

Estudio

# PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN EL TURISMO EN BOGOTÁ:

Comportamiento de la oferta y demanda (2021)





CLAUDIA NAYIBE LÓPEZ HERNANDEZ

**Alcaldesa Mayor de Bogotá**

ALFREDO BATEMAN SERRANO

**Secretario De Desarrollo Económico**

KAROL FAJARDO MARIÑO

**Directora General**

**Instituto Distrital de Turismo**

MAURICIO JAVIER OSPINA TORRES

**Asesor**

**Observatorio de Turismo**

LUIS FERNANDO PINEDA GONZALEZ

MILE LORENA PIÑEROS DUEÑAS

PAOLA ANDREA SÁNCHEZ PRIETO

DIEGO ALEJANDRO RODRÍGUEZ

**Investigadores**

DUBER OCHICA SOLER

**Diseño**

**Contacto**

Instituto Distrital de Turismo

[www.idt.gov.co](http://www.idt.gov.co)

Bogotá D.C. 2022

## PRESENTACIÓN

El Instituto Distrital de Turismo - IDT es la entidad encargada de impulsar y promocionar la actividad turística de la Bogotá, llevando a cabo la ejecución de políticas, planes y programas; a su vez, gestiona mejores condiciones de competitividad y sostenibilidad y, así posicionar a Bogotá como destino turístico sostenible a nivel local, nacional e internacional. En línea con el cumplimiento de los objetivos trazados, el Instituto realiza su gestión a través de diferentes áreas misionales.

Así pues, el IDT cuenta con el Observatorio de Turismo, el cual tiene por objeto desarrollar, producir y analizar las operaciones estadísticas y no estadísticas que se requieran del sector turismo de Bogotá, a través de la sistematización, investigación y divulgación de la información; velando por la confiabilidad, coherencia y oportunidad de los resultados obtenidos, para la planeación y toma de decisiones tendiente al desarrollo económico y sostenible de la industria turística de la ciudad de forma articulada con los niveles local, regional, nacional e internacional.

De acuerdo con lo anterior, el Observatorio de Turismo del Instituto Distrital de Turismo durante el año 2021 realizó ejercicios de recolección, análisis y reporte de información turística de interés para el sector y para otro tipo de usuarios. En el presente estudio, se describen las principales variables sobre la participación de la mujer en el turismo en Bogotá vista desde el lado de la demanda y también de la oferta, bajo el marco de la Política Pública de Mujeres y Equidad de Género, desarrollada por la Secretaría Distrital de la Mujer.

La Política busca modificar progresivamente y de forma sostenible las condiciones de desigualdad, discriminación y violencias, que por razones de género enfrentan las mujeres, tanto en el ámbito público como privado, a

su vez, establece los 8 derechos priorizados por las mujeres de Bogotá: paz, vida libre de violencias, educación, derechos económicos, salud, participación, educación no sexista y cultura libre de sexismos (Secretaría de La Mujer , 2021).

Para generar los resultados del estudio en mención se tomaron datos de la Investigación Viajeros en Bogotá 2021, la cual, permite caracterizar y cuantificar a las mujeres turistas que llegaron a Bogotá durante el año, además se logra describir datos relevantes de los viajes. En contraste, para la medición de la oferta se tomó información publicada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE, a través de la Gran Encuesta Integrada de Hogares – GEIH (2021), la cual brinda un importante banco de información para el análisis del comportamiento de los principales indicadores del mercado laboral en el país.

## CONTENIDO

PRESENTACIÓN .....	3
INTRODUCCIÓN.....	6
OBJETIVOS.....	8
Objetivo General.....	8
Objetivos Específicos.....	8
CONCEPTOS BÁSICOS .....	9
CONTEXTO GENERAL DE LA PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN EL TURISMO ..	11
RESULTADOS.....	16
PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES COMO TURISTAS EN BOGOTÁ .....	16
PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES EN EL MERCADO LABORAL DEL SECTOR TURISMO DE BOGOTÁ .....	33
INFORMALIDAD LABORAL .....	35
CALIDAD DEL EMPLEO .....	38
Estabilidad laboral.....	38
Subempleo.....	40
Ingresos laborales.....	43
CARACTERIZACIÓN DE LAS MUJERES EMPLEADAS EN EL SECTOR.....	47
Edad .....	47
Estrato socioeconómico.....	48
Nivel de escolaridad.....	49
CARACTERÍSTICAS EN EL EMPLEO.....	50
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	53
BIBLIOGRAFÍA.....	55
ANEXOS.....	56
DISEÑO ESTADÍSTICO INVESTIGACIÓN VIAJEROS EN BOGOTÁ.....	56
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS MERCADO LABORAL .....	65

## INTRODUCCIÓN

Durante las últimas décadas, el turismo ha experimentado un crecimiento continuo y una importante diversificación hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez a nivel mundial. Según la Organización Mundial Del Turismo - OMT, el turismo es parte fundamental del progreso socioeconómico, pues este presenta una estrecha relación con el desarrollo social y cultural de las regiones, las cuales se inscriben en el número creciente de nuevos destinos (Organización Mundial Del Turismo, 2015).

Conforme con la repercusión que se presentó en el sector turístico con la pandemia de Covid-19, desde el año 2020, se hace más importante integrar las políticas de turismo, las necesidades y preocupaciones de las poblaciones que fortalecen la industria turística, puntualmente, en el presente estudio se describen las características del comportamiento de las mujeres en el sector.

De acuerdo con el documento sobre las Orientaciones para la incorporación de una perspectiva de género en el sector público, de la OMT, el sector público tiene la responsabilidad de incorporar en su trabajo la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres, en línea con los compromisos adquiridos por los gobiernos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (en concreto, el Objetivo 5, Igualdad de género) (Organización Mundial del Turismo, 2022).

Lo anterior, también sujeto a los tratados internacionales sobre los derechos de las mujeres, tales como la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer, convenciones al respecto de la Organización Internacional del Trabajo –OIT como el Convenio relativo a la protección de la maternidad, del año 2000, y el Convenio sobre la Violencia

y el Acoso, adicionalmente de la revisión de otras políticas y acuerdos nacionales y regionales (Organización Mundial del Turismo, 2022).

El objetivo final es conseguir la igualdad de género, basado en el principio central de la Agenda 2030, No dejar a nadie atrás, el cual exige prestar atención a las múltiples e interconectadas situaciones de discriminación y desigualdad, por lo que es relevante integrar las consideraciones de igualdad de género en todos los aspectos de la planificación y la programación turística. Para ello, es importante actuar tanto a nivel programático como a nivel institucional<sup>1</sup>, enfocado en la incorporación de una perspectiva de género.

Además, la incorporación mencionada requiere una estrategia dual, lo que significa: integrar el género en los programas y funciones existentes, e integrar intervenciones dirigidas específicamente a las mujeres y las niñas en toda su diversidad.<sup>2</sup>

Lo anterior basado en dos enfoques: integrados y dirigidos, el primero responde a la perspectiva de género que está integrada en todos los programas y las funciones del ámbito del turismo y, el segundo a las intervenciones dirigidas específicamente a las mujeres y las niñas en el turismo.

En consecuencia, desde el Observatorio de Turismo de Bogotá se presentan los resultados de la participación de la mujer en la oferta y la demanda del sector turismo en Bogotá (año 2021), dando así, continuidad a la generación de información necesaria para la toma de decisiones.

---

<sup>1</sup> <sup>2</sup> ONU Mujeres (2021), Gender mainstreaming: A global strategy for achieving gender equality and the empowerment of women and girls, ONU Mujeres, Nueva York, disponible en línea en: <https://www.unwomen.org/en/digital-library/publications/2020/04/brochure-gender-mainstreaming-strategy-for-achieving-genderequality-and-empowerment-of-women-girls>

## OBJETIVOS

### Objetivo General

Caracterizar la participación de la mujer en el turismo en Bogotá, tanto en la demanda como en la oferta, durante el año 2021.

### Objetivos Específicos

- Describir el perfil de las mujeres turistas que visitaron Bogotá en 2021.
- Identificar el porcentaje de participación de las mujeres turistas en Bogotá y sus características como, edad, ocupación y nivel de escolaridad.
- Conocer el principal motivo de viaje, lugar de alojamiento y gasto de las mujeres turistas en Bogotá.
- Determinar el comportamiento del mercado laboral en el sector turismo para las mujeres en Bogotá.
- Identificar las características sociodemográficas y del contrato laboral de las mujeres que trabajan en el sector turismo de Bogotá.
- Conocer el porcentaje de informalidad y subempleo que hay entre las mujeres que trabajan en el sector turismo de Bogotá.
- Reconocer algunas diferencias entre hombres y mujeres respecto a las condiciones laborales que se presentan en el sector turístico en Bogotá.



## CONCEPTOS BÁSICOS

**Asalariados:** Son todos aquellos trabajadores que tienen el tipo de empleo definido como empleos asalariados.

**Destino (destino principal) de un viaje:** El lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje.

**Empleo:** generación de valor a partir de la actividad producida por una persona. Es decir, el empleado contribuye con su trabajo y conocimientos en favor del empleador, a cambio de una compensación económica conocida como salario.

**Empleado:** El empleado es la ocupación remunerada, es decir, las personas desarrollan un trabajo por el cual reciben una remuneración.

**Empleadores:** Son aquellos trabajadores que, trabajando por su cuenta con uno o más socios, tienen el tipo de empleo definido como empleo independiente y que, en virtud de su condición de tales, han contratado a una o varias personas para que trabajen para ellos en su empresa como asalariados a lo largo de un período continuo que incluye el período de referencia.

**Gasto turístico:** Hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos. Incluyen los gastos realizados por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros.

**Grupo de viaje:** Se define como visitantes que realizan juntos un viaje y comparten los gastos vinculados con el mismo.

**Informalidad laboral:** La informalidad la laboral puede ser medida: la contribución al sistema de pensiones, contribución al sistema de salud,

recibir los beneficios principales, garantizar subsidios y el derecho a vacaciones con sueldo y, la existencia de un contrato laboral escrito; se determinó que el criterio con mayor relevancia y el que será implementado en el presente estudio es la contribución al Sistema General de Pensiones.

**Lugar de residencia habitual:** Es el lugar geográfico en que la persona empadronada reside habitualmente, y se define por la ubicación de su vivienda principal.

**Motivo (principal) de un viaje turístico:** Se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar. La clasificación de los viajes turísticos con arreglo al motivo principal hace referencia a nueve categorías; esta tipología permite identificar diferentes subconjuntos de visitantes (visitantes de negocios, visitantes en tránsito, etcétera).

**Población económicamente activa:** Fuerza de trabajo que abarca todas las personas de uno u otro sexo que aportan su trabajo para producir bienes y servicios, definidos según y cómo lo hacen los sistemas de cuentas nacionales durante un período de referencia especificado.

**Subempleo:** Grupo de trabajadores que manifiestan encontrarse en una situación de empleo inadecuado durante cierto periodo de tiempo, ya sea porque desean cambiar su situación laboral actual y/o por razones que restringen el desarrollo de sus capacidades y su bienestar.

**Sectores turísticos:** Son los sectores económicos que están relacionados directamente o de forma conexas a las actividades que hacen parte de la cadena de valor del turismo, en los que se consideran los sectores directos al turismo (Alojamiento - Agencias de viajes), sectores conexos (Alimentos y bebidas – Congresos, Ferias y Convenciones - Esparcimiento) y el sector de transporte (Transporte aéreo - Transporte terrestre).

## CONTEXTO GENERAL DE LA PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN EL TURISMO

El turismo es un componente clave para el cumplimiento de los compromisos que hacen parte de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, entre ellos los relacionados con la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en los distintos roles de la sociedad.

De acuerdo con la segunda edición del Informe mundial sobre las mujeres en el turismo, desarrollado por la OMT, es fundamental examinar los factores relevantes que contribuyen a la igualdad de género en el sector turístico, a su vez, en este se resaltan los retos existentes y se proponen algunas acciones para mitigar la desigualdad y aprovechar el potencial de esta industria para lograr igualdad y empoderamiento de las mujeres en el mundo.

Por lo tanto, en el informe se describen cinco áreas temáticas: empleo, empoderamiento, educación y capacitación, liderazgo, políticas y adopción de decisiones y, comunidad y sociedad civil; estas bajo el marco de cinco Objetivos de Desarrollo Sostenible:

### **Objetivo de Desarrollo Sostenible 1- Fin de la pobreza:**

Siendo uno de los sectores económicos con mayores dimensiones del mundo, y uno de los que registra un crecimiento más rápido, el turismo se encuentra en una buena posición para fomentar el crecimiento económico y el desarrollo a todos los niveles y aportar ingresos mediante la creación de empleo. El desarrollo del turismo sostenible, y su incidencia en las comunidades, puede vincularse con los objetivos nacionales de reducción de la pobreza, con los relacionados con la promoción del emprendimiento y los pequeños negocios, y con el empoderamiento de los grupos menos

favorecidos, en particular las mujeres y los jóvenes (Organización Mundial de Turismo, 2021).

#### **Objetivo de Desarrollo Sostenible 4- Educación de calidad:**

Para que el turismo prospere hace falta una fuerza de trabajo debidamente formada y competente. El sector puede aportar incentivos para invertir en educación y en formación profesional y ayudar a la movilidad laboral a través de acuerdos transfronterizos sobre cualificaciones, estándares y certificaciones. En particular, los medios dedicados a la educación deberían beneficiar a los jóvenes, las mujeres, las personas mayores, los pueblos indígenas y las personas con necesidades especiales, ya que el turismo tiene la capacidad de promover la inclusividad, los valores de una cultura de tolerancia y de paz, así como la interactividad de la ciudadanía a escala global (Organización Mundial de Turismo, 2021).

#### **Objetivo de Desarrollo Sostenible 5- igualdad de género:**

El turismo puede empoderar a las mujeres de múltiples formas, y en particular mediante la provisión de puestos de trabajo y oportunidades de generación de ingresos en empresas, grandes, medianas y pequeñas, relacionadas con el turismo. Siendo uno de los sectores con un mayor porcentaje de mujeres empleadas y emprendedoras, el turismo puede servir para liberar el potencial de las mujeres y ayudarlas a participar plenamente y a emanciparse en todos los ámbitos de la sociedad (Organización Mundial de Turismo, 2021).

#### **Objetivo de Desarrollo Sostenible 8- Trabajo decente y creciente económico:**

El turismo es una de las fuerzas motrices del crecimiento económico mundial y actualmente responsable por creación de 1 de cada 11 puestos de trabajo. Dando acceso a oportunidades de trabajo decente en el sector

turístico, la sociedad, y en particular los jóvenes y las mujeres, puede beneficiarse de la mejora de las capacidades y del desarrollo profesional. La contribución del sector a la creación de empleo se reconoce en la meta 8.9: “Hasta 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales” (Organización Mundial de Turismo, 2021).

### **Objetivo de Desarrollo Sostenible 16- Paz justicia e instituciones sólidas:**

Puesto que el turismo está hecho de miles de millones de encuentros entre personas de contextos culturales diversos, el sector puede fomentar la tolerancia y el entendimiento multicultural e interconfesional, asentando así los cimientos de sociedades más pacíficas. El turismo sostenible, que beneficia e involucra a las comunidades locales, puede también constituir un medio de vida, reforzar la identidad cultural y fomentar actividades empresariales, ayudando así a evitar la violencia y el conflicto y a consolidar la paz en sociedades que han vivido un conflicto reciente (Organización Mundial de Turismo, 2021).

Además de estudiar las cinco áreas, en el informe se estudiaron las tendencias en cuatro regiones del mundo (África, Asia y el Pacífico, América Latina y el Caribe y Europa) y, adicionalmente se relacionan cuatro industrias turísticas clave (las plataformas digitales y la tecnología, los hoteles y el alojamiento, los operadores turísticos y el turismo comunitario), obteniendo así, datos de 71 países.

Los principales resultados del estudio fueron los siguientes: 54,0 % de las personas empleadas en el turismo son mujeres<sup>3</sup>, el 39,0 % de las personas empleadas en el conjunto de la economía son mujeres. En el turismo, las mujeres ganan un 14,7 % menos que los hombres, mientras que, en el

---

<sup>3</sup> Empleos relacionados con el subsector de “alojamiento y comidas”.

conjunto de la economía, las mujeres ganan un 16,8 % menos. Los países en los que los empleados de las industrias turísticas son en su mayoría mujeres tienen una posibilidad ligeramente menor de enfrentar una brecha salarial más pequeña en el sector que en el conjunto de la economía.

Por otro lado, se identificó que el turismo refleja una clara brecha de género en cuanto al emprendimiento en general. El Grupo Banco Mundial indica que, en todo el mundo, la discriminación de género en las leyes y regulaciones sigue impidiendo que las mujeres logren formar parte de la fuerza laboral o emprendan su propio negocio. Como media, una economía típica solo otorga a las mujeres tres cuartas partes de los derechos de los hombres, lo que incide negativamente en el emprendimiento en la población femenina.<sup>4</sup>

En cuanto al acceso a la educación y capacitación de las mujeres en las áreas de turismo, este sigue siendo limitado respecto a los hombres, presentándose desventajas para las mujeres, según los estudios llevados a cabo en algunas regiones específicas, sugieren que las mujeres son mayoría entre los estudiantes de turismo. No obstante, se ha observado que las estrategias de gestión del talento en el sector de la hostelería carecen de un enfoque centrado en las mujeres como capital humano (Organización Mundial de Turismo, 2021).

Finalmente, en el ámbito del liderazgo y empoderamiento se percibe que cuando se establece una sólida relación entre el turismo y la comunidad y la sociedad civil, el empoderamiento de las mujeres es más significativo; a su vez, el turismo puede aumentar la contribución económica de las mujeres, sin embargo, se resalta que, muchos casos de estudio han

---

<sup>4</sup> Banco Internacional de Reconstrucción y Desarrollo y Banco Mundial (2019), Women, Business and the Law 2019: A Decade of Reform, Banco Mundial, Washington, D.C. (en línea), disponible en: [www.openknowledge.worldbank.org](http://www.openknowledge.worldbank.org) (01-07-2019).

demostrado que las mujeres, aun habiendo logrado el éxito empresarial, no son lo suficientemente empoderadas, esto debido se debe a que por lo general sus roles de género tradicionales prevalecen sobre sus roles como mujeres de negocios.

A pesar de que el sector atrae a un elevado número de graduadas universitarias en distintas regiones, no es suficiente para retenerlas o asegurar su progreso profesional a puestos de liderazgo, formulación de políticas y toma de decisiones (Organización Mundial de Turismo, 2021).

## RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados que describen el comportamiento de las mujeres turistas que visitaron Bogotá en 2021, tomando información de la Investigación Viajeros en Bogotá (2021), realizada por el Instituto Distrital de Turismo -IDT, a través del Observatorio de Turismo, desagregando los datos de las turistas para cada una de las variables.

Por otro lado, se identificaron algunos indicadores relevantes del mercado laboral para las mujeres empleadas en el sector turismo de la ciudad, tomados de la información de la Gran Encuesta Integrada de Hogares – GEIH (2021) realizada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE, tomando los datos para Bogotá y los tres sectores: directos, conexos y de transporte.

## PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES COMO TURISTAS EN BOGOTÁ

La Investigación Viajeros en Bogotá fue aplicada para caracterizar la subpoblación de turistas nacionales e internacionales que visitaron la ciudad durante el 2021. También se incluyó información sobre las principales actividades realizadas y los atractivos turísticos más visitados por los turistas. De acuerdo con los resultados obtenidos en la Investigación Viajeros en Bogotá 2021, la ciudad fue visitada por 6.244.799 turistas, con un crecimiento del 49,8 % en relación con el 2020 y disminuyó en 49,9 % en relación con el 2019.

Del total de turistas en Bogotá, 773.648 eran de origen internacional, con una variación del 28,7 % en comparación con el 2020 y del -59,4 % en relación

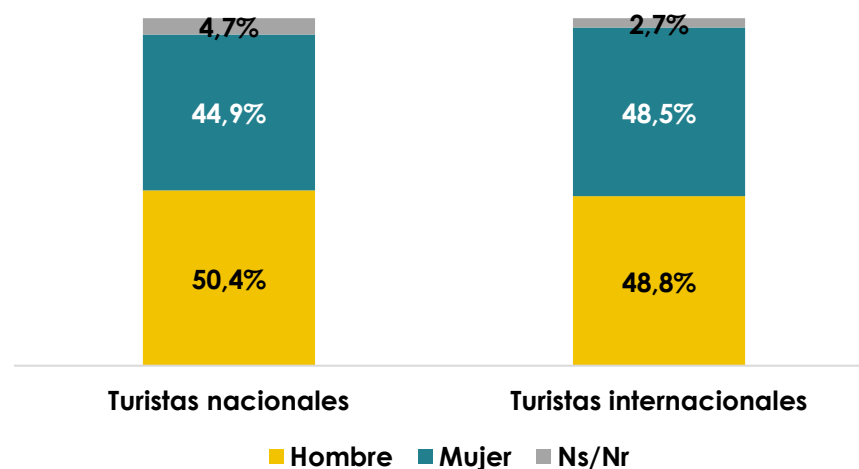


con el 2019. En cuanto a los turistas de origen nacional, Bogotá recibió 5.471.152 turistas, esta cifra aumentó en 53,4 % en comparación con el 2020 y presentó una variación del -48,2% en relación con el 2021. La recuperación en la demanda turística en Bogotá durante el 2021 es evidente, sin embargo, no alcanzó los niveles pre- pandemia.

Por medio de la aplicación de la encuesta de Viajeros en Bogotá se logró caracterizar la subpoblación de las mujeres turistas nacionales e internacionales que visitaron la ciudad en 2021.

En cuanto al género de los turistas, el 50,4 % del total de turistas internacionales que llegó a la ciudad en 2021 era del género masculino y el 44,9 % de género femenino. Así mismo, para los turistas nacionales, se observó que el género masculino tuvo una mayor participación, siendo esta del 48,8 %, mientras que el femenino registró el 48,5 %.

**Gráfica 1. Distribución porcentual del género de los turistas en Bogotá 2021**



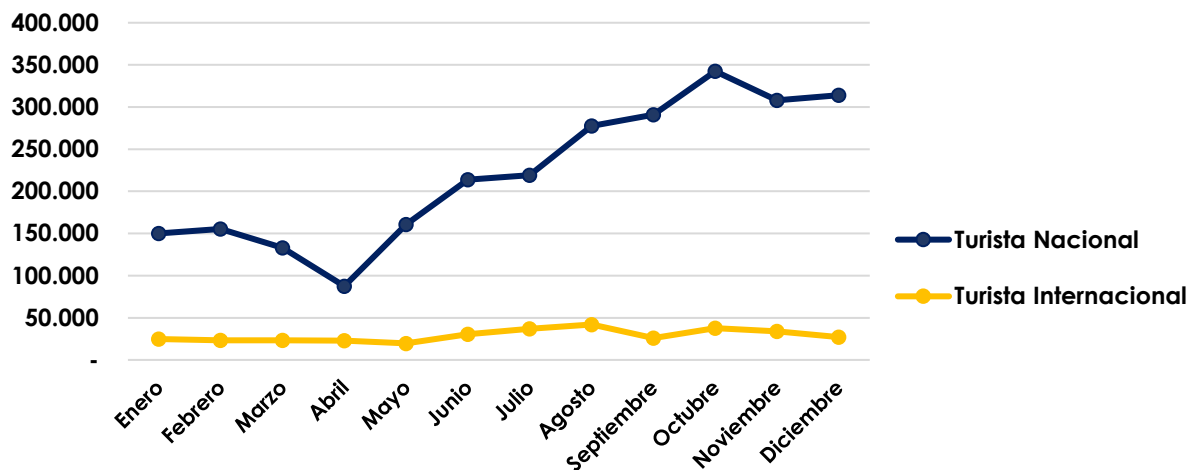
Fuente: Investigación Viajeros en Bogotá 2021

Según los datos de la Investigación Viajeros en Bogotá, se evidenció mayor estacionalidad en el flujo de llegada de las mujeres turistas de origen nacional a Bogotá, comparado con las turistas de origen internacional. En

cuanto a la cantidad de turistas colombianas en Bogotá en 2021, se observó un importante crecimiento desde el mes de mayo, cuando aumentó en 83,6 % en comparación al mes de abril, el aumento se mantuvo constante y en el mes de octubre se presentó el pico más importante, cuando se registró un aumento del 17,7 % respecto al mes anterior.

Ahora bien, el número de mujeres turistas internacionales que visitaron Bogotá en 2021 presentó variaciones significativas en junio y octubre, el porcentaje de crecimiento fue de 55,3 % y 44,2 %, respectivamente. Mientras que en febrero, mayo, septiembre, noviembre y diciembre se evidenciaron variaciones negativas, las más importantes en septiembre y diciembre, siendo del -38,0 % y -20,3 %, respectivamente.

**Gráfica 2. Estacionalidad de las mujeres turistas en Bogotá 2021**

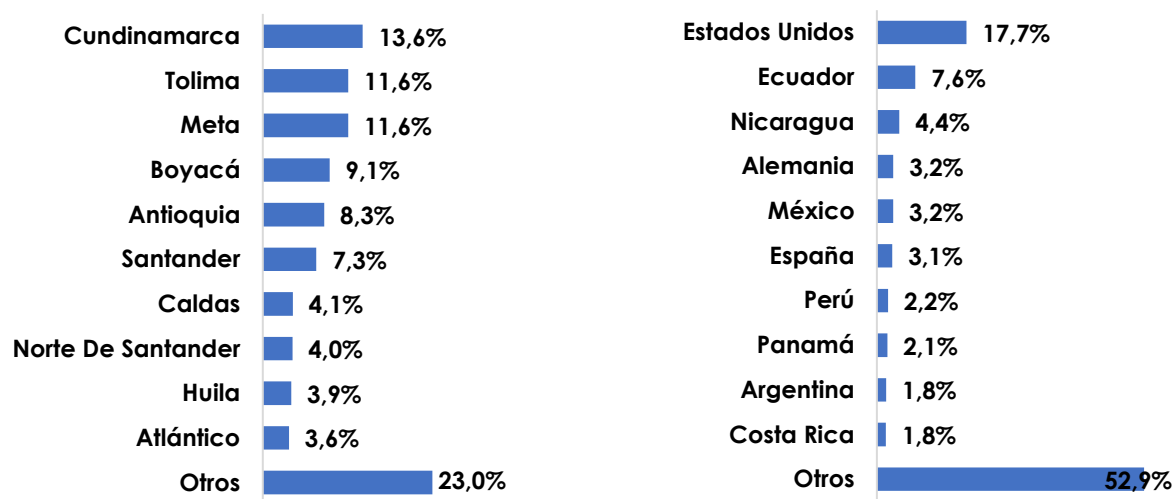


Fuente: Investigación Viajeros en Bogotá 2021

Tal como se observa en la siguiente gráfica, se evidenció que los principales países de origen de las turistas internacionales que llegaron a Bogotá en 2021 fueron: Venezuela (46,2 %), Estados Unidos (17,7 %), Ecuador (7,6 %), Nicaragua (4,4 %), Alemania (3,2 %), México (3,2 %), España (3,1 %), Perú (2,2 %) y Panamá (2,1 %).

Por otro lado, los principales departamentos de origen de las turistas nacionales que visitaron a Bogotá en 2021 fueron: Cundinamarca (13,6 %), Tolima (11,6 %), Meta (11,6 %), Boyacá (9,1 %), Antioquia (8,3 %), Santander (7,3 %), Caldas (4,1 %), Norte de Santander (7,3 %), Huila (3,6 %), Valle del Cuaca (3,2 %), Bolívar (3,2 %) y Risaralda (2,3 %).

**Gráfica 3. Origen de las mujeres turistas en Bogotá 2021**



Fuente: Investigación Viajeros en Bogotá 2021

En cuanto al motivo de viaje de las mujeres turistas que visitaron la ciudad en 2021, se observó que el 58,1 % de las turistas nacionales viajaron a Bogotá motivadas por visitar a familiares o amigos, esta participación fue mayor en el grupo de las turistas internacionales, puesto que este fue del 62,4 %. En segundo lugar, las turistas nacionales visitaron Bogotá por razones de salud y atención médica, mientras que el 10,9 % lo hizo por trabajo remunerado, seguido de vacaciones, recreación y ocio con el 4,4 % y negocios y motivos profesionales con el 2,8 %. Motivos como educación y formación, compras y religión/peregrinaciones correspondían a menos del 4,0 % de las turistas de origen nacional.

En contraste, el 21,5 % de las turistas internacionales llegó a Bogotá para vacacionar y disfrutar de actividades de recreación y ocio, el 6,7 % por trabajo remunerado, el 1,0 % por negocios y motivos profesionales y salud y atención médica, respectivamente, mientras que sólo el 0,6 % lo hizo por motivos de educación y formación y, finalmente el 0.3 % por compras.

**Tabla 1. Motivación de viaje de las turistas en Bogotá 2021**

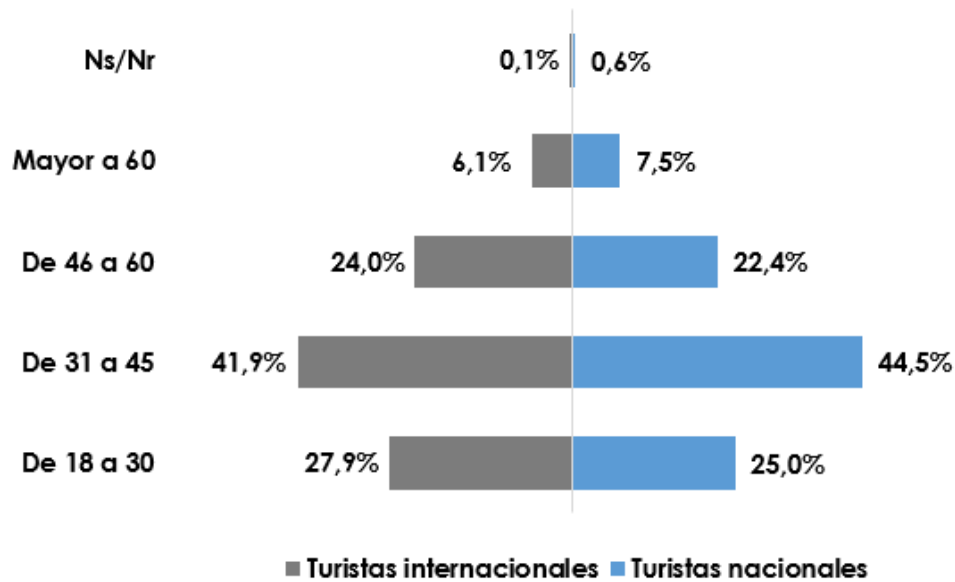
Motivo de viaje	Turistas Nacionales	Turistas Internacionales
Visita a familiares y amigos	58,1%	62,4%
Salud y atención médica	15,2%	1,0%
Trabajo remunerado	10,9%	6,7%
Otros motivos	5,2%	6,4%
Vacaciones, recreación y ocio	4,4%	21,5%
Negocios y motivos profesionales	2,8%	1,0%
Educación y formación	1,9%	0,6%
Compras	1,2%	0,3%
Religión/Peregrinaciones	0,2%	0,0%

Fuente: Investigación Viajeros en Bogotá 2021

De acuerdo con los datos de caracterización de las turistas en 2021, se observó que más del 40,0 % de dicha población se concentraba en el grupo de edad de 31 a 45 años, por su parte, un poco más del 20,0 % correspondía a las mujeres entre los 46 y 60 años de edad. En promedio el 26,5 % indicó que tenía entre 18 y 30 años y, el 6,8 % era el grupo de mujeres turistas mayor a 60 años.

La siguiente gráfica muestra la distribución porcentual del rango de edad de las turistas en Bogotá por origen.

**Gráfica 4. Edad de las mujeres turistas en Bogotá 2021**

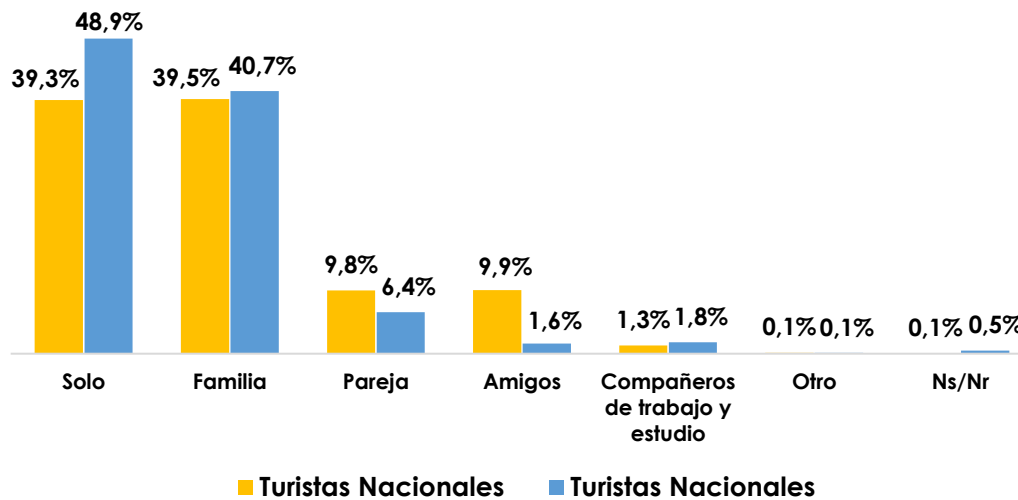


Fuente: Investigación Viajeros en Bogotá 2021

Entre otras variables se identificó el grupo de viaje de las turistas durante su visita a la ciudad, el 39,5 % de las turistas internacionales que visitaron la capital del país en 2021, viajaron en compañía de la familia, el 39,5 % lo hizo sola, el 9,8 % con los amigos, mientras que el 9,8 con la pareja, tan solo el 1,3 % indicó que su grupo de viaje eran compañeros de trabajo y estudio.

A su vez, el 48,9 % de las turistas nacionales indicó que viajó a la ciudad sola, el 40,7 % con familia y el 6,4 % con la pareja. Entretanto el 1,8 % estuvo acompañado de los compañeros de trabajo y estudio y el 1,6 % de los amigos.

**Gráfica 5. Grupo de viaje de las mujeres turistas en Bogotá 2021**

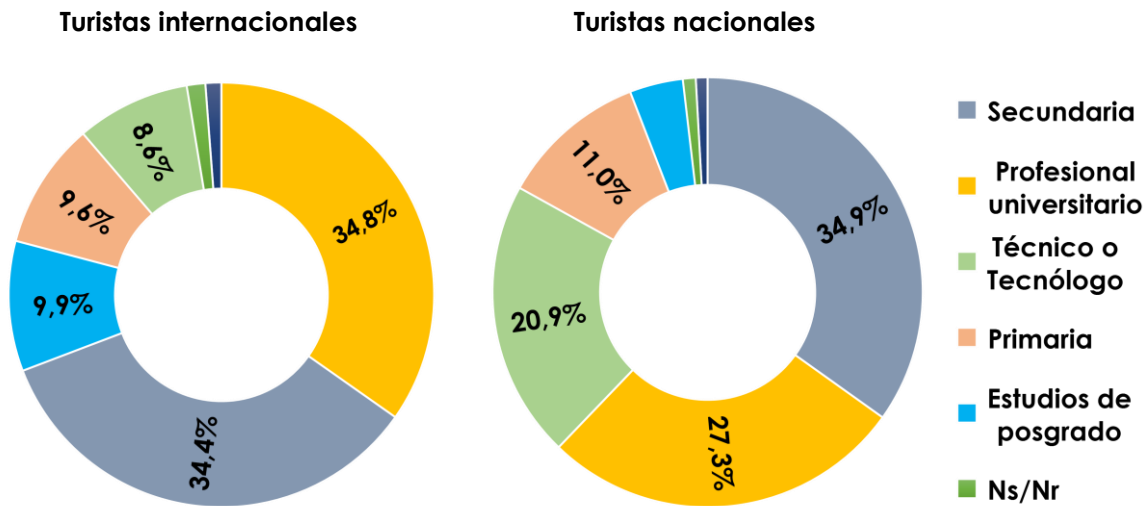


Fuente: Investigación Viajeros en Bogotá 2021

Por otro lado, se conoció el nivel de escolaridad de las turistas que llegaron a la ciudad en 2021, por lo que se observó que más del 60,0 % de las turistas eran profesionales universitarias o habían cursado hasta la secundaria.

Puntualmente, el 34,8 % de las turistas internacionales era profesional, el 34,4 % había culminado la secundaria, el 9,9 % tenía estudios de posgrado, mientras que el 9,6 % y el 8,6 % contaba con grado de primaria y era técnica o tecnóloga, respectivamente. Respecto a las turistas nacionales, el 34,9 % de ellas terminó la secundaria, seguido del 27,3 % que era profesional universitario, el 20,9 % correspondió al grupo de técnicas o tecnólogas y el 11,0 % a quienes habían culminado solo la primaria, finalmente, el 4,0 % de dicha población afirmó que tenía estudios de posgrado.

**Gráfica 6. Nivel educativo de las mujeres turistas en Bogotá 2021**



Fuente: Investigación Viajeros en Bogotá 2021

En línea con otras desagregaciones, el 44,5 % de las turistas internacionales informó que era empleada, el 29,3 % trabajadora independiente, el 7,3 % era estudiante, el 7,2 % realizaba oficios del hogar, el 4,8 % era rentista y/o pensionada, el 1,2 % era patrona o empleada, mientras que el 0,8 % de las mujeres de origen internacional estaba desempleada. Similar a lo anterior, el 40,5 % de las turistas nacionales que visitaron Bogotá, era empleada, el 24,8 % era trabajador independiente, por su lado, el 22,4 % llevaba a cabo oficios del hogar, el 5,4 % indicó que era estudiantes, el 3,6 % era rentista y/o pensionado, el 1,1 % era patrona o empleadora y el 1,0 % afirmó que se encontraba desempleada en ese momento.

**Gráfica 7. Ocupación de las mujeres turistas en Bogotá 2021**

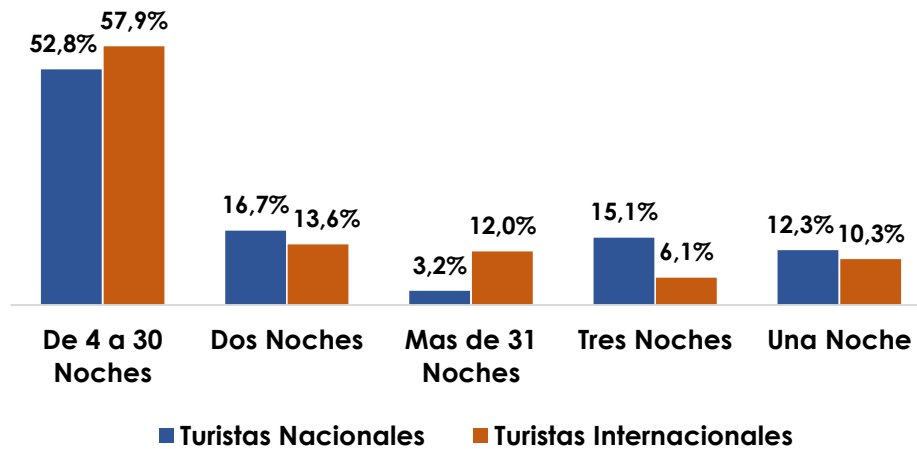


Fuente: Investigación Viajeros en Bogotá 2021

Entretanto, se indagó por la cantidad de noches que pernoctaron las turistas de origen nacional e internacional que llegaron a Bogotá en 2021; el 57,9 % de los turistas internacionales pernoctó de cuatro a treinta noches en la ciudad, el 13,6 % dos noches, 12,0 % más de 31 noches, 10,3 % una noche y el 6,1 % tres noches, por su lado el 52,8 % de los turistas nacionales se alojó en Bogotá de cuatro a treinta, el 16,7 % dos noches, el 15,1 % tres noches, el 12,3 % una noche y el 3,2 % más de 31 noches.



**Gráfica 8. Cantidad de noches pernoctadas por las mujeres turistas en Bogotá 2021**



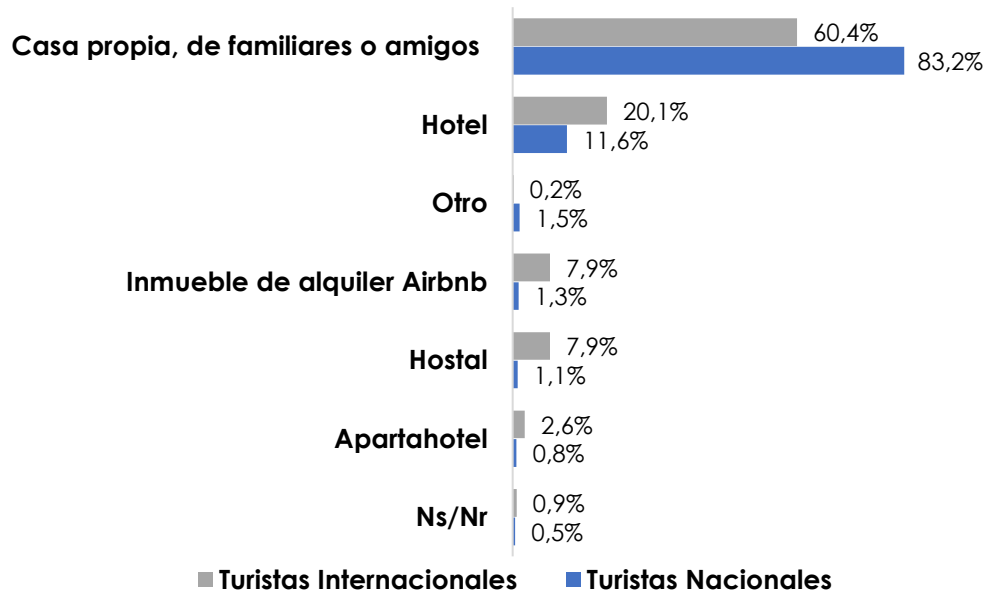
Fuente: Investigación Viajeros en Bogotá 2021

De acuerdo con los datos de la investigación, se identificó que el 60,4 % de las turistas internacionales se alojó en casa propia, de familiares o amigos, el 20,1 % en hotel, el 7,9 % en hostel e inmueble de alquiler Airbnb, respectivamente, el 2,6 % en apartahotel y el 0,2 % en otro tipo de alojamiento.

A su vez, el 83,2 % de las turistas nacionales se alojó en casa propia, de familiares o amigos, el 11,6 % en prefirió hospedarse en hotel, el 1,3 % se alojó en inmueble de alquiler Airbnb, mientras el 1,1 % en hostel y solo el 0,8 % en apartahotel.

Por otra parte, del total de las mujeres que visitaron la ciudad de origen internacional, el 71,3 %, al momento de la encuesta, indicó que esa no era la primera vez que visitaba Bogotá, mientras que para el 28,7 % si era la primera vez. En contraste, el 91,3 % de las turistas de origen nacional informó que esa no era la primera vez que viajaba a la capital del país, por su parte, el 8,7 % dio a conocer que si era la primera vez que visitaba la ciudad.

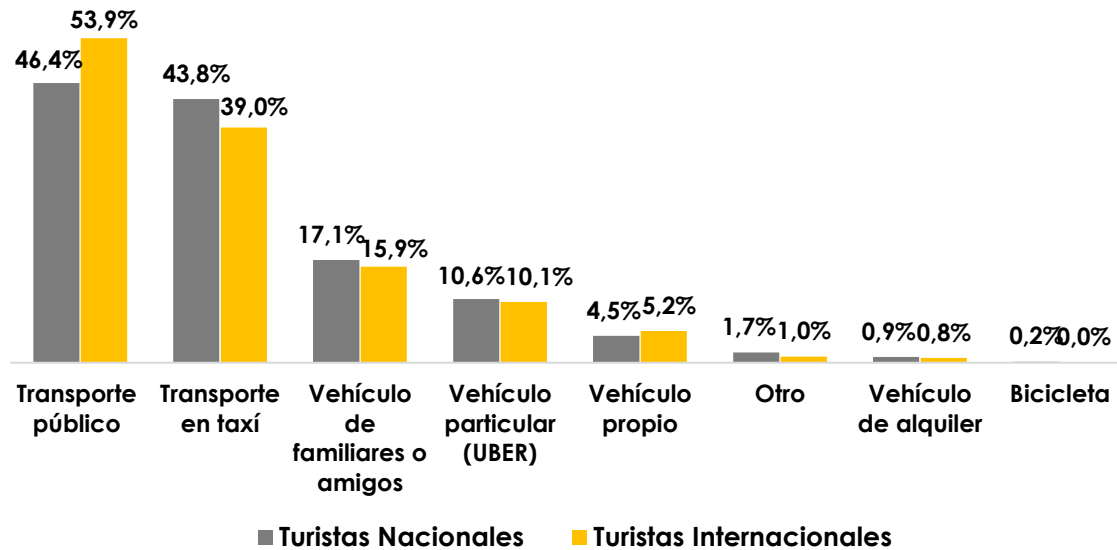
**Gráfica 9. Lugar de alojamiento de las mujeres turistas en Bogotá 2021**



Fuente: Investigación Viajeros en Bogotá 2021

Por otro lado, se evidenció que el 53,9 % de las turistas internacionales utilizó el transporte público (bus, buseta, colectivo, Transmilenio), el 39,0 % se transportó en taxi, el 15,9 % en vehículo de familiares o amigos, el 10,1 % en vehículo particular (UBER), el 1,0 % vehículo de alquiler y el 0,8 % en vehículo propio. Por su parte, el 46,4 % de las turistas nacionales utilizó el transporte público (bus, buseta, colectivo, Transmilenio), el 43,8 % se transportó en taxi, el 17,1 % en vehículo de familiares o amigos, el 10,6 % en vehículo particular (UBER), el 4,5 % en vehículo propio, el 0,9 % en vehículo de alquiler y el 0,2 % en bicicleta.

**Gráfica 10. Tipo de transporte utilizado por las mujeres turistas en Bogotá  
2021**



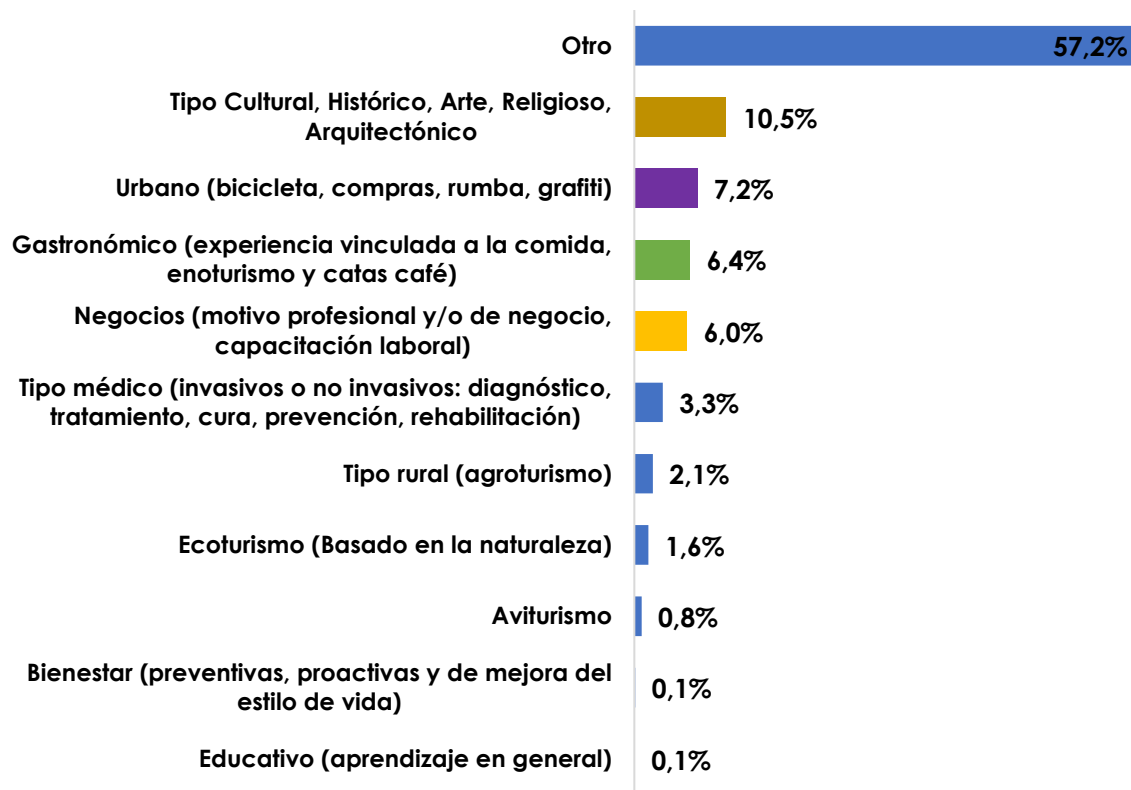
Fuente: Investigación Viajeros en Bogotá 2021

Entre las actividades realizadas por las turistas internacionales que visitaron Bogotá durante el año 2021, se obtuvo que el 10,5 % realizó actividades de tipo cultural, histórico, arte, religioso, arquitectónico, mientras que el 7,2 % disfrutó de planes urbanos (bicicleta, compras, rumba, grafiti), el 6,4 % realizó actividades relacionadas con el sector gastronómico (experiencia vinculada a la comida, enoturismo y catas café), el 6,0 % de esta población estuvo interesada por los negocios (motivo profesional y/o de negocio, capacitación laboral).

Por su lado, el 3,3 % de dicha población permaneció en la ciudad por actividades de tipo médico (invasivos o no invasivos: diagnóstico, tratamiento, cura, prevención, rehabilitación), el 2,1 % por actividades de tipo rural (agroturismo), el 1,6 % llevó a cabo actividades de ecoturismo (basado en la naturaleza), a su vez, el 0,8 % realizó actividades de aviturismo y el 0,1 % visitó la ciudad por motivos de bienestar (preventivas, proactivas y

de mejora del estilo de vida) y educativos (aprendizaje en general), respectivamente.

**Gráfica 11. Actividades realizadas por las mujeres turistas internacionales en Bogotá en 2021**

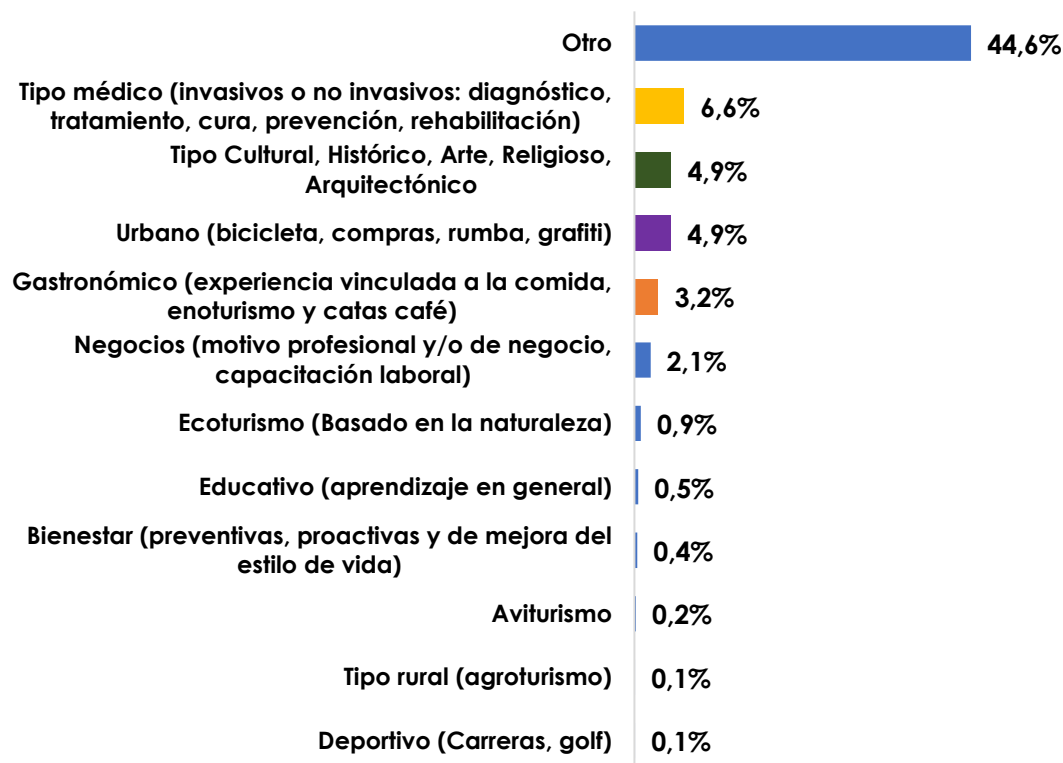


Fuente: Investigación Viajeros en Bogotá 2021

En cuanto a las turistas nacionales que llegaron a la ciudad en 2021, el 6,6 % indicó que realizó actividades de tipo médico (invasivos o no invasivos: diagnóstico, tratamiento, cura, prevención, rehabilitación), el 4,9 % de tipo cultural, histórico, arte, religioso, arquitectónico y urbano (bicileta, compras, rumba, grafiti), respectivamente; el 3,2 % disfrutó del sector gastronómico de la ciudad (experiencia vinculada a la comida, enoturismo y catas café), el 2,1 % llegó a la ciudad por negocios (motivo profesional y/o de negocio, capacitación laboral), el 0,9 % realizó actividades de ecoturismo (basado en la naturaleza), el 0,5 % sobre temas educativos

(aprendizaje en general), el 04 % de bienestar (preventivas, proactivas y de mejora del estilo de vida) y el 0,2 % actividades de aviturismo, finalmente, el 0,1 % disfrutó de actividades rurales (agroturismo) y deportivas (carreras, golf), respectivamente.

**Gráfica 12. Actividades realizadas por las mujeres turistas nacionales en Bogotá en 2021**



Fuente: Investigación Viajeros en Bogotá 2021

En general, la mayoría de las turistas que respondieron la opción de otras actividades, indicaban que no realizaron ninguna en especial, otras comentaron que visitaron Monserrate, estaban en una diligencia, visitaron Guatavita, Tabio, Zipaquirá, la Plaza de Bolívar y la zona rosa. En menor porcentaje se destacó quienes realizaron actividades en centros comerciales.

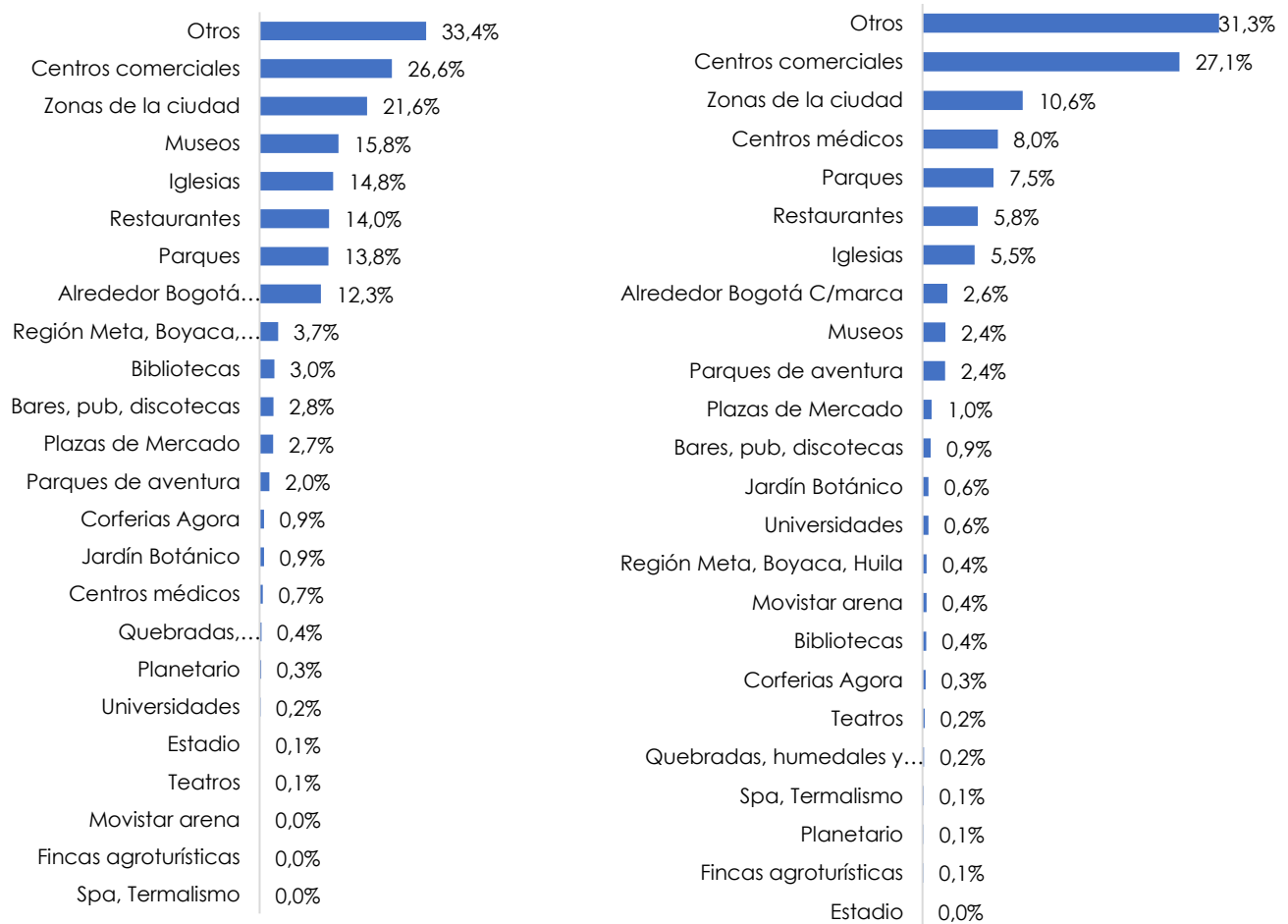
A su vez, se identificaron los atractivos visitados por las turistas nacionales e internacionales que llegaron a Bogotá en 2021, el 26,6 % de las turistas internacionales visitó centros comerciales, el 21,6 % visitó zonas de la ciudad, el 15,8 % museos, el 14,8 % iglesias, el 14,0 % restaurantes, el 13,8 % parques y el 12,3 % disfrutó de lugares aledaños de Bogotá (Cundinamarca), el 3,7 % visitó la región Meta, Boyacá y Huila, el 3,0 % tuvo interés en visitar bibliotecas, el 2,8 % bares, pub, discotecas, el 2,7 % plazas de mercado y el 2,0 % parques de aventura.

Por su parte, el 3,4 % de las turistas de origen internacional, visitó atractivos como Corferias, Ágora, el Jardín Botánico, centros médicos, quebradas, humedales y sendero, el Planetario, universidades, el Estadio Nemesio Camacho El Campín y teatros.

El 27,1 % de las turistas nacionales visitó centros comerciales, el 10,6 % zonas de la ciudad, el 8,0 % en centros médicos, el 7,5 % parques, el 5,8 % restaurantes, el 5,5 % iglesias, el 2,6 % visitó lugares aledaños de Bogotá (Cundinamarca), el 2,4 % museos y parques de aventura, respectivamente y el 1,0 % plazas de mercado. Entretanto el 4,4 % visitó los bares, pub y discotecas de la ciudad, el Jardín Botánico, universidades, Movistar Arena, bibliotecas, Corferias, Ágora, teatro, quebradas, humedales y sendero, spa, termalismo, el Planetario, fincas agroturísticas y el estadio de la capital.

Del total de turistas internacionales en Bogotá durante el año 2021, solo el 0,7 % compró paquete turístico durante su estadía en la ciudad, por su lado, solo el 0,1 % de las turistas nacionales obtuvo paquete turístico para disfrutar de los diferentes planes de la ciudad.

**Gráfica 13. Atractivos visitados por las mujeres turistas en Bogotá en 2021**



Fuente: Investigación Viajeros en Bogotá 2021

Más del 90,0 % de las mujeres que indicaron otro, hace referencia a que no visitaron ningún atractivo, otro porcentaje dio a conocer que visitó Monserrate, La Embajada de Los Estados Unidos, México y España y otras estuvieron en lugares de estudio, trabajo y vacunación.

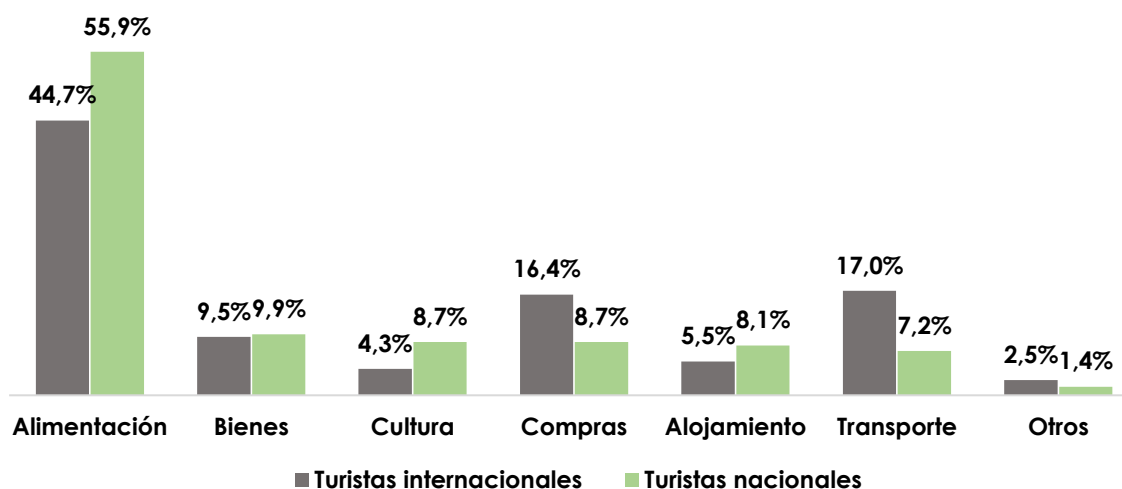
Entre las últimas variables de estudio, se conoció el gasto de las mujeres turistas en el período de visita a Bogotá (excluyendo los gastos en tiquetes o peajes e incluyendo a todos los del grupo de viaje). Por lo tanto, las mujeres de origen nacional gastaron USD 181 per cápita en su viaje a la ciudad, mientras que las de origen internacional gastaron USD 807 per cápita, frente

a los datos per cápita en promedio diario, se encontró que las mujeres turistas de origen colombiano gastaron USD 25,11 y las de origen internacional USD 59,82.

Respecto a la distribución del gasto de las mujeres turistas en Bogotá, prevaleció el gasto en alimentación, según el 44,7 % de las turistas internacionales y el 55,9 % de las nacionales, seguido de bienes con el 9,7 % entre los dos grupos de turistas.

Se destaca la participación en el gasto del rubro de compras de las turistas internacionales que supera en 7,7 p.p, al porcentaje de las mujeres nacionales y, al de transporte, que se registró en 17,0 % para las mujeres de origen internacional y 7,2 % para las de origen nacional, dejando una diferencia de 9,8 p.p.

**Gráfica 14. Distribución del gasto de las mujeres turistas en Bogotá en 2021**



Fuente: Investigación Viajeros en Bogotá 2021

Finalmente, el 96,9 % de las turistas internacionales que visitaron la capital en 2021, afirmó que sí volvería a visitar la ciudad, mientras que el 2,7 % dijo que no volvería a visitar Bogotá. El 97,9 % de las turistas nacionales afirmó que volvería a visitar la ciudad de Bogotá, solo el 1,5 % indicó que no volvería.



## **PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES EN EL MERCADO LABORAL DEL SECTOR TURISMO DE BOGOTÁ**

De acuerdo con la Gran Encuesta Sobre el Empresariado de Bogotá y la Región - 2021 realizada por la Cámara de Comercio de Bogotá- CCB, se identificó que, en 2021, se encontraban en la ciudad de Bogotá 470.579 empresas activas presentando un crecimiento del 5,0 % respecto a 2020.

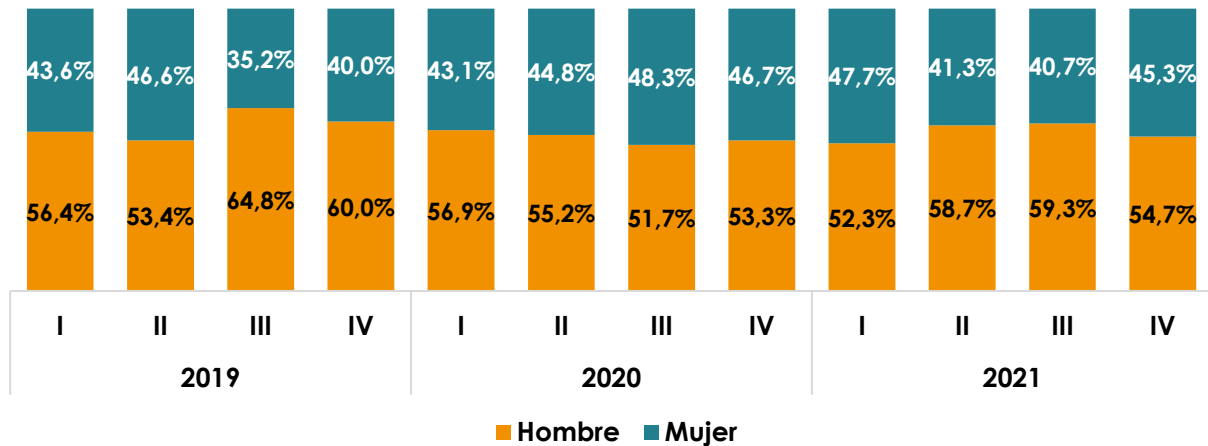
Cabe resaltar que el 43,0 % de las empresas de personas naturales correspondía a mujeres (115.750) y el 62,1% de las empresas cuya propietaria es una mujer obtuvo un promedio de ventas anual entre 0 y 10 millones de pesos (Cámara de Comercio de Bogotá , 2021).

Entretanto, fue evidente la amplia participación de las mujeres en sectores asociados al turismo como alojamiento - comida y arte - entretenimiento que representan una amplia participación de mujeres dentro del total de micronegocios que se encuentran en la ciudad con el 14,6 % y 15,0 % respectivamente, superior a la participación de los hombres que se encuentra en 5,6 % y 8,7 % para estos sectores en la ciudad de Bogotá.

Conforme con la desagregación de la información analizada de la Gran Encuesta Integrada de Hogares, se encontró que la industria del turismo en Bogotá generó 73.280 empleos mensuales, en promedio, durante el año 2021, dicha cantidad disminuyó en 30,1 % frente al año 2019, mientras que respecto al año 2020, esta caída fue del 11,2 %.

Frente a la participación porcentual por género sobre el total de empleos en el sector, se obtuvo que, durante los años 2019 y 2021, más del 50,0 % de los empleados eran hombres, en promedio y el 43,6 % de los empleos fueron ocupados por mujeres.

**Gráfica 15. Distribución porcentual del género de los empleados del sector turismo en Bogotá 2021**



Fuente: Elaboración propia con datos de la GEIH-DANE 2021

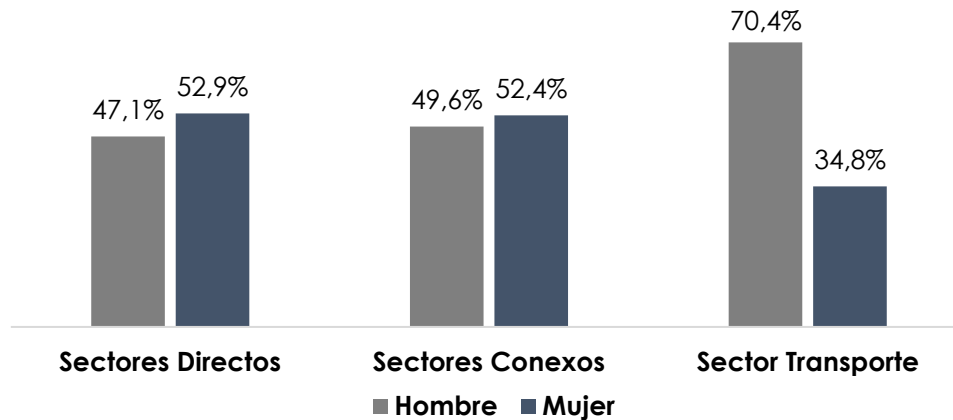
Cabe destacar que la participación de las mujeres en los sectores directos y conexos es mayor que en el de transporte, en 2021, el 52,9% de los empleados en los sectores directos (alojamiento y agencias de viaje) eran mujeres, mientras que el 47,1% eran hombres. Entretanto el 52,4% de los empleos de los sectores conexos (alimentos-bebidas, alojamiento, congresos- ferias- convenciones y esparcimiento-cultura) eran ocupados por mujeres y el 49,6% por hombres.

Mientras que tan solo el 34,8% de los empleados en el sector transporte eran mujeres, esto debido a las barreras laborales que experimentan las mujeres en el sistema de transporte, según el Ministerio de Transporte, aún persisten estereotipos sobre los trabajos que pueden ejercer las mujeres<sup>5</sup>, además de la baja valoración de las capacidades de este género para desempeñar las diferentes labores como directivas y operativas y así mismo, la falta de

<sup>5</sup> Cartilla: Inclusión laboral y experiencias de las mujeres en los sistemas de transporte público masivo.

formación para las labores requeridas, lo que conlleva a la poca experiencia en los trabajos no convencionales.

**Gráfica 16. Distribución porcentual del género de los empleados del sector turismo en Bogotá 2021 (por tres sectores)**



Fuente: Elaboración propia con datos de la GEIH-DANE 2021

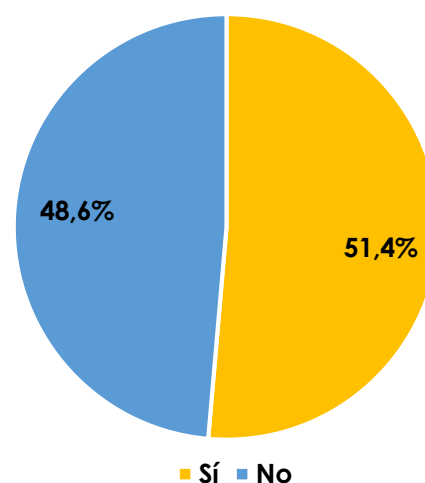
## INFORMALIDAD LABORAL

Existe otro indicador pertinente en el estudio, la tasa de informalidad. En el marco de la OIT (2003) el concepto de empleo en la economía informal se transformó de la visión clásica del tamaño de las empresas hacia la perspectiva de las características del trabajo, por tal motivo ahora el análisis se contempla el número de personas ocupadas que no trabajan bajo la normatividad vigente, especialmente aquellas que no cuentan con acceso a las prestaciones asociadas a la legislación laboral. Para este caso se abordó como el porcentaje de ocupados que no aportan al sistema de seguridad social – pensiones, denominados por la OIT como asalariados informales.

Según el Banco de la República, en el mercado laboral colombiano, se presenta una alta tasa informalidad, la cual no garantiza que se genere el flujo de recursos para hacer sostenible el sistema pensional. Por otro lado, una mayor incidencia de la informalidad se puede asociar con menos ingresos para los hogares, lo que afecta el bienestar general de los trabajadores. Para fines prácticos, como ya se mencionó, en este documento se asumirá como empleo informal a los trabajadores que no cotizan en el Sistema General de Pensiones. Para fines prácticos, como ya se mencionó, en este documento se asumirá como empleo informal a los trabajadores que no cotizan en el Sistema General de Pensiones.

De acuerdo con los resultados desagregados se encontró que el 51,4 % de las mujeres empleadas en el sector pertenecía al personal con niveles de informalidad, mientras que en el caso de los hombres el porcentaje de informalidad era de 36,9 %, en este indicador se muestra una clara diferencia que en puntos porcentuales representa 14,5 p.p. siendo superior dicha proporción en la población de las mujeres.

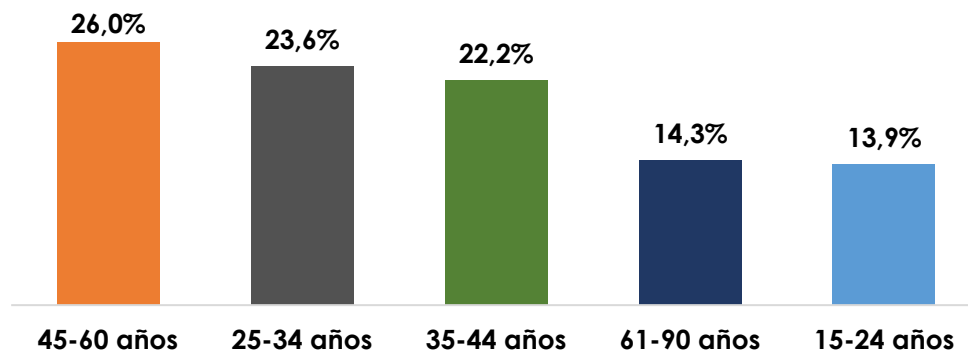
**Gráfica 17. Porcentaje de informalidad en las mujeres empleadas en el sector turismo en Bogotá 2021**



Fuente: Elaboración propia con datos de la GEIH-DANE 2021

Entretanto, las mujeres en el rango de edad de 45 a 60 años presentaban la tasa más alta de informalidad, mientras que quienes se encontraban entre los 15 -24 años y 61-90 años tenían niveles de informalidad más bajos.

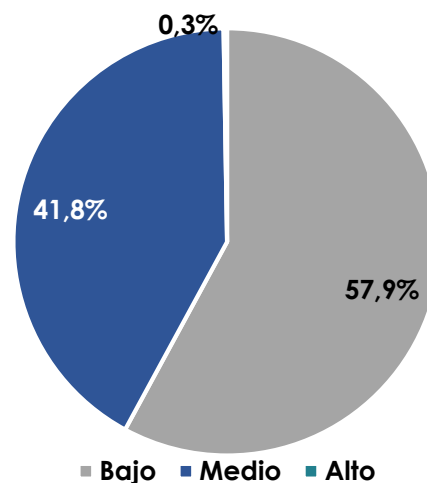
**Gráfica 18. Porcentaje de informalidad en las mujeres empleadas en el sector turismo en Bogotá por grupo etario 2021**



Fuente: Elaboración propia con datos de la GEIH-DANE 2021

De las mujeres que informaron tener condiciones de informalidad se identificó que el 57,9 % pertenecía al nivel socioeconómico bajo, mientras que el 41,8 % al estrato medio y el 0,3 % al estrato alto.

**Gráfica 19. Porcentaje de informalidad en las mujeres empleadas en el sector turismo en Bogotá por estrato socioeconómico 2021**



Fuente: Elaboración propia con datos de la GEIH-DANE 2021

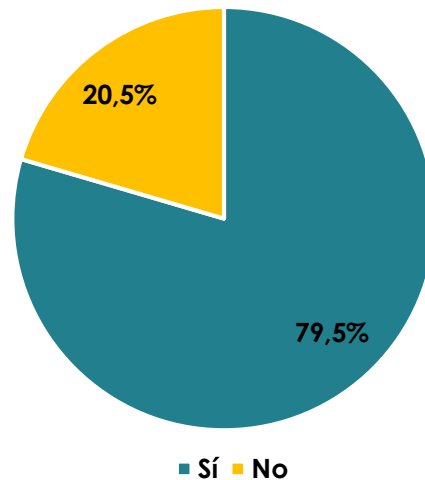
## CALIDAD DEL EMPLEO

### Estabilidad laboral

Respecto al contrato laboral de las mujeres que trabajan en el sector turismo de la ciudad, se identificó en primera instancia la proporción de empleadas vinculadas con la industria del turismo que manifestaron haber sido contratadas de manera directa por la empresa en donde prestan sus servicios, en relación con el total del personal ocupado en el sector. En segunda instancia, se calcula la proporción de ocupadas según el término de contrato que mantiene la empresa en donde prestan sus servicios, con respecto al total de personal ocupadas en el sector.

Según los datos desagregados, del total de empleadas en el sector en 2021, el 79,5% de las mujeres tenían contrato, mientras el 20,5% no contaba con uno, en comparación con las cifras registradas para los hombres empleados en la industria, se obtuvo que, en 2021, el 52,9 % de los hombres empleados en el sector turismo en Bogotá contaban con un contrato de trabajo, mientras que el 47,1 % de ellos no tenían contrato, esto significa que existía una mayor proporción de

## Gráfica 20. Porcentaje de mujeres empleadas en el sector turismo en Bogotá que cuentan con contrato laboral 2021



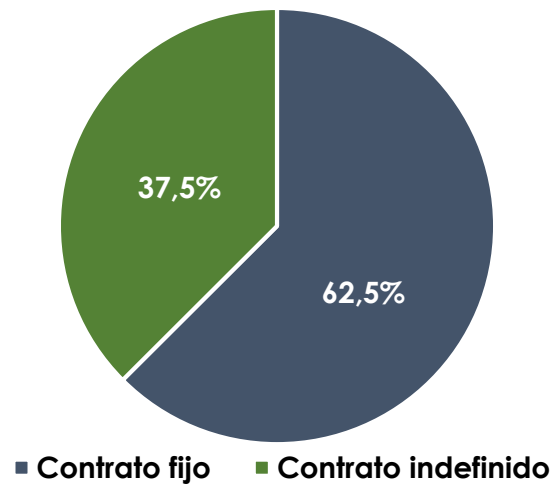
Fuente: Elaboración propia con datos de la GEIH-DANE 2021

Del total de las mujeres con contrato, el 92,1% informó que fue vinculada directamente por la empresa donde se encontraba laborando, mientras que el 7,9% indicó que fue por terceros.

### Término del contrato

En 2021, el 62,5 % de las mujeres empleadas en el sector turismo informó que tenía contrato fijo, mientras que el 37,5 % tenía contrato a término indefinido lo de que demuestra estabilidad laboral para esa proporción del personal femenino ocupado en el turismo de la capital del país.

**Gráfica 21. Término del contrato de las mujeres empleadas en el sector turismo en Bogotá 2021**



Fuente: Elaboración propia con datos de la GEIH-DANE 2021

### Subempleo

El subempleo entendido como el grupo de trabajadores que manifiestan encontrarse en una situación de empleo inadecuado durante la semana de referencia de la encuesta, ya sea porque desean cambiar su situación laboral actual y/o por razones que restringen el desarrollo de sus capacidades y su bienestar; este se divide en dos clases: subempleo subjetivo y objetivo. La tasa de subempleo subjetivo, indica el número de personas que informaron sobre su deseo de cambiar de trabajo por algunos de los siguientes motivos: mejorar los ingresos, disminuir el número de horas trabajadas o el deseo de realizar actividades más acordes con sus competencias.

En contraste, el subempleo objetivo señala el número de personas que además de manifestar el deseo de cambiar su trabajo, ha llevado a cabo alguna gestión contundente para realizar el cambio de trabajo por las

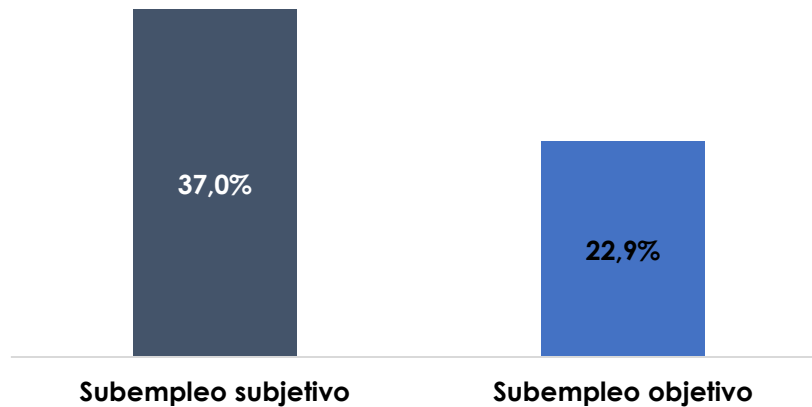


razones mencionadas anteriormente, las cuales están descritas en las recomendaciones de la OIT de la siguiente manera:

- Utilización inadecuada o insuficiencia de competencias: corresponde a la población ocupada que desea y está disponible en el periodo de referencia para cambiar de empleo con el fin de utilizar mejor sus competencias profesionales.
- Ingresos inadecuados: hace referencia a aquellos ocupados que deseaban y estaban disponibles en la semana de referencia a cambiar su situación actual de empleo con el propósito de mejorar sus ingresos.
- Horas de trabajo excesivas: aquellas personas empleadas que durante la semana de referencia manifestaron el deseo de trabajar menos horas que las que efectivamente trabajaron durante la semana de referencia (en todos sus empleos).

De acuerdo con los datos de la GEIH se obtuvo que el 37,0 % de las empleadas en el sector turismo en Bogotá durante el 2021, deseaba cambiar el trabajo en el que se encontraba en ese momento, a su vez, el 22,9 % había realizado alguna acción para cambiar de empleo debido a la inconformidad que presentaba en el momento.

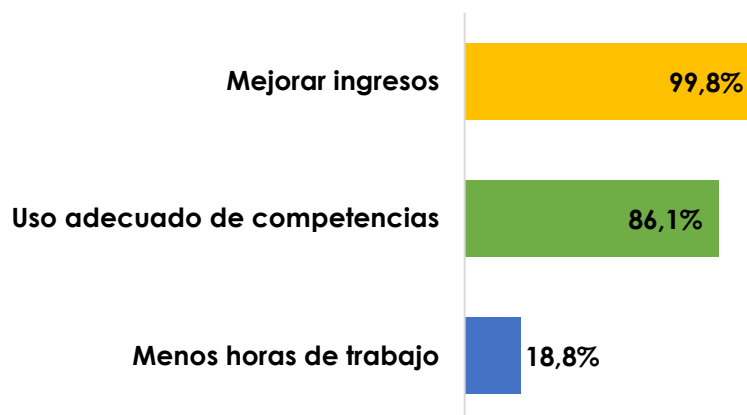
**Gráfica 22. Porcentaje de subempleo subjetivo y objetivo en las mujeres empleadas en el sector turismo en Bogotá 2021**



Fuente: Elaboración propia con datos de la GEIH-DANE 2021

Por otra parte, se encontró que, del total de la población de mujeres subempleadas en el sector, el 99,8 % deseaba cambiar su trabajo actual para mejorar sus ingresos, mientras que el 86,1 % pretendía hacerlo para poder desarrollar sus competencias a cabalidad y finalmente, el 18,8 % dio a conocer que estaba insatisfecha en el empleo porque deseaba trabajar menos horas de las que lo hacía en el sitio de trabajo.

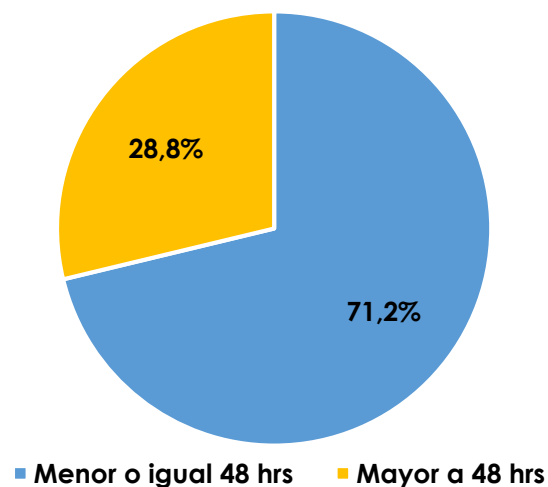
**Gráfica 23. Motivos de subempleo en las mujeres empleadas en el sector turismo en Bogotá 2021**



Fuente: Elaboración propia con datos de la GEIH-DANE 2021

Según la Organización Internacional del Trabajo se debe adoptar la jornada laboral de ocho horas diarias, es decir 48 horas a la semana, por lo que a continuación se conoce el porcentaje de mujeres empleadas en el sector que durante el año 2021 trabajaban menos o más de 48 horas por semana. El 71,2 % de las empleadas indicó que tenía una jornada laboral menor o igual a 48 horas y el 28,8 % trabajaba más de 48 horas a la semana.

**Gráfica 24. Horas de trabajo de las mujeres empleadas en el sector turismo en Bogotá 2021**



Fuente: Elaboración propia con datos de la GEIH-DANE 2021

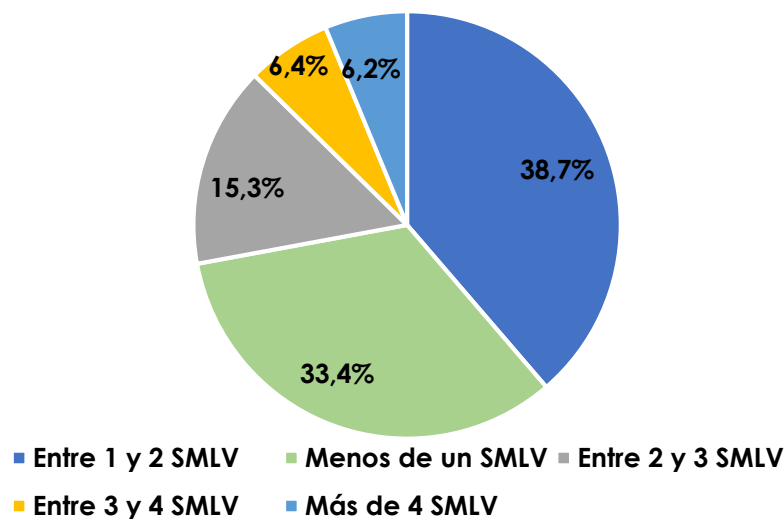
### Ingresos laborales

Otro factor estudiado en el comportamiento del mercado laboral del sector turismo en Bogotá fue la remuneración que recibieron las trabajadoras por parte de los empleadores. Inicialmente se tomaron cinco rangos basados en el salario legal que regula el Gobierno Nacional. Según el Banco de la República, en Colombia los salarios de cada sector se determinan mediante la interacción entre oferta y demanda laboral. Sin embargo, existe un salario mínimo que se utiliza como referencia salarial; conforme a lo que dictó la Mesa de Concertación Laboral para cada uno de los años estudiados, el

Salario Mínimo Mensual Legal vigente- SMMLV para el año 2021 fue de \$ 908.526

De lo anterior se observó que el 38,7 % de las empleadas en el sector devengó entre 1 y 2 salarios mínimos, el 33,4 % menos de un salario mínimo legal, el 15,3 % entre 2 y 3 salarios mínimos, mientras que el 6,4 % percibía entre 3 y 4 salarios mínimos y el 6,2 % más de 4 salarios mínimos.

**Gráfica 25. Porcentaje de distribución del ingreso salarial de las mujeres empleadas en el sector turismo en Bogotá 2021**



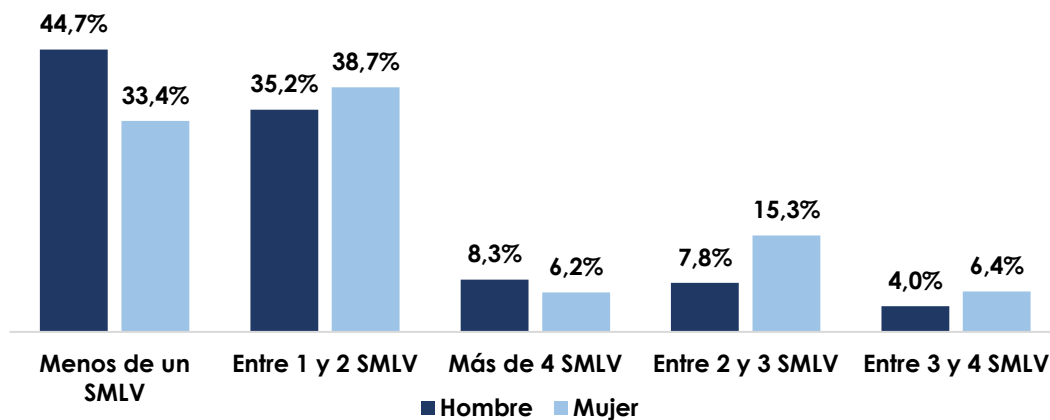
Fuente: Elaboración propia con datos de la GEIH-DANE 2021

En contraste, se encontró que la proporción de hombres que devengaba menos de un salario mínimo es mayor a la de las mujeres, este fue de 44,7 %, lo que equivale a 11,3 p.p. más que dicho porcentaje frente a las mujeres, mientras que el 35,2 % del total de los hombres devengaban entre 1 y 2 SMLV, siendo este superado en 3,5 p.p. por el grupo de las mujeres.

Para el siguiente grupo de ingreso salarial se encontró que el 8,3 % de los hombres en el sector percibieron más de 4 SMLV y el 6,2 % de las mujeres. El 15,3 % de las mujeres empleadas devengaban entre 2 y 3 SMLV, en

comparación del 7,8 % de los hombres. Por último, el 6,4 % de las mujeres percibían entre 3 y 4 SMLV, mientras que así lo afirmó el 4,0 % de los hombres.

**Gráfica 26. Porcentaje de distribución del ingreso salarial de los empleados por género en el sector turismo en Bogotá 2021**



Fuente: Elaboración propia con datos de la GEIH-DANE 2021

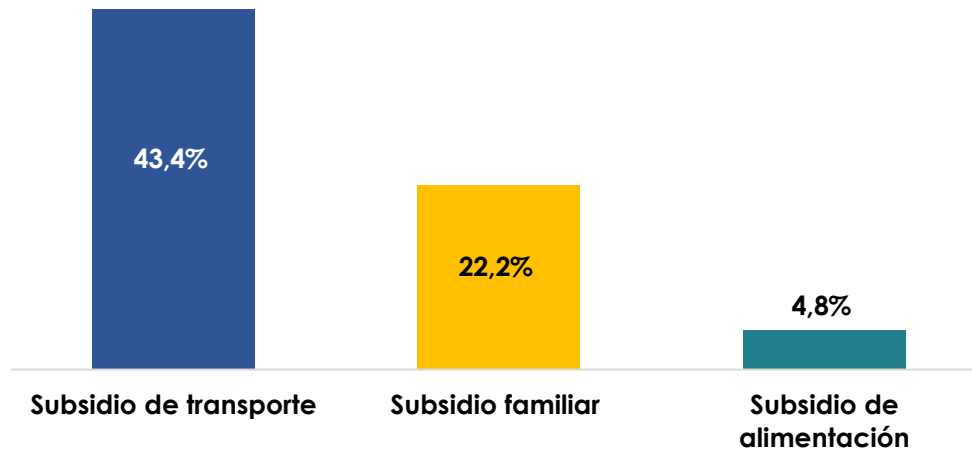
Por otra parte, se analizó la dinámica de los subsidios que fueron otorgados durante estos años a las ocupadas, los cuales se refieren a: subsidio de alimentación, subsidio de transporte y subsidio familiar.

El 53,6 % de las mujeres empleadas en el sector recibían alguno de los tres subsidios mencionados anteriormente, mientras que el 46,4 % restante no percibía dichos ingresos.

La siguiente gráfica muestra el porcentaje de participación de los ocupados en el sector turismo de Bogotá por cada uno de los subsidios. El subsidio de transporte registró la mayor participación, el cual tiene como finalidad reembolsar al trabajador parte de los gastos de transporte que son utilizados para desplazarse a su lugar de trabajo, este fue equivalente al 43,4 % de la población de mujeres ocupadas en el sector; En segundo lugar, se ubicó el subsidio familiar, con el 22,2 %, este es realizado a través de las Cajas de Compensación, las cuales reconocen servicios sociales a los afiliados

encaminados a la recreación, cultura, educación, prevención en salud, subsidio de vivienda, crédito y protección al cesante. En contraste, el menor porcentaje de participación hace alusión al subsidio de alimentación.

**Gráfica 27. Porcentaje de mujeres empleadas en el sector turismo en Bogotá que contaban con subsidio 2021**



Fuente: Elaboración propia con datos de la GEIH-DANE 2021

Por otro lado, respecto al comportamiento de las empleadas en el sector frente al derecho a cesantías, las cuales equivalen a un mes de salario por cada año trabajado del empleado, adicional al salario ordinario, se obtuvo que el 56,4 % de dicha población cuenta con este derecho, mientras que el 53,8 % indicó que contaba con el derecho a vacaciones con sueldo.

A su vez, se conoció la proporción de empleados del sector que gozaban del derecho a la Prima de Navidad, la cual consiste en el pago que realiza el empleador a los empleados, en los primeros quince días de diciembre equivalente a un mes del salario y correspondiente al percibido a treinta de noviembre, tan solo el 8,4 % de las mujeres empleadas en el sector contaban con este derecho, según la información de la GEIH.

### Gráfica 28. Porcentaje de mujeres empleadas en el sector turismo en Bogotá que contaban con derecho (a cesantías, vacaciones y prima) 2021



Fuente: Elaboración propia con datos de la GEIH-DANE 2021

## CARACTERIZACIÓN DE LAS MUJERES EMPLEADAS EN EL SECTOR

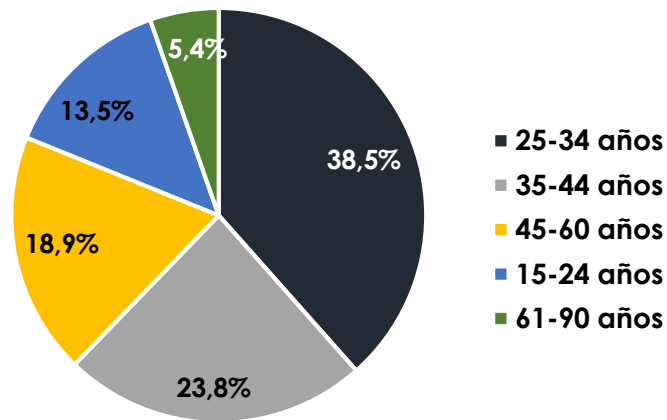
### Edad

La población ocupada en el sector turismo de Bogotá se concentró en el rango de edad de los 25 y 44 años, en promedio para 2021, el 31,3% de los trabajadores informo que se encontraba entre los 25 y 34 años de edad, el 28,1% correspondía a empleados entre los 35 y 44 años de edad. El 20,3% pertenecía al grupo de los ocupados entre los 45 y 60 años, el 16,0% entre 15 y 24 años y el 4,3% entre los 61 y 90 años.

Por otro lado, del total de mujeres que trabajan en el sector turismo en la ciudad, el 38,5% indicó que se encontraban entre los 25 y 34 años de edad, el 23,8% entre 35 y 44 años, el 18,9% entre los 45 y 60 años, el 13,5% entre 15 y 24 años y por su parte, el 5,4% se ubican entre 60 y 90 años de edad.

La siguiente gráfica muestra la distribución por grupos etarios de las mujeres.

**Gráfica 29. Distribución porcentual por grupo etario de las mujeres empleadas en el sector turismo en Bogotá 2021**



Fuente: Elaboración propia con datos de la GEIH-DANE 2021

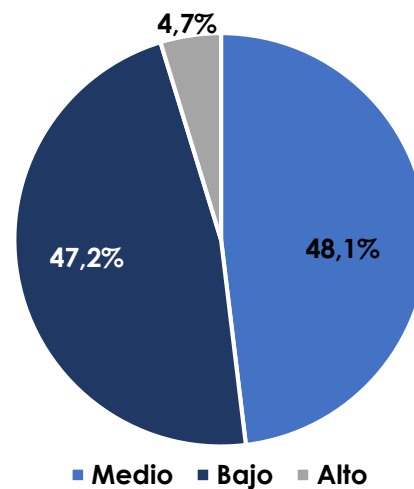
### Estrato socioeconómico

Con el fin de realizar un análisis sociodemográfico es pertinente evaluar la distribución del personal empleado del sector turismo de acuerdo al estrato socioeconómico, la desagregación de la información se hizo a través de seis categorías de estratificación contempladas por el DANE asociadas al servicio público de energía: bajo – bajo (1), bajo (2), medio – bajo (3), medio (4), medio – alto (5) y alto (6).

Para el análisis práctico del presente estudio las categorías mencionadas fueron agrupadas en tres grupos: estrato bajo, estrato medio y estrato alto; de lo cual se observó que el 48,1 % de las trabajadoras del sector turismo en Bogotá vivían en estrato medio, el 47,2 % en estrato bajo y solo el 4,7 % pertenecía al estrato alto.



**Gráfica 30. Distribución porcentual por estrato socioeconómico de las mujeres empleadas en el sector turismo en Bogotá 2021**



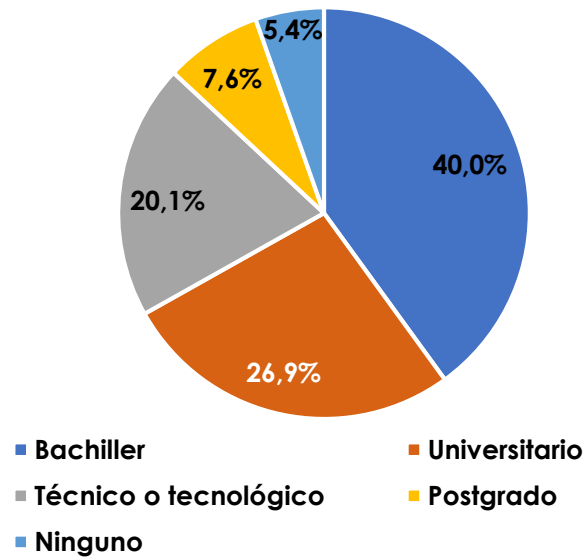
Fuente: Elaboración propia con datos de la GEIH-DANE 2021

### Nivel de escolaridad

En línea con la caracterización de las empleadas en el sector, se analizó el nivel de escolaridad de los ocupados, tomando como referencia las siguientes condiciones: ninguno, bachiller, técnico o tecnólogo, universitario y postgrado. En 2021, el 40,0% de las mujeres que trabajan en el turismo de la ciudad, contaba con el título de bachiller, el 26,9% era universitario, el 20,1% técnico o tecnólogo, el 7,6% contaba con postgrado y solo el 5,4% no tenía ningún nivel de escolaridad.

El 35,1% de las empleadas en agencias de viaje tenía un nivel universitario, el 32,7% era bachiller y el 32,2% técnico o tecnológico. En el subsector de alimentos y bebidas, el 68,2% de las empleadas era bachiller, mientras que el 15,9% era técnico o tecnológico

**Gráfica 31. Distribución porcentual por nivel de escolaridad de las mujeres empleadas en el sector turismo en Bogotá 2021**



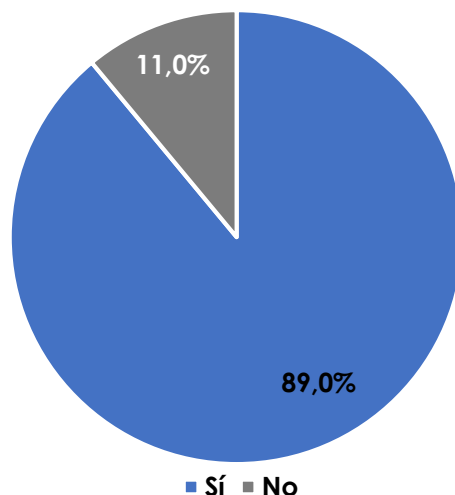
Fuente: Elaboración propia con datos de la GEIH-DANE 2021

## CARACTERÍSTICAS EN EL EMPLEO

### Afiliación al régimen de salud

Frente a la afiliación al régimen de salud, se identificó que, el 89,0 % de mujeres que eran ocupadas del sector estaba afiliadas al régimen de salud en 2021, por su lado el 11,0 % no estaba afiliado al régimen de salud en el año de referencia.

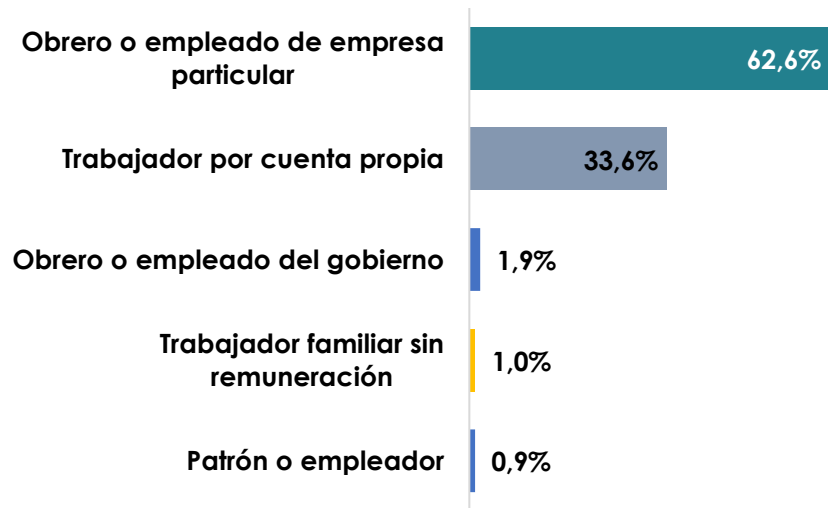
**Gráfica 32. Porcentaje de mujeres empleadas en el sector turismo en Bogotá afiliadas al régimen de salud 2021**



Fuente: Elaboración propia con datos de la GEIH-DANE 2021

En otro sentido, se analizaron otras características de los ocupados el sector como el tipo de empleado y la afiliación al régimen de salud, lo anterior de acuerdo con los dispuesto en los microdatos de la Gran Encuesta Integrada de Hogares. Así pues, el 62,6 % de las empleadas en el sector informaron que eran obreras o empleadas de empresa particular, el 33,6 % trabajaba por cuenta propia, el 1,9 % era obrera o empleada del gobierno, el 1,0 % era trabajadora familiar sin remuneración y el solamente el 0,9 % era patrona o empleadora.

**Gráfica 33. Tipo de empleo de las mujeres empleadas en el sector turismo en Bogotá 2021**



Fuente: Elaboración propia con datos de la GEIH-DANE 2021

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- El 50,4 % del total de turistas internacionales que llegó a la ciudad en 2021 era del género masculino y el 44,9 % de género femenino, provenientes principalmente de: Estados Unidos (17,7 %), Ecuador (7,6 %), Nicaragua (4,4 %), Alemania (3,2 %),; Cundinamarca (13,6 %), Tolima (11,6 %), Meta (11,6 %), Boyacá (9,1 %), Antioquia (8,3 %), Santander (7,3 %), Caldas (4,1 %), Norte de Santander (7,3 %), Huila (3,6 %).
- Más del 40,0 % de mujeres turistas en Bogotá se concentraba en el grupo de edad de 31 a 45 años, por su parte, un poco más del 20,0 % correspondía a las mujeres entre los 46 y 60 años de edad.
- El 57,9 % de los turistas internacionales pernoctó de cuatro a treinta noches en la ciudad, por su lado el 52,8 % de los turistas nacionales se alojó en Bogotá de cuatro a treinta, en cuanto al motivo de viaje se observó que el 58,1 % de las turistas nacionales viajaron a Bogotá motivadas por visitar a familiares o amigos, esta participación fue mayor en el grupo de las turistas internacionales, puesto que este fue del 62,4 %.
- Frente a la participación porcentual por género sobre el total de empleos en el sector, se obtuvo que, durante los años 2019 y 2021, más del 50,0 % de los empleados eran hombres, en promedio y el 43,6 % de los empleos fueron ocupados por mujeres. En 2021 51,4 % de las mujeres ocupadas en el sector indicó que trabajaba bajo informalidad, mientras que en el caso de los hombres el porcentaje de informalidad era de 36,9 %.
- Se resalta que la participación de las mujeres en los sectores directos y conexos es mayor que en el de transporte

- De acuerdo con los datos de la GEIH se obtuvo que el 37,0 % de las empleadas en el sector turismo en Bogotá durante el 2021, deseaba cambiar el trabajo en el que se encontraba en ese momento, a su vez, el 22,9 % había realizado alguna acción para cambiar de empleo debido a la inconformidad que presentaba en el momento.
- En contraste, se encontró que la proporción de hombres que devengaba menos de un salario mínimo era mayor a la de las mujeres, este fue de 44,7 %, lo que equivale a 11,3 p.p. más que dicho porcentaje frente a las mujeres, mientras que el 35,2 % del total de los hombres devengaban entre 1 y 2 SMLV, siendo este superado en 3,5 p.p. por el grupo de las mujeres.
- Según la Organización de las Naciones Unidas- ONU, a nivel programático en el sector turístico se debe realizar: análisis de género del sector, diseño de programas turísticos, asignación de recursos humanos y financieros para la igualdad de género en los programas turísticos, ejecución de la incorporación de una perspectiva de género, seguimiento y evaluación de la incorporación de una perspectiva de género en el trabajo programático del sector.
- En cuanto al nivel de las instituciones de turismo del sector público, se requiere: crear unidades de género y sistemas de puntos focales de género; asignar recursos humanos y financieros para apoyar los esfuerzos de incorporación de una perspectiva de género en la institución y aplicar de mecanismos de rendición de cuentas en la institución para la promoción de la igualdad de género.
- La igualdad de género en las estrategias turísticas, como todas las políticas de género, son sensibles a los cambios de gobierno. Por ello, es importante la institucionalización efectiva de la perspectiva de género en el turismo a través de acciones transversales, más allá de formular netamente las políticas.

## BIBLIOGRAFÍA

- Cámara de Comercio de Bogotá . (2021). *Gran Encuesta sobre el Empresariado de Bogotá y los 59 municipios de Cundinamarca* . Bogotá.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística . (2022). *Gran Encuesta Integrada de Hogares*. [https://microdatos.dane.gov.co//catalog/701/get\\_microdata](https://microdatos.dane.gov.co//catalog/701/get_microdata).
- Ministerio de Transporte. (2021). *Inclusión laboral y experiencias de las mujeres en los sistemas de transporte público masivo*. Bogotá.
- Organización Mundial de Turismo. (2021). *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo, segunda edición*. Madrid. doi:<https://doi.org/10.18111/9789284422753>.
- Organización Mundial Del Turismo. (2015). *El turismo: un fenómeno económico y social*. Madrid.
- Organización Mundial del Turismo. (2022). *Orientaciones para la incorporación de una perspectiva de género en el sector público*. Madrid. doi:<https://doi.org/10.18111/9789284423286>
- Secretaria de La Mujer . (10 de 01 de 2021). *Secretaria de La Mujer* . Obtenido de <https://sdmujer.gov.co/noticias/distrito-expide-nueva-politica-publica-de-mujeres#:~:text=para%20las%20mujeres.-,La%20Pol%C3%ADtica%20P%C3%ABlica%20de%20Mujeres%20y%20E%20quidad%20de%20G%C3%A9nero%2D%20PPMYEG,una%20igualdad%20defectiva%20y%20justa>.
- World Tourism Organization. (2022). *Gender-inclusive Strategy for Tourism Businesses*. Madrid. doi:<https://doi.org/10.18111/9789284423262>

## ANEXOS

# DISEÑO ESTADÍSTICO INVESTIGACIÓN VIAJEROS EN BOGOTÁ

### Universo de estudio

Viajeros en Bogotá que se encuentran en su viaje de salida por el Aeropuerto Internacional El Dorado, las Terminales de Transporte de Bogotá y peajes de la ciudad.

### Periodo de recolección

La recolección de información se realizó entre mayo y diciembre de 2021 y se proyectaron los meses de enero a abril<sup>6</sup>. Mecanismo de recolección: entrevista personalizada a los viajeros acorde a la muestra seleccionada en dispositivo móvil.

### Periodo de referencia:

Último viaje.

### Tipo de investigación por muestreo probabilístico

Todos los viajeros tuvieron una probabilidad mayor a cero de ser seleccionados en la muestra.

### Diseño de muestra:

---

<sup>6</sup> Nota metodológica: La captura de información se hizo en los meses de mayo a diciembre del 2021 para la Terminal de Transportes y de agosto a diciembre para el Aeropuerto El Dorado. Para los meses donde no hubo recolección en los puntos definidos se utilizaron métodos estadísticos para proyectar la información según los datos obtenidos.



A continuación, se presentan las generalidades del diseño de muestreo para cada punto de aplicación:

### **Aeropuerto Internacional El Dorado**

#### **Población Objetivo:**

Viajeros que salen de la ciudad, utilizando como medio de transporte los vuelos comerciales nacionales e internacionales, del Aeropuerto Internacional El Dorado de Bogotá D. C.

#### **Unidad de Muestreo:**

Las unidades primarias de muestreo son los vuelos y las unidades secundarias o finales de muestreo que corresponden a los viajeros seleccionados dentro de los mismos.

#### **Marco Muestral UPM:**

El marco de muestreo está conformado por dos componentes:

1. El listado de itinerarios de vuelos comerciales<sup>7</sup> (destinos, fecha y hora del vuelo, número del vuelo, y aerolínea).
2. El listado de pasajeros del vuelo que el encuestador debe verificar en el trabajo de campo.

#### **Tipo de muestra:**

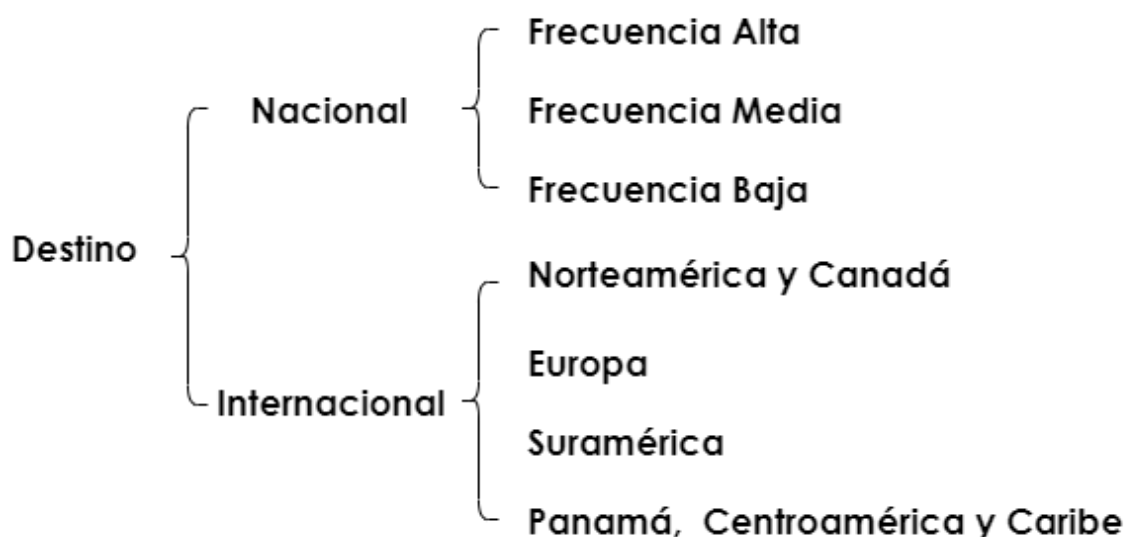
Teniendo en cuenta los objetivos del estudio, las características de la población objetivo y el marco de vuelos disponible, se opta por un muestreo Probabilístico, Bietápico y estratificado.

---

<sup>7</sup> Desde el mes de agosto se construyen los itinerarios desde las páginas de reservas online utilizando métodos webscraping.

- Probabilístico: Cada uno de los vuelos y, por lo tanto, cada uno de sus pasajeros, tiene una probabilidad conocida y superior a cero de ser seleccionado.
- Estratificado: El procedimiento de estratificación, se realiza teniendo en cuenta los objetivos de la investigación y la dinámica de la población objetivo, por lo anterior se propone una estratificación por tipo de destino. Como se muestra en la gráfica 1, se identificaron siete estratos, así:

**Gráfica 34. Estratificación de frecuencias de vuelos**



Fuente: Elaboración propia

• **Bietápico:**

1. Primera etapa: En cada estrato, se seleccionan vuelos mediante Muestreo Aleatorio Simple.
2. Segunda etapa: En cada vuelo, se selecciona una muestra de viajeros mediante Muestreo Aleatorio Simple.

**Tamaño de muestra:**

El cálculo de tamaño de muestra se realizó utilizando información histórica del porcentaje de participación de los turistas internacionales de la Encuesta de Viajeros. Se utilizó la fórmula para la estimación de una proporción, para un error muestral máximo del 5%. El tamaño de muestra final fue de 144 vuelos y dentro de cada vuelo de mínimo el 80% de pasajeros.

### **Precisión de los resultados**

Se diseñó una muestra para obtener una precisión esperada medida en términos del error de muestreo menor o igual a 5%, con un nivel de confiabilidad del 95%, para el estimador de total viajeros que salen cada mes de la ciudad, utilizando los vuelos comerciales del Aeropuerto Internacional El Dorado de Bogotá D. C.

### **Estimadores y factores de expansión**

#### **Procesamiento e imputación**

En esta encuesta, la no respuesta es ajustada por medio de los factores de expansión según el procedimiento descrito en el título de Estimadores y factores de expansión.

#### **Ponderadores y/o factores de expansión y ajustes**

El factor básico de expansión se calcula por estrato, como el producto de los factores de expansión correspondientes a cada una de las etapas:

- **Factor de expansión de la etapa 1:** corresponde a la razón entre el total de vuelos sobre el total de vuelos realizados en la muestra.
- **Factor de expansión de la etapa 2:** es el cociente entre el total de viajeros en el vuelo, sobre el total de viajeros seleccionados en la muestra del vuelo.

El Factor de expansión final se ajusta con la información auxiliar real del total de pasajeros por estrato. Se estiman totales con una determinada característica y promedios. La varianza para medias y porcentaje se estima mediante el método de Taylor.

## **Terminal de Transportes de Bogotá**

### **Población Objetivo:**

Viajeros, personas mayores de 18 años que salen de la ciudad, utilizando como medio de transporte los vehículos de servicio intermunicipal de la Terminal de Transporte de Bogotá.

### **Unidad de Muestreo:**

Las unidades primarias de muestreo son vehículos de servicio y las unidades secundarias los pasajeros dentro de vehículos.

### **Marco Muestral UPM:**

Por las características propias de la investigación no se dispone de un marco de elementos que permita identificar y ubicar a todos los individuos de la población objetivo, es decir, de una lista con todas las personas que saldrán de la ciudad en el mes de referencia. Por lo tanto, se propone un diseño de muestreo donde la unidad de selección inicial es el día de viaje y unidad de selección final el vehículo caracterizado principalmente por su destino relacionando a todos sus viajeros. De tal forma, el marco está conformado por el listado mensual de viajes programados por las agencias de transporte que operan en las terminales de la ciudad. Tales viajes están representados por la ruta o destino que cubren, por su fecha y hora de salida, y por el tipo de vehículo que utilizan.

### **Tipo de muestra:**

Teniendo en cuenta los objetivos de la investigación, las características de la población objetivo y el marco de rutas disponible, se opta por un muestreo probabilístico, bietápico, para cada mes del año, según los siguientes criterios:

- Probabilístico: Cada uno de los días y vehículos, y por lo tanto cada uno de sus pasajeros, tiene una probabilidad conocida y superior a cero de ser seleccionado.

- Bietápico:

1. Primera etapa: Se seleccionan vehículos mediante Muestreo Aleatorio Simple.

2. Segunda etapa: En cada vehículo, se selecciona una muestra de pasajeros con un muestreo Aleatorio Simple.

#### **Tamaño de muestra:**

La información empleada para el estudio de tamaños de muestra consiste en la base de datos con las cifras de operaciones reportadas por las terminales de transportes de Bogotá, esta base de datos incluye terminal (central, sur y norte), empresa, nivel, fecha y hora, código de la ruta, destino, número de pasajeros y corredor.

Para el cálculo de tamaño se utiliza como información complementaria los resultados de las estimaciones de los porcentajes para la subpoblación de no residentes internacionales, dichos porcentajes tuvieron una participación para dicha subpoblación mínima del 0.96%. Teniendo en cuenta lo anterior, se realizó un programa de simulación el cual se genera una variable artificial para todo el marco muestral establecido cuya distribución de probabilidad se asume Bernoulli de parámetro 0.0096 (la cual indica 1 si es no residente internacional y 0 en caso contrario).

La simulación consiste en tomar la variable generada artificialmente y calcular el tamaño de muestra para el cual dicho total estimado (total de no residentes internacionales) tiene un coeficiente de variación inferior al 5%. Dicha estimación se realiza de acuerdo con el diseño muestral propuesto, selección de un Muestreo Aleatorio Simple (MAS) de días y seleccionando nuevamente mediante un MAS el porcentaje de vehículos dentro de cada día de la muestra de la primera etapa. Por esta razón, la simulación tiene en cuenta el número de días a seleccionar en la primera etapa y el porcentaje de vehículos dentro de días a seleccionar.

Teniendo en cuenta la influencia que puede tener la pérdida de muestra en el proceso de estimación, se considera un ajuste del 10% debido a no respuesta, fuera del universo y rechazos. Se propone entonces la selección de 28 días y el 2% de vehículos por día, con el cual se obtiene un coeficiente de variación estimado menor al 5% para la estimación del total de viajeros. Sin embargo, como la encuesta está dirigida a los no residentes y según las estimaciones del 2010 dicha subpoblación es aproximadamente el 42% de los viajeros, no obstante, la cantidad real de viajeros encuestados es variable puesto que depende de la cantidad de pasajeros que haya dentro de cada vehículo seleccionado.

En resumen, el tamaño muestral mínimo planteado en términos de días para estimar el total de viajeros, para una precisión (error de muestreo máximo) menor al 5%, es de 540 vehículos.

### **Precisión de los resultados**

Se diseñó una muestra para obtener una precisión esperada medida en términos del error de muestreo menor o igual a 5%, con un nivel de confiabilidad del 95%, para el estimador de total viajeros que salen cada mes de la ciudad, utilizando las Terminales de Transporte de Bogotá D. C.

## **Estimadores y factores de expansión**

### **Procesamiento e imputación**

En esta encuesta, la no respuesta es ajustada por medio de los factores de expansión según el procedimiento descrito en el título de Estimadores y factores de expansión.

### **Ponderadores y/o factores de expansión y ajustes**

El factor básico de expansión se calcula como el producto de los factores de expansión correspondientes a cada una de las etapas:

- Factor de expansión de la etapa 1: corresponde a la razón entre el total de vehículos, sobre el total de vehículos seleccionados en la muestra.
- Factor de expansión de la etapa 2: es el cociente entre el total de pasajeros del vehículo sobre el total de pasajeros en la muestra por vehículo.

El Factor de expansión final se ajusta con la información auxiliar real del total de pasajeros movilizados por el Terminal de Transporte. Se estiman totales con una determinada característica y promedios. La varianza para medias y porcentaje se estima mediante el método de Taylor.

### **Metodología de proyección de cifras**

La información para la proyección de cifras de las series principales de los meses de no encuesta, se estiman a partir de los valores mensuales observados en la Investigación Encuesta de Viajeros de Bogotá 2021, investigación realizada por el Instituto Distrital de Turismo. Las series proyectadas fueron: Turistas (nacionales e internacionales), No residentes (nacionales e internacionales), Total No residentes y Total Viajeros. Los residentes se calcularon como la diferencia entre Viajeros y No residentes. Los No residentes en conexión como la diferencia del Total de No residentes y las demás categorías de no residente (nacional e internacional). La

proyección de las series temporales se realizó con la aplicación de trimestres móviles.

Para el lugar de aplicación y demás variables contenidas en el formulario de la encuesta, el valor mensual proyectado de las series principales se distribuyó proporcional y retrospectivamente a lo observado en el trimestre móvil medido en 2021.

### **Información del flujo de viajeros por peajes**

La información se proyecta a través de fuentes secundarias (Agencia Nacional de Infraestructura- ANI) tomando la cantidad de vehículos movilizados por los peajes y expandiéndolo por la cantidad promedio de personas por vehículo. Esta información se obtiene a partir del ejercicio de conteo que se realizó en el 2015 de la Investigación de Viajeros en Bogotá, donde se determinó el promedio de personas por vehículo.

Una vez se obtiene el total expandido por este lugar de aplicación, se realiza una distribución por promedios móviles de la información resultante de las encuestas realizadas en la investigación.

### **Unidad de análisis**

Turistas, personas mayores de 18 años que se identifican como mujeres, que salen de la ciudad utilizando como medio de transporte los vuelos comerciales nacionales e internacionales del Aeropuerto Internacional el Dorado de Bogotá D. C., así como, los vehículos de servicio intermunicipal de la Terminal de Transportes de Bogotá y vehículos particulares que transitan por los peajes de la ciudad.

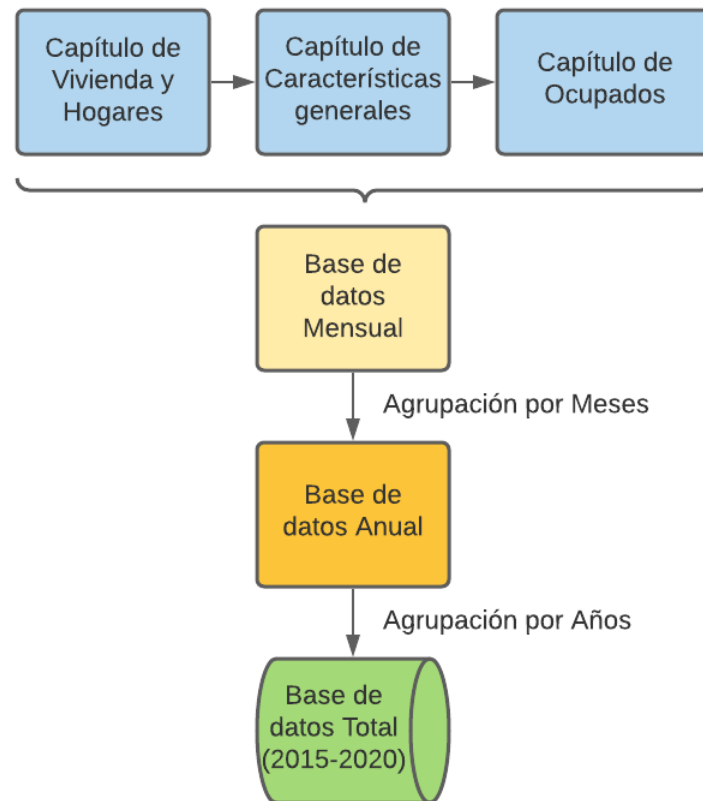


## CONSIDERACIONES      METODOLÓGICAS      MERCADO LABORAL

El estudio de Mercado Laboral en el Sector Turismo para Bogotá, desagregando los datos por género y haciendo énfasis en la mujer, corresponde a un ejercicio investigativo que pretende brindar información estadística sobre la empleabilidad en la industria turística y el comportamiento de otros indicadores relacionados al empleo, durante el 2021. Esto con el fin de tener una aproximación a las tendencias asociadas al empleo en el sector turístico en mujeres.

La principal fuente de información para calcular el comportamiento de las variables del presente estudio es la Gran Encuesta Integrada de Hogares-GEIH, operación estadística que recopila mensualmente información sobre el tamaño y estructura de la fuerza de trabajo en el país. La GEIH tiene cobertura a nivel nacional, y, adicional a las preguntas asociadas al empleo, contiene variables socioeconómicas tomadas en cuenta para el presente estudio. Por lo anterior, se tomaron los microdatos de los capítulos *Vivienda y Hogares*, *Características Generales* y *Ocupados* de la base *Cabeceras* en el caso de Colombia, y la base *Área para Bogotá*, con el propósito de construir las series mensuales del periodo de referencia.

**Gráfica 35. Proceso de construcción de Base de datos (2021)**



Fuente: Elaboración Propia

Todos los indicadores de mercado laboral presentes en el estudio se calculan para los subsectores del sector turismo los cuales son: sectores directos al turismo (Alojamiento - Agencias de viajes), sectores conexos (Alimentos y bebidas – Congresos, Ferias y Convenciones - Esparcimiento) y el sector de transporte (Transporte aéreo - Transporte terrestre).

Esta caracterización del sector turismo se realizó tomando ciertas actividades económicas, mediante la variable Rama a 4 dígitos-RAMA4D de acuerdo con la clasificación CIIU Rev. 4 A.C., que se implementó para el año 2021.

La clasificación de las actividades económicas de acuerdo con cada uno de los sectores y subsectores se realizó de la siguiente manera:

**Tabla 2. Clasificación CIU Rev. 4 A.C Actividades relacionadas al sector turismo**

Sector	Subsector	Clase	Descripción
Sector directos	Alojamiento	5511	Alojamiento en hoteles
		5512	Alojamiento en apartahoteles
		5513	Alojamiento en centros vacacionales
		5514	Alojamiento rural
		5519	Otros tipos de alojamientos para visitantes
		5520	Actividades de zonas de camping y parques para vehículos recreacionales
	Agencias de viajes	7911	Actividades de las agencias de viajes
		7912	Actividades de operadores turísticos
		7990	Otros servicios de reserva y actividades relacionadas
Sector transporte	Transporte aéreo	5111	Transporte aéreo nacional de pasajeros
		5112	Transporte aéreo internacional de pasajeros
	Transporte terrestre	4921	Transporte terrestre de pasajeros
		7710	Alquiler y arrendamiento de vehículos automotores
Alimentos y bebidas		5611	Expendio a la mesa de comidas preparadas
		5612	Expendio por autoservicio de comidas preparadas
		5613	Expendio de comidas preparadas en cafeterías
		5619	Otros tipos de expendio de comidas preparadas

Sectores conexos al turismo		5629	Actividades de otros servicios de comidas
		5630	Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
	Congresos, Ferias y Convenciones	5621	Catering para eventos
		8230	Organización de convenciones y eventos comerciales
	Esparcimiento	9006	Actividades teatrales
		9233	Actividades de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales
		9007	Actividades de espectáculos musicales en vivo
		9008	Otras actividades de espectáculos en vivo
		9102	Actividades y funcionamiento de museos, conservación de edificios y sitios históricos
		9103	Actividades de jardines botánicos, zoológicos y reservas naturales
		9319	Otras actividades deportivas
		9321	Actividades de parques de atracciones y parques temáticos
	9329	Otras actividades recreativas y de esparcimiento	

Fuente: Elaboración propia con base en datos del DANE

Es pertinente aclarar que el presente documento es un ejercicio de aproximación a las cifras, ya que no es posible calcular de manera puntual cuántos trabajadores de los sectores conexos y de transporte están relacionados directamente a actividades del sector de turismo, dado el nivel de desagregación disponible en la encuesta, razón por la cual para el presente estudio se realizaron una serie de estimaciones con la finalidad de

definir unos ponderadores para el subsector transporte terrestre y para cada subsector de los sectores conexos (Alimentos y bebidas – Congresos, Ferias y Convenciones - Esparcimiento), con la finalidad de ponderar el peso que tienen los trabajadores de estos subsectores sobre el total de empleos asociados al sector turismo en Bogotá, la siguiente tabla presenta el ponderador que se le asignó a cada uno de los subsectores.

**Tabla 3. Ponderadores de ocupados en subsectores asociadas al Turismo**

Sector	Subsector	Ponderador
Sector transporte	Transporte terrestre	13,9
Sectores conexos al turismo	Alimentos y bebidas	10,4
	Congresos, Ferias y Convenciones	92,0
	Esparcimiento	44,2

Fuente: Elaboración propia



INSTITUTO DISTRITAL DE  
**TURISMO**

