879	220%	411.921	197%	223.149	112%	3.002.692	136%
2022	1.576.363	2%	829.768	101%	587.925	163%	4.930.739	64%
2023	1.568.185	-0,52%	683.678	-17,62%	640.674	8,97%	5.174.032	5%
2024	1.697.330	8,2%	584.729	-14,5%	768.293	19,9%	5.575.551	7,7%
2025	1.700.725	0,2%	467.783	-20%	812.086	5,7%	5.815.300	4,3%

Fuente: Migración Colombia. Cálculos OEE - MinCIT (2026)

De acuerdo con el último balance oficial realizado por la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (ANATO) y Migración Colombia, de los 5,8 millones de colombianos que viajaron al exterior en 2025, los destinos consolidados se mantienen en tendencia de crecimiento salvo en el caso de México. Es importante destacar que en el primer bimestre de 2026, la salida de colombianos al exterior se disparó un 12% (casi 1 millón de viajeros), impulsando nuevos destinos debido a la diversificación de rutas y conectividad aérea:

- Curazao: +89% de crecimiento (El destino revelación del Caribe).
 - Guatemala: +50% de incremento en visitas.
 - El Salvador: +50% impulsado por el turismo de surf y seguridad.
 - República Dominicana: +32% (Punta Cana y Santo Domingo).
 - Panamá: +28% (Consolidado como hub de compras y conexión).
 - Perú: +11% (Preferencia por turismo gastronómico y cultural).
- 7**
- **Canales de comercialización. El gran salto digital. Cambio en las cuotas (60% Presencial / 40% Online).**

Las ventas digitales han ganado un terreno acelerado en el último año. Aunque el canal físico sigue liderando por la asesoría humana en paquetes complejos, las transacciones a través de canales online y aplicaciones móviles escalaron del 30% al 40% de la cuota del mercado:

- Ingresos récords en agencias físicas: Lejos de contraerse, las agencias físicas han capitalizado el "boom" de viajes al exterior de los colombianos. Al cierre de las últimas auditorías sectoriales de la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (ANATO), las agencias tradicionales incrementaron sus ventas generales un 12,9%, impulsadas principalmente por los paquetes de turismo internacional de larga distancia (vuelo + hotel + asistencia).
- Venta directa hotelera y Campañas Masivas: Los hoteles han consolidado sus motores de reserva directa para saltarse las comisiones B2C. En paralelo, iniciativas masivas como el TravelSale® Colombia (organizado por la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico) han superado hitos históricos, superando los \$2,5 billones de pesos en transacciones y potenciando la compra inmediata digital.

- Fortalecimiento Internacional B2B: Las macro-ruedas de negocios de ProColombia como el Colombia Travel Mart y la participación en ferias como FITUR y WTM London se han reorientado con éxito absoluto hacia la diversificación de destinos, sostenibilidad y la atracción de divisas internacionales (las cuales rozaron un récord de \$11.166 millones de dólares para el país).

En el caso de las agencias de viajes físicas, destaca la consolidación de Aviatur y grupos asociados, Servincludidos y Circuito de Viajes Universal. Del mismo modo, el listado está formado por las siguientes:

- **viatur:** Se ratifica como el gigante indiscutible del mercado colombiano. Ha reforzado de forma masiva su ecosistema digital y sus herramientas de autogestión para cuentas corporativas globales y mayoristas.
- **Servincludidos (Hoteles Decameron):** Sigue siendo el gran dinamizador masivo vacacional "todo incluido". Su enfoque en la venta empaquetada nacional (San Andrés, Amazonas, el Eje Cafetero) e internacional (Caribe) mantiene una altísima penetración en el segmento familiar.
- **Circuito de Viajes Universal:** Continúa liderando con éxito los nichos de turismo educativo, excursiones de quinceañeras y planes familiares tradicionales con asesoría a medida en puntos físicos.
- **BCD Travel y CWT (Carlson Wagonlit):** Dominan el mercado corporativo puro de las grandes multinacionales asentadas en Colombia. Han implementado analítica de datos en tiempo real para optimizar las políticas de viaje y reducir la huella de carbono de las empresas.
- **Viajes Éxito y Viajes Falabella:** Los dos reyes del *retail*. Han unificado por completo su estrategia: capturan al cliente mediante agresivas ofertas cruzadas en almacenes de cadena y cierran la compra a través de sus apps y canales unificados de WhatsApp.
- **Galvanta Travel, Nova Tours y Colombian Tourist:** Mantienen su alto estatus en la gestión VIP, turismo corporativo premium, incentivos de lujo y el manejo logístico de grandes congresos internacionales.

En cuanto a las OTAs más relevantes en el mercado colombiano, destacan las siguientes:

- Despegar: Se consolida a la vanguardia de la omnicanalidad en el país. Tras absorber marcas regionales, destaca por la flexibilidad de armado de paquetes dinámicos y la venta masiva de vuelos apoyada en su fuerte ecosistema móvil.
- Booking.com: siendo su principal poco la búsqueda de alojamientos, la plataforma global ofrece reservas en hoteles, apartamentos y hostales.
- PriceTravel: su producto estrella son los paquetes turísticos, contando con una fuerte presencia en Colombia debido a sus promociones, con mucho foco en el Caribe.
- Viator (parte del grupo Tripadvisor): Registra un repunte exponencial debido al cambio en el comportamiento del consumidor colombiano, quien ahora reserva las actividades en destino, excursiones guiadas y pases a parques temáticos de forma online semanas antes de emprender el viaje.

– Situación de la conectividad aérea general.

9

En la actualidad, Colombia cuenta con 14 aeropuertos que gestionan operaciones internacionales, tras la apertura del aeropuerto internacional Golfo de Morrosquillo en Tolú.

El aeropuerto de El Dorado (Bogotá) maneja cerca del 50% del tráfico total de pasajeros y más del 65% de la operación internacional; el aeropuerto de José María Córdova (Medellín) es el segundo aeropuerto en crecimiento de conectividad directa has EEUU, Caribe e incluso España. El resto de aeropuertos, como el de Barranquilla, Cartagena, Bucaramanga, Cúcuta, Leticia, Pereira, Riohacha, San Andrés y Santa Marta destacan por sus operaciones regionales y la conectividad con Centroamérica y destinos del Caribe.

Atendiendo a los datos recogidos por ProColombia, el año 2025 cerró con cifras récord en el ámbito de la conectividad internacional. En una semana típica, Colombia superó de forma consistente las 1.600 frecuencias semanales directas y rebasó la capacidad de 300.000 asientos semanales, manteniendo una conexión directa regular con 29 países estratégicos del mundo. Esto ha estado impulsado por la inauguración continua de nuevas rutas aéreas internacionales, facilitando una oferta acumulada plurianual superior a los 48 millones de asientos. Observando los datos consolidados anuales de la Aeronáutica Civil, el transporte de pasajeros en el país marcó un nuevo récord histórico absoluto al registrar 57.520.767 viajeros totales (tanto nacionales como internacionales), superando de manera notable los 56,5 millones reportados el año previo y blindando la posición del país como uno de los principales centros de conexiones y turismo de Sudamérica.

10

- Avianca: con operaciones a nivel nacional e internacional, es la aerolínea más importante del país y cuenta con más de 90 rutas.
- LATAM Colombia: con operaciones a nivel nacional e internacional, es una filial de LATAM Group y opera aproximadamente 38 rutas.
- Wingo: con operaciones a nivel nacional e internacional, de carácter low-cost y formando parte de Copa Holdings, cuenta con 35 rutas aproximadamente.
- JetSmart Colombia: con operaciones a nivel nacional e internacional, de carácter low-cost, operó en 2024 con 31 rutas.
- Satena: solo opera a nivel nacional y está especializada en conectividad regional remota.
- AerCaribe: especializada en vuelos domésticos, chárter y carga con vuelos al Caribe, Centroamérica y Sudamérica desde Bogotá.
- SARP: realiza vuelos domésticos y chárter con foco en zonas como Putumayo y Amazonia.
- Moon Flights: realiza vuelos nacionales y chárter en la región de Medellín y zonas del Chocó.
- AeroRepública (Wingo): ofrece rutas domésticas low-cost.
- Emirates: de carácter internacional, opera vuelos desde 2024.
- Qatar Airways: de carácter internacional, ha influenciado en el crecimiento de las rutas internacionales en el último periodo recogido.

También se cuenta con la presencia de otras aerolíneas como KLM, Iberia, Neos, Edelwiss, Copa, Sunwing o Arjet, siendo todas ellas de carácter internacional y con más de 110 rutas autorizadas en el último año.

– Tendencias que se observan.

1. Reconfiguración del mercado aéreo por las aerolíneas de bajo coste.

El crecimiento récord de 57,5 millones de pasajeros totales demuestra que el volumen de viajeros viaja de forma más frecuente pero bajo esquemas de tarifas segmentadas ("viajar ligero"). Aerolíneas como **JetSmart y Wingo** están absorbiendo la demanda interna mediante la descentralización de rutas (vuelos directos entre ciudades intermedias sin pasar por Bogotá).

2. Madurez hacia EEUU y consolidación masiva de España.

Estados Unidos es un destino maduro que ya no experimenta crecimientos explosivos (0,2% de variación en 2025), pero mantiene el liderazgo absoluto (29,2% de cuota) enfocado en viajes cortos de alto gasto diario (compras y entretenimiento).

España actúa como el gran motor de crecimiento de larga distancia (+5,7% en 2025, superando los 812.000 viajeros), impulsado por la agresiva adición de frecuencias de Avianca a Madrid y Barcelona, capturando tanto el turismo cultural como el flujo masivo de visitas a familiares.

3. El “Efecto visado y el auge de nuevos destinos emergentes en Caribe. Caída de México

Las trabas migratorias y las inadmisiones en fronteras tradicionales han provocado un desvío inmediato en las búsquedas de los colombianos, lo que ha provocado el desplome del destino mexicano y el aumento de destinos como Curazao (+89%) y República Dominicana (+32%), lo que demuestra que el turista colombiano premia la facilidad de acceso y la rapidez del trámite.

4. Explosión de la omnicanalidad y comercio electrónico (40% online)

– Previsiones.

Teniendo en cuenta el crecimiento sostenido de la oferta de asientos, se prevé que el año **2026** consolide firmemente esta tendencia alcista en la conectividad global. Si bien la persistencia de las tensiones geopolíticas internacionales (especialmente los conflictos en Oriente Medio) y la incertidumbre en los costos de los carburantes suponen desafíos para el sector aéreo global, las estimaciones y realidades del mercado emisor y receptor colombiano se mantienen marcadamente positivas (WTTC)

A partir de las métricas consolidadas por la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (ANATO) sobre los balances históricos de la Aeronáutica Civil, el ritmo de crecimiento en el flujo masivo de pasajeros —que ya superó la barrera histórica de los **57,5 millones de viajeros anuales**— proyecta mantener una dinámica favorable en todas las operaciones nacionales e internacionales. Esto valida la resiliencia del consumidor colombiano para priorizar los viajes internacionales en temporadas clave como agosto y octubre.

En el mapa sectorial actual, destaca la expansión acelerada de segmentos premium de alto impacto económico. De igual forma, el **turismo de negocios (MICE)** muestra una evolución notable y sostenida, apalancada en la reactivación de grandes congresos

corporativos en capitales principales y la conectividad transatlántica de aerolíneas globales (Fuente: Statista)

Por todo ello, se prevé que el sector turístico colombiano alcance un aporte histórico sin precedentes a la economía nacional y a la generación de empleo formal en las regiones. Respaldo por una omnicanalidad que ya acapara el 40% del mercado digital, una oferta aérea diversificada por operadores tradicionales y de bajo costo, y una promoción internacional de alto valor enfocada en la sostenibilidad, **2026 se ratifica como el año de consagración definitiva del turismo como uno de los pilares estructurales más dinámicos del Producto Interno Bruto (PIB) del país.** [WTTC]

ANÁLISIS DEL MERCADO EMISOR HACIA ESPAÑA

Las llegadas y el gasto de los turistas colombianos experimentan un crecimiento histórico

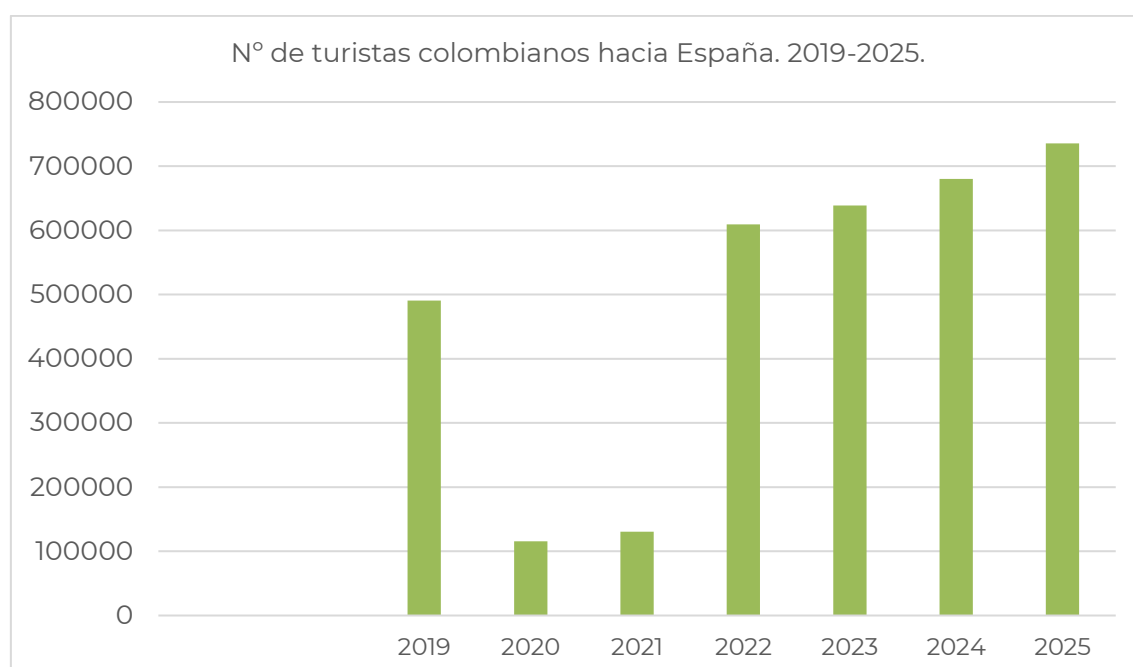
- Evolución de las entradas de turistas en España desde 2016.

El número de turistas colombianos que viajan a España aumentó considerablemente tras la exención del visado Schengen. No obstante, se prevé que en 2026 entre en vigor el sistema ETIAS para viajar a Europa, lo que puede suponer un reajuste de este flujo de entrada.

Tras el impacto de la pandemia, el número de turistas se ha ido estabilizando hasta superar cifras superiores al 2019, en el que el sector ya presentaba una tendencia en crecimiento muy positiva. De acuerdo con los datos de Frontur, en 2025, España experimentó una llegada histórica de turistas colombianos siendo el destino de 735.308 pasajeros. Esta cifra supone un aumento del 7,85% con respecto al año anterior.

13

Gráfico 3. Número de turistas colombianos que viajan a España y la variación interanual. 2016-2025.



Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos de FRONTUR – INE

La participación de los turistas colombianos sobre el total de turistas procedentes de Centroamérica y Sudamérica resulta predominante suponiendo casi un cuarto del total durante el último año. Esto consolida la evolución positiva de la participación colombiana en el turismo español que ya se observaba durante los últimos años.

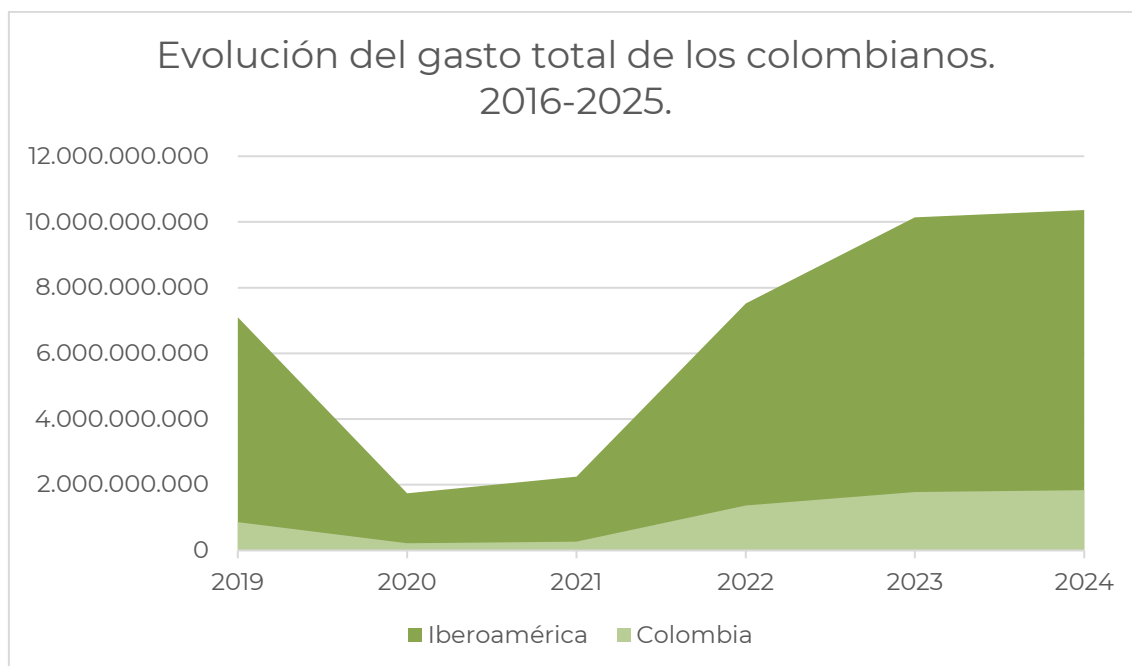
- Evolución del gasto total, gasto medio por turista y gasto medio diario, desde 2016.

El gasto del turista colombiano durante su estancia en España es elevado. Si bien en 2016 era de 557.543.209 euros, el 2025 alcanzó los 2.244 millones de euros, lo que supone que se ha casi cuadruplicado el gasto. Asimismo, atendiendo a la variación con respecto al 2024, se aprecia un incremento del XX pasando de 1.836 millones a 2.244

Teniendo en cuenta la participación del gasto del total de los turistas iberoamericanos, el gasto de los turistas de Colombia represento el 16 % del total en 2025. Esta cifra ratifica la tendencia al crecimiento que lleva mostrándose durante años pues, al inicio de la serie en 2016 su representación sobre el total era del 11,92 %.

14

Gráfico 4. Evolución del gasto total de los iberoamericanos y colombianos. 2019-2025. Cuota de participación del gasto procedente de los colombianos sobre el gasto total de Iberoamérica en España.

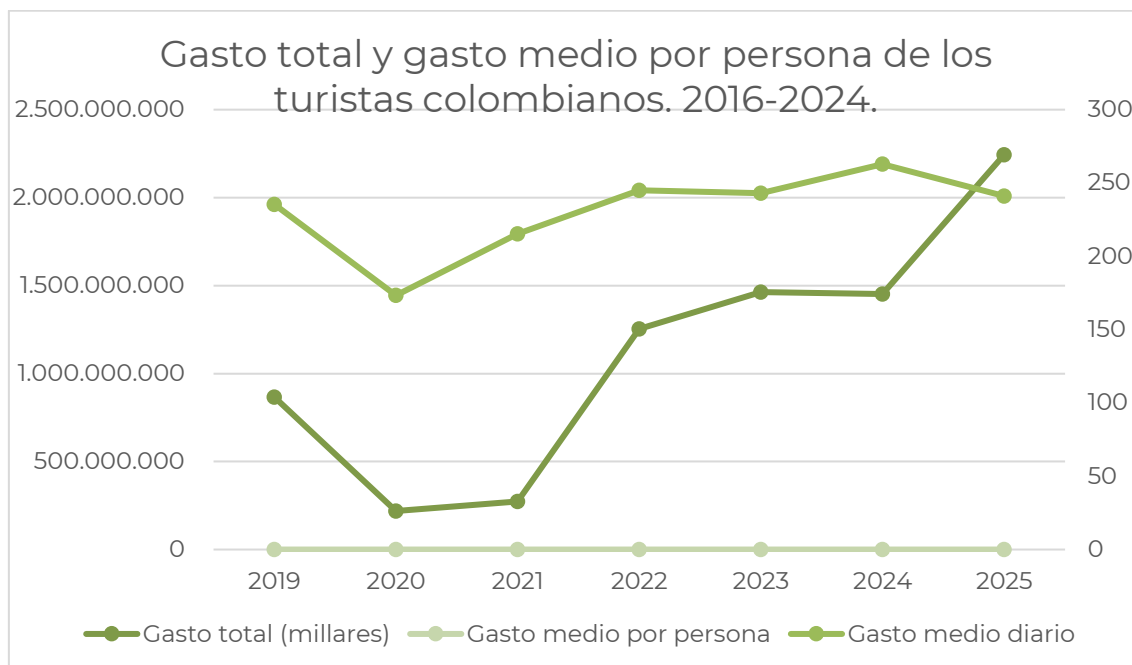


Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos de EGAGUR – INE

El gasto medio por persona experimentó una ligera caída en el 2024 que se ha recuperado en 2025, pasando de 2.135 € en 2024 a 2.447. Esta variación supone un 14,61%. Lo que supone una nueva cifra récord de gasto para el mercado.

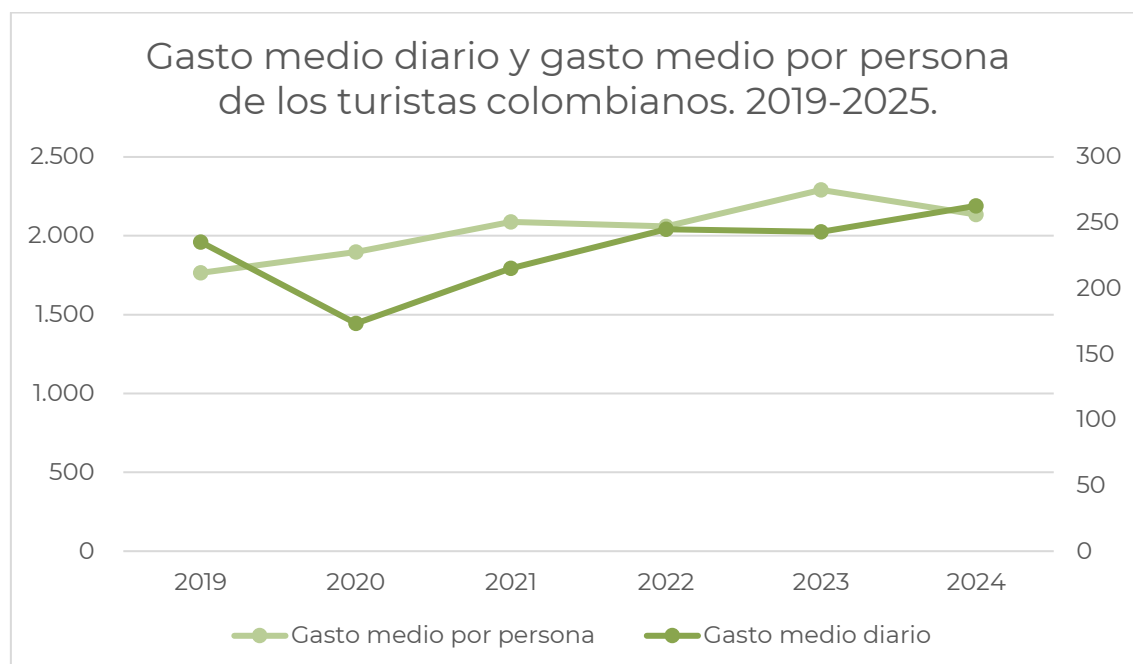
Por otro lado, observando el gasto medio diario, en 2025 la cifra registra un ligero descenso. Si en 2023 fue de 243 €, pasó a ser de 263 € en 2024 suponiendo un incremento del 8,23 %, en 2025 vuelve a cifras cercanas a las del 2023 con una media de 241 €. El incremento de la estancia media que sube a 10,3 días en 2025 frente a los 8,3 del 2024 explica estas diferencias.

Gráfico 5. Gasto total y gasto medio diario y gasto medio por persona de los turistas colombianos (€). 2019-2025.



Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos de EGATUR – INE

Gráfico 6. Gasto medio por turista (€). 2019-2025.



Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos de EGATUR – INE

La tendencia anterior a la pandemia mostraba al turista colombiano en España una tendencia de gasto más baja que el promedio del iberoamericano. Esta diferencia se ha reducido notablemente tras la pandemia.

– Destinos más visitados en España.

El número de llegadas de turistas colombianos que llegaron a España en 2025 superó los 730.00. En este caso, la comunidad que recibió más viajeros fue la Comunidad de Madrid teniendo cerca del 60 % de la representación, seguida de Cataluña, con un 17,33 %.

En el caso del 2024, España recibió a 680.026 turistas procedentes de Colombia, lo que supuso un aumento del 6,5 % con respecto al año anterior. En este caso, la Comunidad de Madrid continuó liderando en participación con el 59,49 %, seguido también de Cataluña, con un 19,71 %.

Tras ellas, los turistas colombianos optaron por destinos como la Comunidad Valenciana, Andalucía, Galicia, Baleares y País Vasco, aunque con una representación muy alejada de las principales.

Tabla 3. Número de llegadas y cuota de participación por CC.AA.

	2023	Participación	2024	Participación	2025	Participación
Andalucía	32.408	5.07%	34.397	5.06%	37.274	5,08%
Cataluña	114.416	17.91%	134.107	19.71%	127.081	17,33%
C. de Madrid	386.835	60.57%	404.572	59.49%	439.948	59,98%
C. Valenciana	32.216	5.04%	46.023	6.77%	42.402	5,78%

Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos de FRONTUR – INE

– Capacidades aéreas.

La máxima capacidad se da en temporada de verano donde existen 97 vuelos semanales conectando Bogotá, Cali, Cartagena y Medellín con Madrid y Barcelona. Además, en la temporada de verano y otros periodos de alta demanda las rutas se ven modificadas para ampliar sus frecuencias.

Cartagena-Madrid: Es la gran novedad de la compañía World2Fly que estrena oficialmente esta ruta directa el 3 de julio de 2026. Operará 1 frecuencia semanal fija todos los viernes de cara a la temporada de verano (inicialmente planificada hasta finales de agosto)

17

Tabla 4. Conectividad y número de vuelos directos Colombia-España. Julio 2025/26.

Origen/Destino	Iberia		Avianca		Air Europa		Plus Ultra		Latam		World2Fly		TOTAL	
	2025	2026	2025	2026	2025	2026	2025	2026	2025	2026	2025	2026	2025	2026
Bogotá-Madrid	21	21	21	28	7	7	4	0	7	7			60	60
Bogotá-Barcelona			10	14									10	10
Cartagena-Madrid							4	0				1	4	4
Cali-Madrid			3	3							2	2	5	5
Medellín-Madrid			7	7	7	7							14	14
TOTAL	21	21	41	52	14	14	8	0	7	7	2	3	93	97

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Google Flights

El 2 de junio de 2026 Plus Ultra dejó de operar la ruta que conectaba Madrid, Bogotá y Cartagena de Indias, debido al aumento del precio del combustible y la elevada carga impositiva de las tasas aeroportuarias en Colombia.

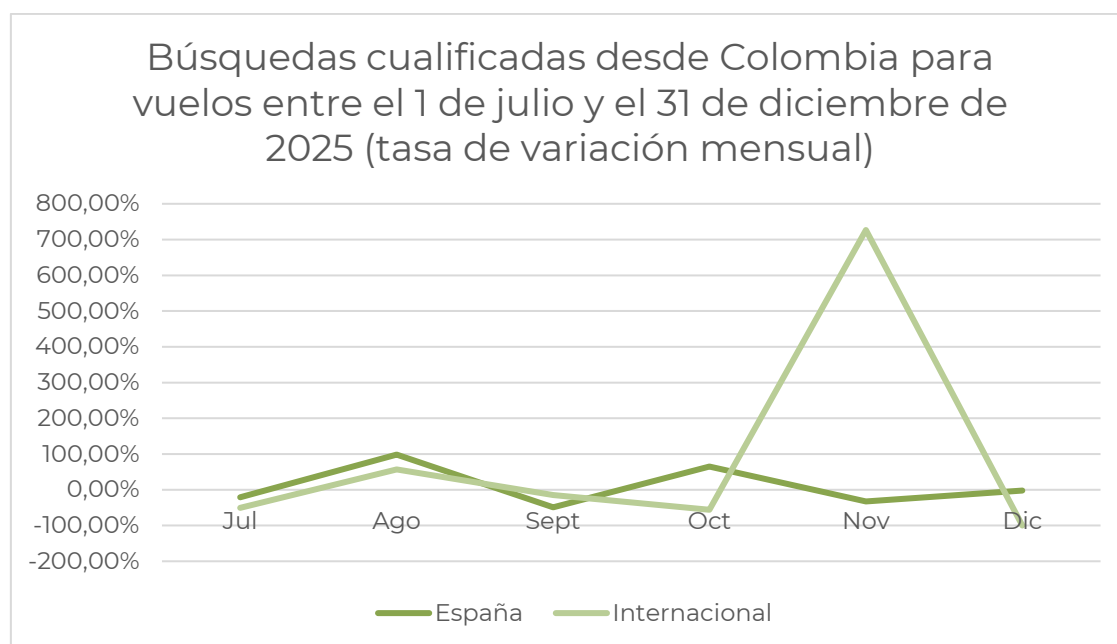
Según datos de las búsquedas de Google Flights y otros buscadores especializados como Skyscanner o Kiwi, Madrid y Barcelona se consolidan con firmeza como las dos ciudades españolas más demandadas por los viajeros colombianos.

Asimismo, atendiendo a las búsquedas realizadas en Google por parte de los colombianos en 2025-2026, se observa lo siguiente:

- **Agosto (El pico del verano):** Continúa marcando la tendencia más alta en intenciones de viaje hacia España. Los colombianos buscan activamente este mes para coincidir con las vacaciones del verano europeo y las ferias locales.
- **Octubre (El repunte de otoño):** Se consolida como un mes de altísima predilección para el público colombiano. Esto se debe a la búsqueda de la "Semana de Receso Escolar" en Colombia (un fenómeno vacacional que dispara las búsquedas de trayectos internacionales) sumado a la ventaja de encontrar tarifas de baja temporada en el hemisferio norte.
- **Noviembre (El giro hacia Norteamérica y el Caribe):** Tal como describe la tendencia histórica, en noviembre el interés por España disminuye en los buscadores. El tráfico de consultas se redirige de manera masiva hacia **Estados Unidos** (impulsado por la planificación de la semana de *Acción de Gracias* y las compras de *Black Friday*) y hacia **destinos de playa en el Caribe** (como Punta Cana, San Andrés o Cancún), que dan inicio formal a su temporada alta.

18

GRÁFICO 8. Búsquedas cualificadas desde Colombia para vuelos entre el 1 de julio y el 31 de diciembre de 2025.



Fuente: Google Trends

– Perfil/es del turista.

El perfil de los turistas colombianos que visitan en España es se mantiene estable con respecto a tendencias previas. Cuando realizan viajes a destinos europeos, se ven motivados por su interés por conocer la cultura y el patrimonio, degustar la gastronomía y realizar sus compras.

Atendiendo a su perfil sociodemográfico, los datos más recientes de Hosteltur destacan al turista colombiano de perfil premium, pues más del 28% cuenta con estudios superiores y son de clase media-alta. Asimismo, la edad promedio se sitúa entre los 25 y 44 años siendo un turista joven-adulto. El turista colombiano viaja a España en solitario o acompañados por su pareja o su familia en función del tipo de experiencia que pretende encontrar.

También resulta destacable el alto grado de fidelidad del turista colombiano con España, pues más del 90 % de quienes han viajado internacionalmente han visitado un destino español en alguna ocasión. Esto se debe a su conectividad aérea, pues es el país que cuenta con el mayor número de conexiones con España de Latinoamérica, y al importante lazo cultural que existe entre los dos países.

19

– Posicionamiento e imagen de España.

España y Colombia cuentan con una buena relación, lo que posiciona al país como uno de los lazos más importantes de Colombia con Europa. Esta afinidad puede observarse en sus relaciones comerciales y en las políticas relacionales sólidas entre ellos que siguen estando vigentes desde su establecimiento en 1881. Además, este vínculo diplomático se ha fortalecido con los años a través de visitas oficiales y acuerdos en justicia, inversión y cooperación.

Observando la información procedente de las encuestas al viajero más recientes, el turista colombiano posiciona a España como un destino vinculado a la cultura, el patrimonio histórico y el arte. Además, es el segundo destino extranjero más elegido por los colombianos debido a la rica oferta turística ofrecida por el sector español.

Estos factores sumados a la representación de la comunidad colombiana en la sociedad española, pues es el tercer grupo poblacional de nacionalidad extranjera más numeroso. Analizando las cifras registradas por el INE en 2024, en España hay 587.477 residentes colombianos y en el tercer trimestre del año se convirtió en la nacionalidad con mayor número de nuevos residentes.

En el plano económico, España cuenta con una gran presencia en el ámbito comercial y de inversiones. Atendiendo a los últimos datos del Ministerio de Exteriores, se estima que más de 1.000 empresas españolas tienen presencia en Colombia, acumulando una

inversión de 32.000 millones de €. Asimismo, el turismo también se muestra como un motor clave en las relaciones entre los países de forma recíproca de intercambio y promoción.

- **Comercialización del destino España en los distintos canales.**

Para la comercialización de España como destino turístico, se ha optado por campañas institucionales y de comunicación digital atendiendo a las nuevas demandas del mercado. Para ello, Turespaña ha impulsado estrategias de promoción que lo posicionan junto a valores como la sostenibilidad y la relevancia cultural. En cuanto a la comunicación digital, la información sobre España puede encontrarse en la web propia de Spain.info, así como en los diferentes canales de redes sociales. Destaca la presencia de LinkedIn, que cuenta con un perfil propio para el mercado colombiano, mientras el resto de cuentas tiene un foco más generalizado para el público latinoamericano.

La presencia en ferias, eventos y acciones B2B también cuenta con gran relevancia, especialmente para dar a conocer España entre las agencias mayoristas y minoristas, medios, turoperadores y aerolíneas de Colombia. Por su parte, la colaboración con aerolíneas resulta crucial para reforzar la conectividad y facilitar la movilidad. El segmento premium y de lujo ha ganado un protagonismo sin precedentes; la Comunidad de Madrid y Cataluña (Barcelona) se consolidan como los dos grandes polos receptores de este perfil, capturando el mayor gasto hotelero en categorías superiores, seguidos por destinos de alta exclusividad como la Costa del Sol.

- **Incidencia en el turismo hacia España de la tramitación de visados (en su caso) y la situación en relación con otros destinos competidores.**

Aunque los turistas colombianos pueden visitar España para estancias turísticas de hasta 30 días sin la necesidad de visado, se prevé que en 2026 se aplique el sistema ETIAS para acceder a Europa. Este sistema no intervendrá de forma agresiva en la entrada de turistas colombianos, pues se espera que sea un trámite sencillo gestionado electrónicamente y que contará con una baja tasa de rechazo. No obstante, hasta la fecha, la ausencia del requisito del visado ha facilitado la entrada de visitantes y ha posicionado a España en una situación aventajada con respecto a otros países no Schengen.

En comparación con otros destinos europeos, España destaca por su alta conectividad aérea con Colombia y la ausencia de barreras lingüísticas. Estos factores contribuyen a que los turistas opten por los destinos españoles frente a sus competidores europeos principales: Francia, Italia y Portugal. Además, debido a las restricciones de entradas más severas de Reino Unido al no formar parte del Espacio Schengen, aumenta la ventaja competitiva de España en este aspecto.

– Tendencias que se observan en los viajes hacia España.

El mercado emisor colombiano muestra una sólida madurez tras superar la fase de recuperación postpandemia. El sector turístico ha seguido creciendo orgánicamente, consolidando a España como el principal destino de larga distancia para los colombianos. De acuerdo con los datos históricos de FRONTUR, el flujo de visitantes rompió récords al registrar un crecimiento del 7,85% en el cierre anual, consolidando una base de viajeros muy superior a las series históricas.

Atendiendo al gasto de los turistas colombianos, la tendencia es sumamente positiva. El gasto medio por persona se recuperó de forma contundente en el cierre anual, alcanzando los 2.447 € por viajero, lo que representa un incremento del 14,61% y marca una nueva cifra récord de consumo para este mercado. Cruzando estos datos con la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH), el turista que opta por establecimientos hoteleros genera un gasto medio diario (ADR) de 148,50 € en la Comunidad de Madrid y de 156,20 € en Cataluña, demostrando un alto poder adquisitivo.

El turista colombiano que viaja a España tiene un perfil socioeconómico medio-alto y se encuentra en un rango de edad de entre 25 y 44 años. Siente un especial interés por el turismo cultural, de naturaleza y de negocios (segmento MICE), complementando su viaje con experiencias vinculadas a la gastronomía y las compras de retail. Por sus preferencias y capacidad, el turista colombiano es el público objetivo idóneo para servicios de lujo, tours gastronómicos especializados y eventos culturales de alto valor.

– Previsiones.

Los datos de llegadas y gasto en España de los turistas colombianos son optimistas de cara al próximo año. La excelente conectividad aérea es crucial para que el flujo de viajeros incremente, reforzada por la consolidación de rutas clave de operadores estables como Iberia, Air Europa y LATAM, que absorben el mercado tras la salida de Plus Ultra. Los datos de consolidación anual confirman que la tendencia alcista se mantiene blindada. El mercado ha estabilizado un flujo constante en los cuatrimestres de viaje, superando los márgenes de gasto previos con incrementos sostenidos. Esto augura que el mercado emisor de Colombia seguirá siendo uno de los más dinámicos, rentables y estables de toda Iberoamérica para el sector turístico español.

Los datos del primer cuatrimestre de 2026 respecto al 2025 también son positivos, augurando la consolidación de la tendencia de crecimiento, ya que en el primer cuatrimestre el crecimiento de llegadas se sitúa en un +2,1% interanual.

CONCLUSIONES Y VALORACIÓN

El mercado emisor de Colombia consolida su madurez histórica y se posiciona como un emisor premium estratégico para España.

El mercado de turistas colombianos ejerce un impacto económico y estratégico fundamental en el sector turístico español. La sólida relación diplomática, comercial y cultural consolidada desde 1881, sumada a la exención de la visa Schengen, sitúa a España como el destino europeo preferido por los viajeros de esta nacionalidad (pp. 12, 18, 20). A nivel global, este vínculo se traduce en que España es el segundo destino internacional más importante para Colombia, únicamente superado por la proximidad geográfica de Estados Unidos. Los indicadores de flujo y consumo confirman un salto cualitativo sin precedentes.

Tras el periodo de estabilización postpandemia, en el cierre anual España registró la llegada histórica de 735.308 turistas colombianos a través de FRONTUR, lo que representa un incremento del 7,85% (p. 12). En el plano financiero, la evolución medida por EGATUR es aún más sobresaliente: el gasto total anual escaló hasta los 2.244 millones de euros, capturando el 16% de la participación de todo el gasto procedente de Iberoamérica en España y multiplicando casi por cuatro los registros de la década pasada. Este crecimiento viene respaldado por una recuperación contundente del gasto medio por persona, el cual avanzó un 14,61% hasta situarse en los 2.447 € por viajero, compensando con creces la moderación del gasto diario (241 €) gracias a una extensión notable de la estancia media, que se situó en 10,3 días (p. 13). La oferta turística de España se alinea de forma orgánica con las nuevas exigencias de este mercado (p. 20). El perfil actual del turista colombiano —caracterizado por un rango de edad joven-adulto de entre 25 y 44 años, estudios superiores y un poder adquisitivo medio-alto— muestra una clara preferencia por el turismo cultural, el patrimonio, la gastronomía y las compras de retail.

Asimismo, el robustecimiento de la conectividad aérea —que alcanza una capacidad máxima histórica de 97 vuelos semanales directos en temporada estacional hacia Madrid y Barcelona— ha facilitado la diversificación hacia segmentos de alto valor añadido (pp. 15-16). Entre ellos destaca el turismo de negocios (MICE) y el auge del turismo de romance y bodas de destino, donde Colombia aporta un consumidor altamente rentable y socialmente sostenible (pp. 6, 10, 19). Geográficamente, la Comunidad de Madrid y Cataluña ratifican su liderazgo absoluto en la captación del mercado, concentrando el 59,98% (439.948 viajeros) y el 17,33% (127.081 viajeros) de las llegadas totales, respectivamente. El reto inmediato para el sector radica en capitalizar la alta fidelidad del viajero colombiano (donde más del 90% repite visitas a destinos nacionales) para fomentar la dispersión hacia comunidades emergentes. De cara al

horizonte operativo actual, el primer cuatrimestre ya confirma una tendencia alcista blindada, anotando un crecimiento interanual del +2,1% en la llegada de visitantes.

Aunque la volatilidad del peso colombiano frente al euro inducirá a una fase de optimización presupuestaria por parte de las familias —moderando el avance del gasto total por viaje en un rango de entre el 4,5% y el 6,0%—, el volumen bruto de ingresos turísticos se mantendrá en máximos históricos (p. 21). La reprogramación de la tasa ETIAS para 2027 despeja el panorama normativo a corto plazo, garantizando que la agresiva oferta de asientos intercontinentales consolide a Colombia como uno de los pilares más dinámicos, rentables y estables para el turismo en España.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA

