

Instituto Distrital de Turismo



Observatorio Distrital de
Turismo

1

24

MUJERES Y SU PAPEL EN EL TURISMO DE BOGOTÁ

CONTENIDO

1. Resultados principales Viajeros 2025
2. La mujer como turista en Bogotá: análisis de la demanda turística
3. Participación de las mujeres en el tejido empresarial y laboral del turismo

2

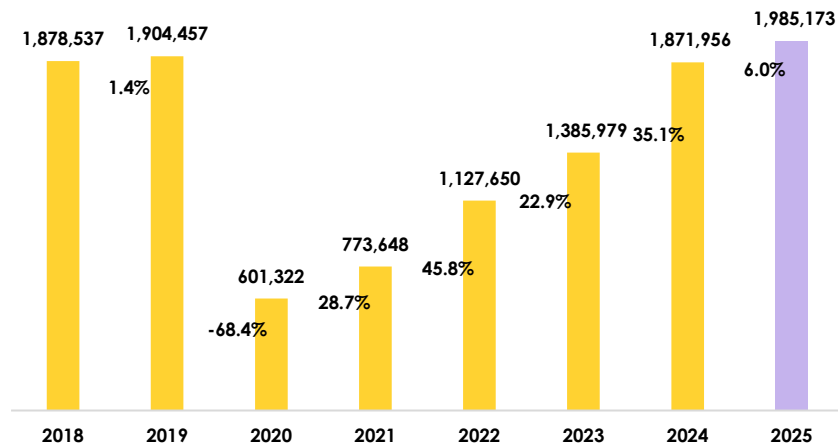
24

1. INVESTIGACIÓN DE VIAJEROS EN BOGOTÁ (2025)

3

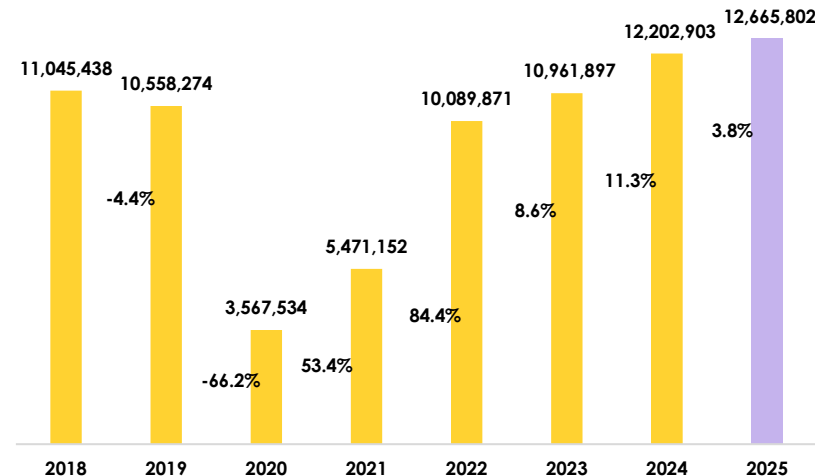
24

Turistas internacionales (2025)



La llegada de turistas internacionales a Bogotá evidencia una recuperación sostenida tras la caída de 2020. En 2025 se alcanzó un máximo histórico de 1.985.173 visitantes, con un crecimiento de 6,0% frente a 2024, superando los niveles prepandemia y consolidando la tendencia de expansión del turismo internacional en la ciudad.

Turistas nacionales (2025)



El turismo nacional también muestra una recuperación sostenida tras la caída de 2020. En 2025 se alcanzó un máximo histórico de 12.665.802 turistas, con un crecimiento de 3,8% frente a 2024, lo cual sostiene la importancia del turismo interno como principal fuente de visitantes en Bogotá.

2. LA MUJER COMO TURISTA EN BOGOTÁ: ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

5

24



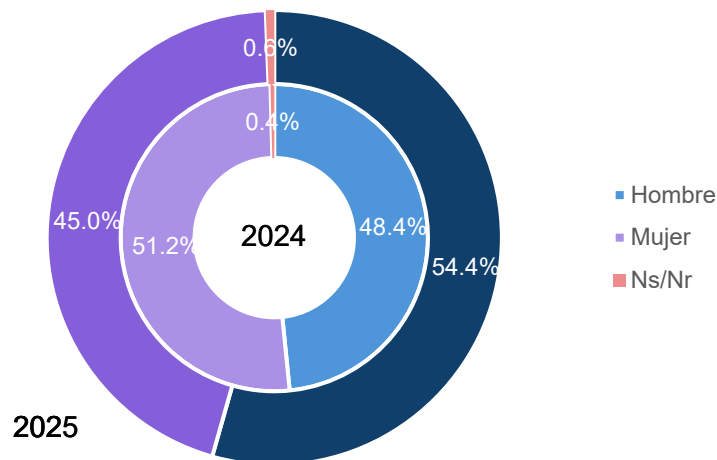
Estudio

Mujeres y su papel en el turismo de Bogotá

En 2025, las mujeres desempeñan un papel estratégico en el turismo de Bogotá como viajeras, trabajadoras y líderes empresariales. Este estudio analiza su participación en la demanda y en la oferta del sector, evidenciando avances en formalización y liderazgo, pero también persistencia de brechas de ingresos y de representación económica. Los resultados permiten identificar progresos y desafíos en la construcción de un turismo más equitativo e inclusivo.

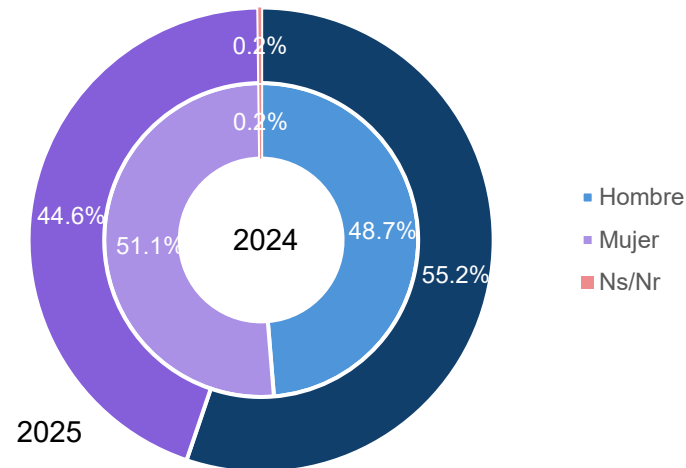


Sexo de los turistas internacionales (2025)



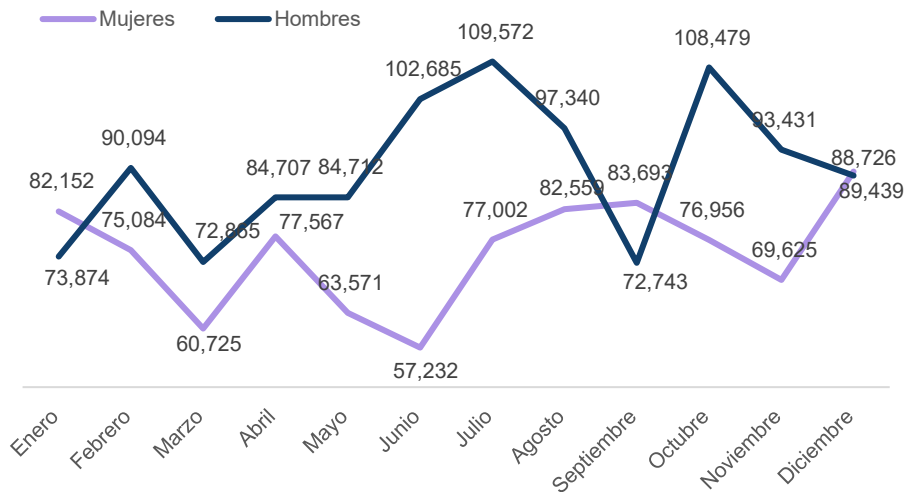
En 2025, los turistas internacionales que visitaron Bogotá fueron principalmente hombres (54,4%), mientras que las mujeres representaron el 45,0%. En comparación con 2024, aumenta la participación masculina (+6,0 p.p.) y disminuye la femenina (-6,2 p.p.).

Sexo de los turistas nacionales (2025)



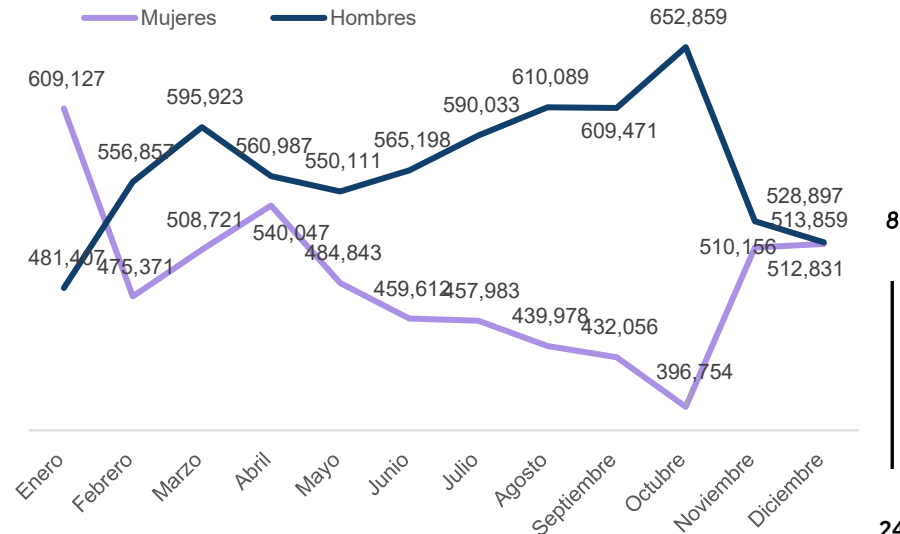
Los turistas nacionales (12.665.802) que visitaron Bogotá en 2025 fueron mayoritariamente hombres (55,2%), mientras que las mujeres representaron el 44,6% del total. Frente a 2024, se observa un aumento en la participación masculina (+6,5 p.p.) y una reducción en la femenina (-6,5 p.p.), ampliando la brecha de género en ambos segmentos.

ESTACIONALIDAD POR SEXO TURISTAS DE ORIGEN INTERNACIONAL EN BOGOTÁ (2025)



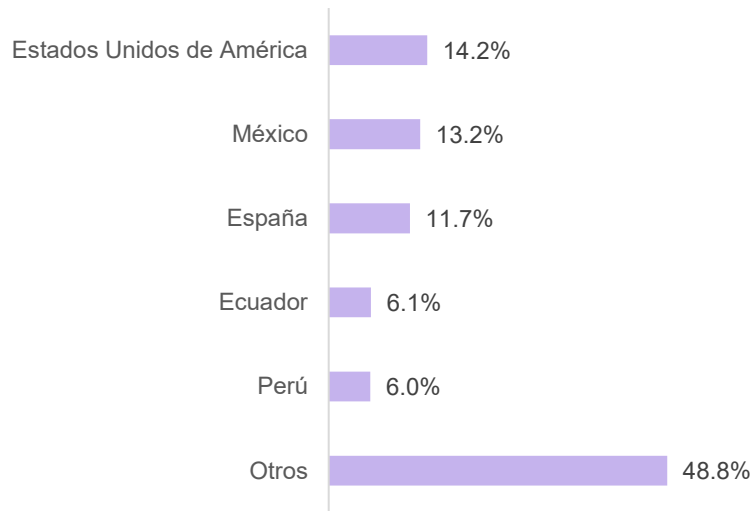
La mayor llegada de mujeres turistas internacionales a Bogotá se registró en diciembre (89.439). Durante el primer semestre se presentó una tendencia descendente hasta junio (57.232), seguida de una recuperación sostenida entre julio y septiembre.

ESTACIONALIDAD DE LAS MUJERES TURISTAS DE ORIGEN NACIONAL EN BOGOTÁ (2025)



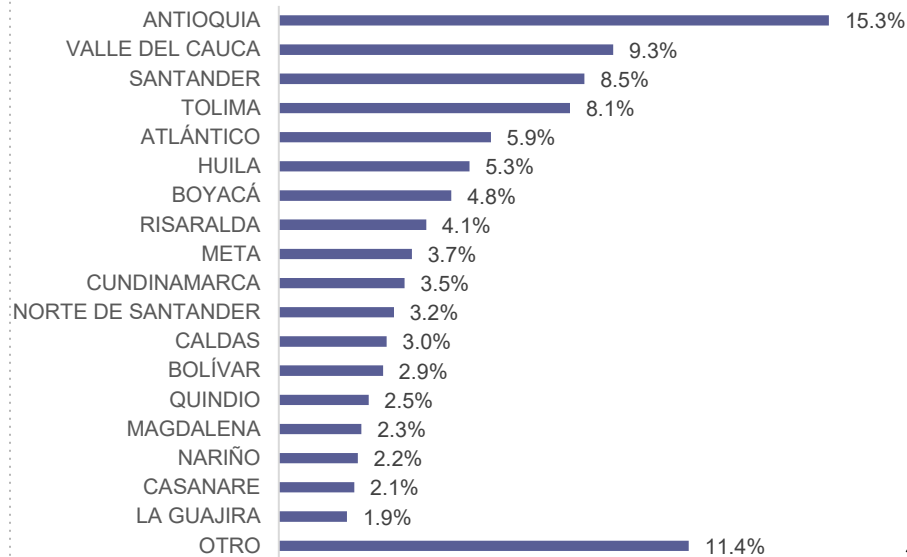
Por su parte, la llegada de mujeres de origen nacional alcanzó su nivel más alto en enero (609.127) y un segundo pico en abril (540.047). Desde mayo se presentó una tendencia descendente hasta octubre (396.754), seguida de una recuperación al cierre del año.

ORIGEN DE LAS MUJERES TURISTAS INTERNACIONALES (2025)



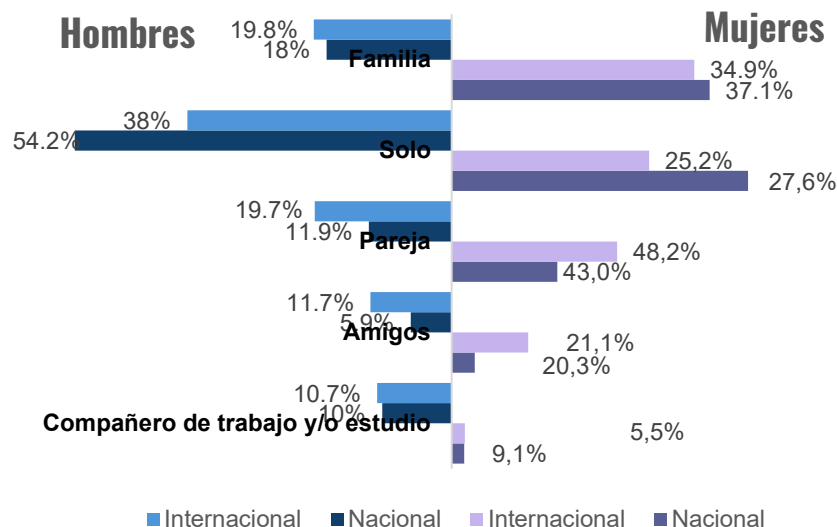
El principal país de origen de las mujeres turistas internacionales fue Estados Unidos (14,2%), seguido de México (13,2%) y España (11,7%). También se destacaron Ecuador (6,1%) y Perú (6,0%), mientras que el grupo “Otros” concentró el 48,8%.

ORIGEN DE LAS MUJERES TURISTAS NACIONALES (2025)



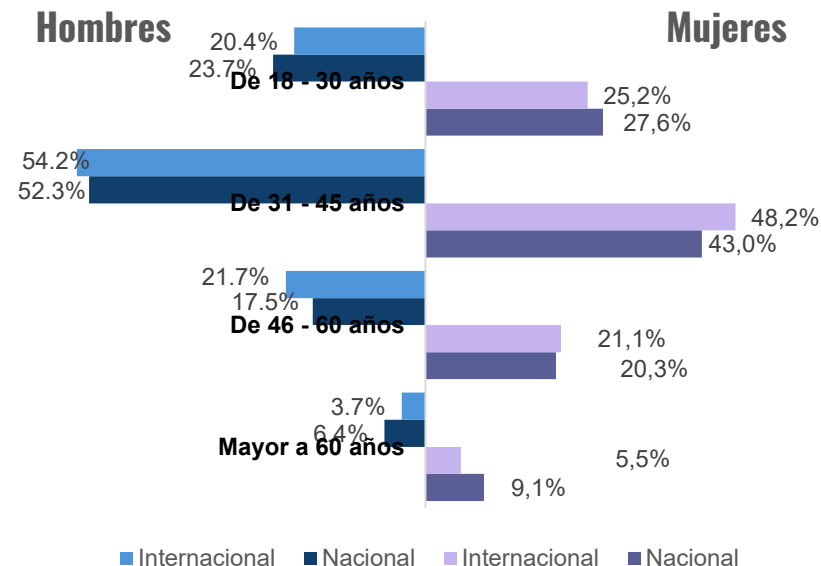
Antioquia fue el principal origen de mujeres turistas nacionales hacia Bogotá (15,3%), seguido de Valle del Cauca (9,3%), Santander (8,5%), Tolima (8,1%), Atlántico (5,9%) y Huila (5,3%). En conjunto, estos departamentos concentraron más del 50% del total, mientras que los demás registraron participaciones inferiores al 5%.

GRUPO DE VIAJE DE LAS MUJERES TURISTAS EN BOGOTÁ (2025)



En 2025, las mujeres turistas en Bogotá viajaron principalmente en pareja, especialmente en el segmento internacional (48,2%), seguido de los viajes en familia (37,1% en nacionales y 34,9% en internacionales). En contraste, los hombres presentan mayor tendencia a viajar solos, particularmente entre los nacionales (54,2%), evidenciando diferencias en los patrones de viaje según sexo.

EDAD POR SEXO DE LOS TURISTAS EN BOGOTÁ (2025)



Tanto hombres como mujeres turistas en Bogotá se concentran principalmente en el rango de 31 a 45 años, con 52,3% de los hombres nacionales y 54,2% de los internacionales, y 43,0% de las mujeres nacionales y 48,2% de las internacionales. Los rangos de 18 a 30 años y 46 a 60 años presentan participaciones intermedias, mientras que los mayores de 60 años representan la menor proporción en ambos sexos.

MOTIVO DE VIAJE DE LAS MUJERES TURISTAS INTERNACIONALES (2025)



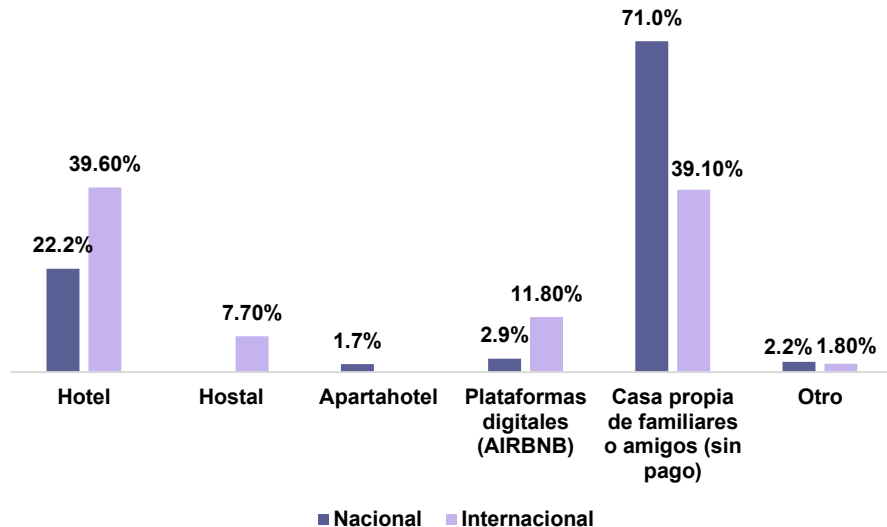
El principal motivo de viaje de las mujeres turistas internacionales fue vacaciones, recreación y ocio (50,0%), seguido por visita a familiares y amigos (32,2%). Los demás motivos tuvieron participaciones significativamente menores, consolidando un perfil predominantemente vacacional.

MOTIVO DE VIAJE DE LAS MUJERES TURISTAS NACIONALES (2025)



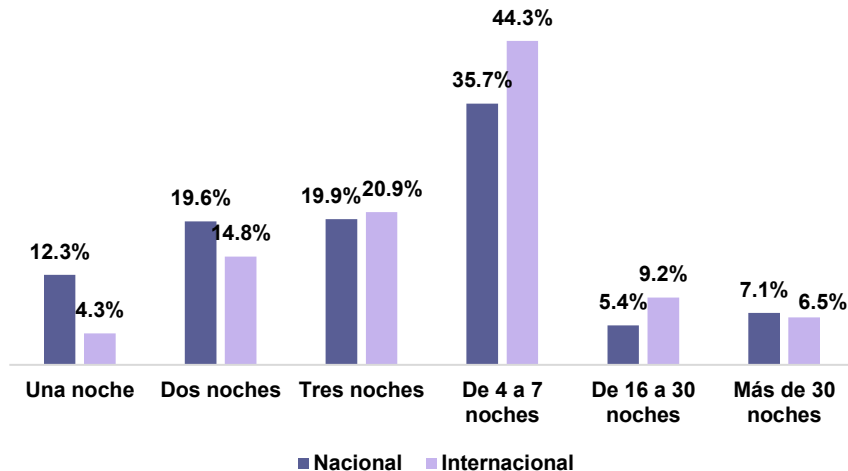
Para las mujeres turistas nacionales el principal motivo de viaje fue la visita a familiares y amigos (48,9%). Le siguen trabajo remunerado en Bogotá (13,0%) y salud (12,5%), mientras que vacaciones y ocio representaron el 9,6%, reflejando un perfil principalmente familiar.

LUGAR DE ALOJAMIENTO DE LAS MUJERES TURISTAS EN BOGOTÁ (2025)



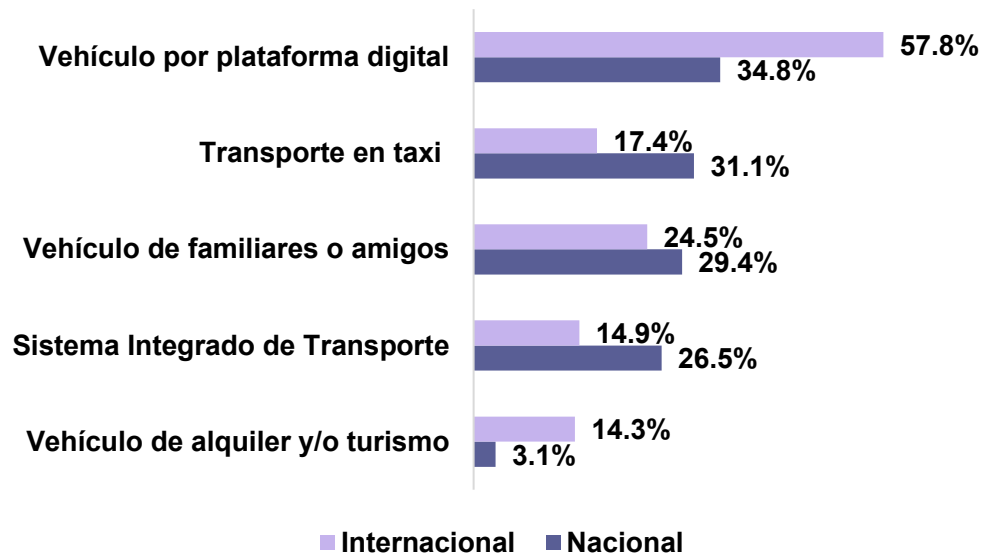
El principal tipo de hospedaje de las turistas nacionales fue la vivienda propia o de familiares y amigos (71%), seguido por hotel (22,2%). En contraste, las turistas internacionales presentaron una distribución más equilibrada entre ambas opciones, con 39,1% y 39,6%, respectivamente.

NOCHES PERNOCTADAS POR LAS MUJERES TURISTAS EN BOGOTÁ (2025)



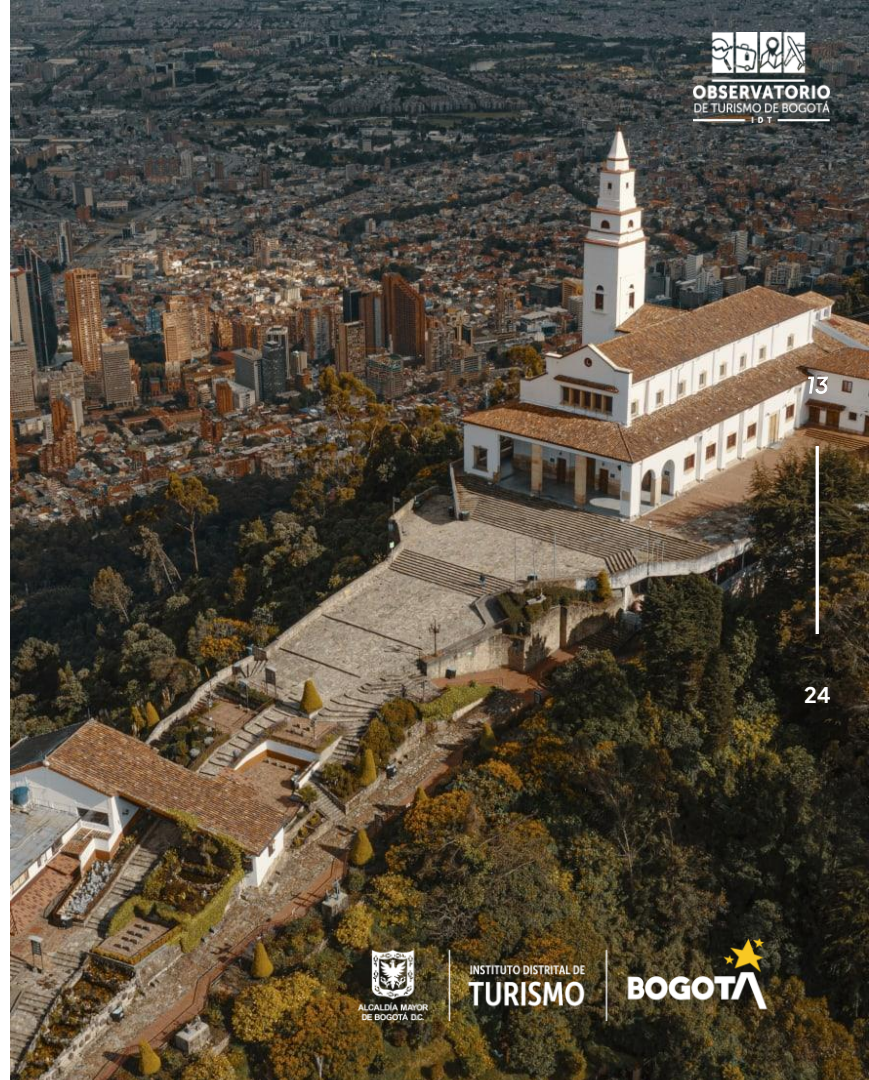
En cuanto a las noches pernoctadas de las mujeres turistas predominó la estancia de 4 a 7 noches tanto para nacionales (35,7%) como internacionales (44,3%). Las nacionales registran mayor peso en estancias cortas (una y dos noches), mientras que las internacionales concentran más participación en estadías medias y largas (16 a 30 noches).

MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO EN LA VISITA A BOGOTÁ POR LAS MUJERES TURISTAS (2025)

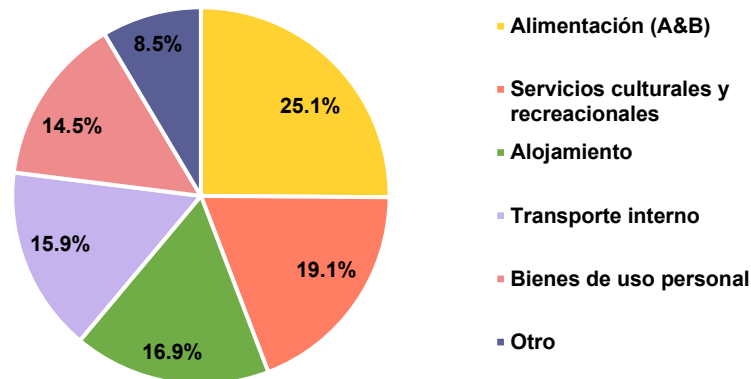


Las mujeres turistas internacionales utilizaron principalmente vehículos por plataforma digital (57,8%) para movilizarse, mientras que las nacionales combinaron este medio (34,8%) con taxi (31,1%), vehículo de familiares o amigos (29,4%), y el Sistema Integrado de Transporte (26,5%). El alquiler de vehículo tuvo mayor peso en internacionales (14,3%) frente a nacionales (3,1%).

Fuente: INVESTIGACIÓN VIAJEROS EN BOGOTÁ 2025.

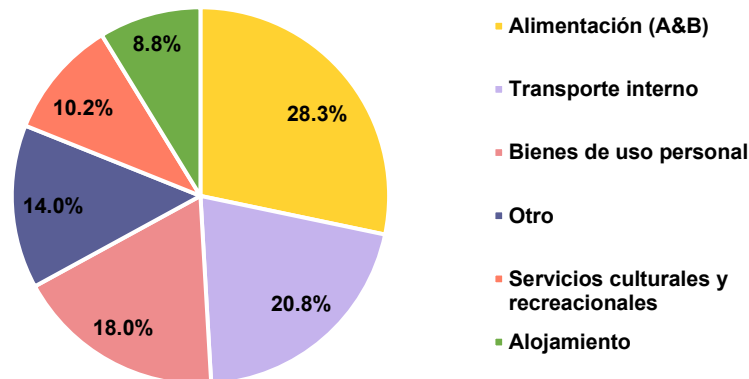


DISTRIBUCIÓN DEL GASTO DE LAS MUJERES TURISTAS INTERNACIONALES EN BOGOTÁ (2025)



En cuanto al gasto de las mujeres turistas internacionales, este se concentró principalmente en alimentación (25,1%), seguido de servicios culturales y recreacionales (19,1%) y alojamiento (16,9%). Transporte interno (15,9%) y bienes de uso personal (14,5%) también tuvieron participación relevante, evidenciando una estructura de gasto diversificada.

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO DE LAS MUJERES TURISTAS NACIONALES EN BOGOTÁ (2025)



El gasto de las mujeres turistas nacionales se concentró principalmente en alimentación (28,3%) y transporte interno (20,8%), seguido de bienes de uso personal (18,0%). Otros rubros (14,0%) y servicios culturales (10,2%) complementan la estructura, mientras que el alojamiento (8,8%) tuvo menor participación.

ACTIVIDADES REALIZADAS POR LAS MUJERES TURISTAS INTERNACIONALES (2025)



Las mujeres turistas internacionales realizaron principalmente actividades gastronómicas (70,5%) y culturales (59,8%), consolidando un perfil orientado a experiencias urbanas y patrimoniales. También destacan naturaleza (27,1%) y compras (22,6%), mientras que bienestar (15,5%) y negocios (9,5%) tuvieron menor participación.

ACTIVIDADES REALIZADAS POR LAS MUJERES TURISTAS NACIONALES (2025)



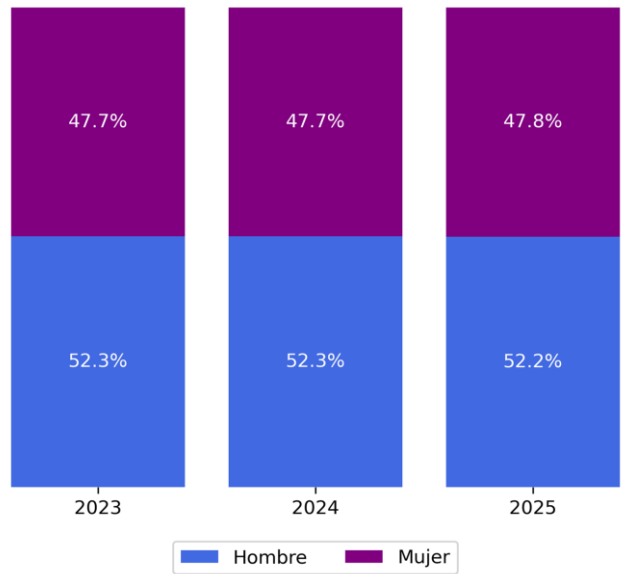
En contraste con el perfil internacional (marcado por una alta concentración en actividades gastronómicas y culturales), las mujeres turistas nacionales presentan una participación menor en gastronomía (37,4%) y una mayor diversificación hacia compras (25,5%), bienestar (22,0%) y actividades culturales (20,8%).

3. PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES EN EL TEJIDO EMPRESARIAL Y LABORAL DEL TURISMO

16

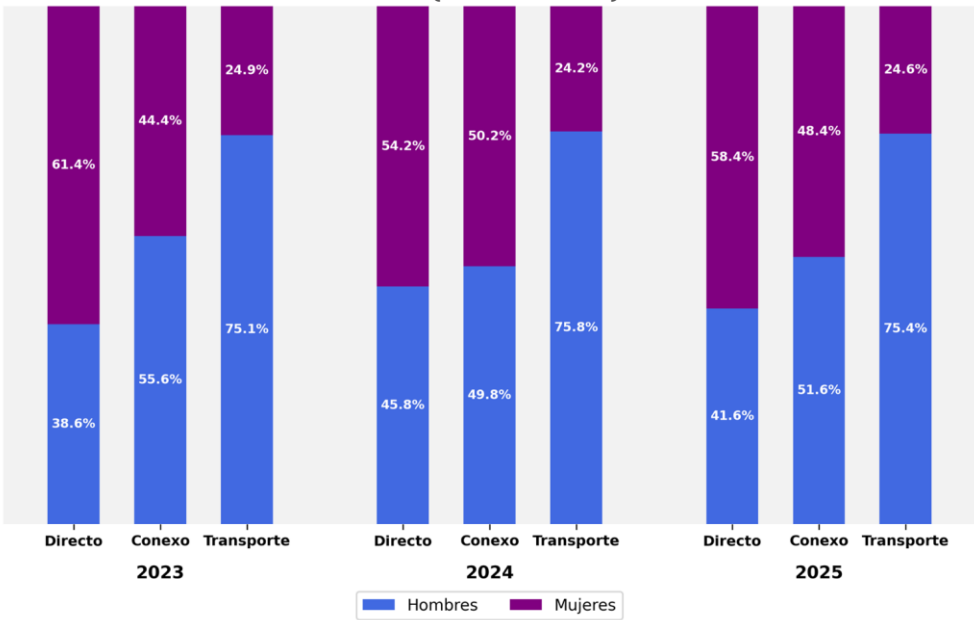
24

Distribución porcentual del sexo de los empleados del sector turismo en Bogotá (2023-2025)



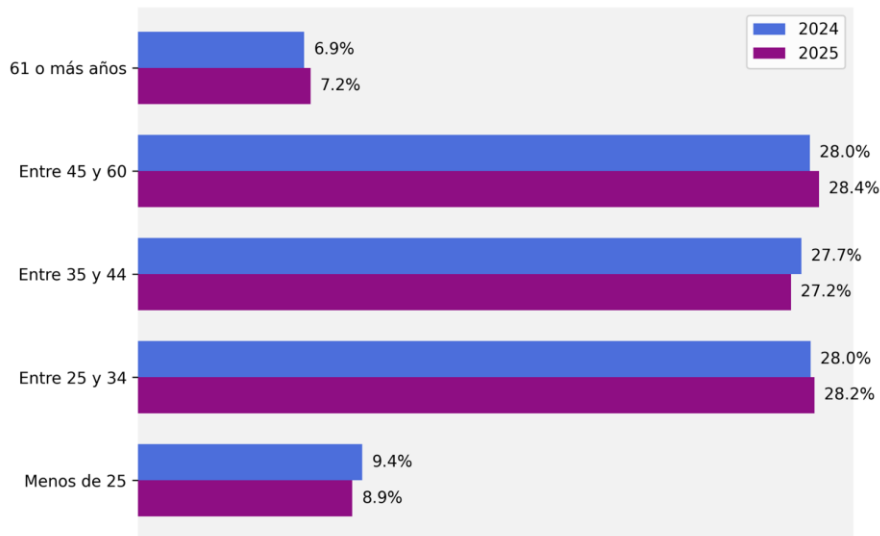
La participación por género en el empleo del sector turismo se mantuvo estable entre 2023 y 2025. En 2023, los hombres representaron el 52,3 % del total de ocupados y las mujeres el 47,7 %. En 2024 la distribución fue igual (52,3 % y 47,7 %, respectivamente), y en 2025 apenas varió, con 52,2 % de hombres y 47,8 % de mujeres.

Distribución del empleo por sexo según tipo de sector turístico (2023-2025)



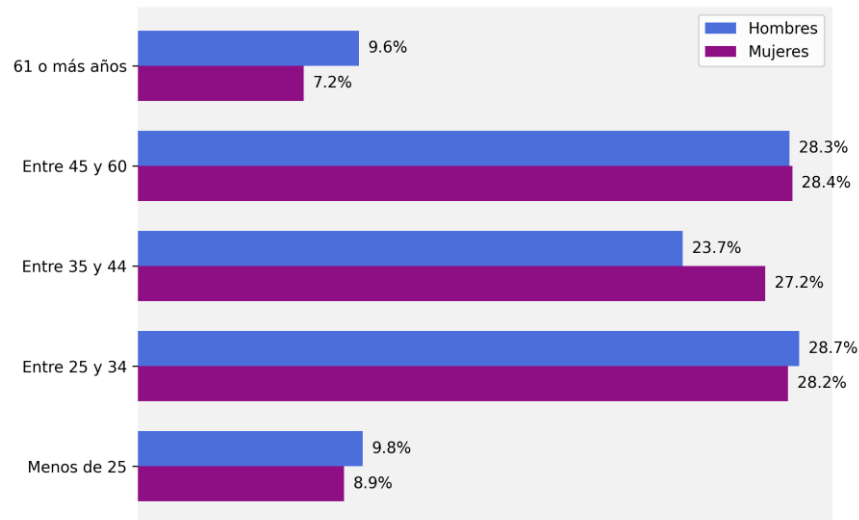
En 2023, las mujeres representaron el 61,4 % del empleo en los sectores directos, frente al 38,6 % de hombres. En los sectores conexos, la participación fue mayor para los hombres (55,6 %) que para las mujeres (44,4 %). En el sector transporte, la brecha es más amplia: el 75,1 % de los empleos correspondió a hombres y el 24,9 % a mujeres. Esta estructura se mantiene en 2024 y 2025, con predominio femenino en los sectores directos y mayor concentración masculina en transporte.

Grupos de edad de las mujeres empleadas en el sector turismo (2025 vs 2024)



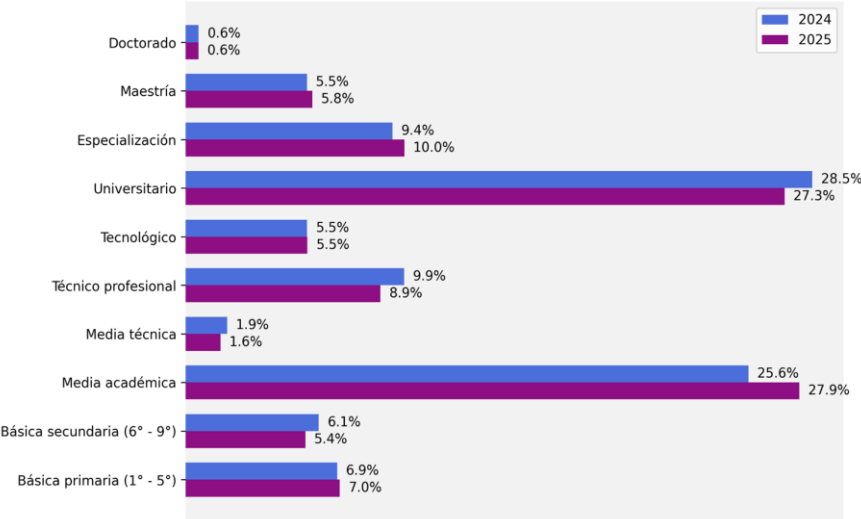
La distribución por grupos de edad muestra una estructura bastante equilibrada entre los rangos centrales. En 2025, el grupo con mayor participación es el de 45 a 60 años (28,4 %), seguido muy de cerca por el de 25 a 34 años (28,2 %) y el de 35 a 44 años (27,2 %). En comparación con 2024, se observa un ligero aumento en los grupos de 25 a 34 años (de 28,0 % a 28,2 %), de 45 a 60 años (de 28,0 % a 28,4 %) y en el de 61 o más años (de 6,9 % a 7,2 %), mientras que disminuyen levemente las participaciones de 35 a 44 años (de 27,7 % a 27,2 %) y de menores de 25 años (de 9,4 % a 8,9 %).

Distribución del sexo entre rangos de edad en el sector turismo (2025)



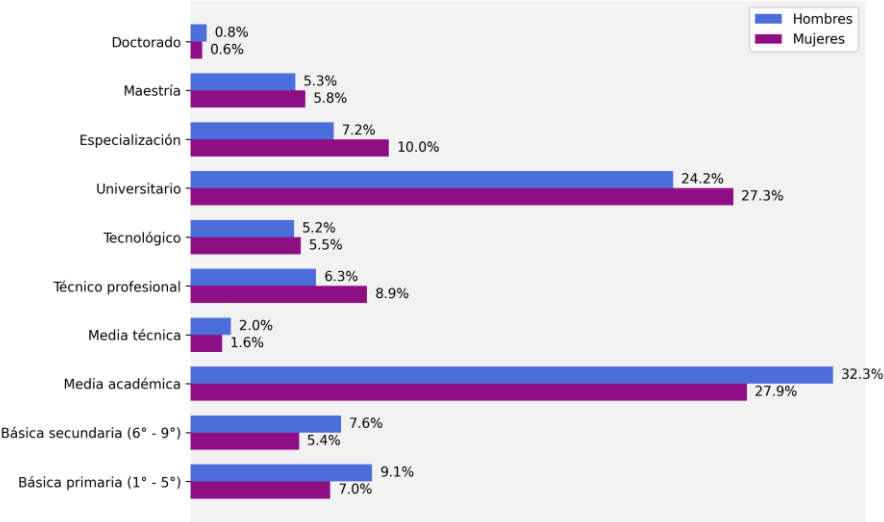
La estructura por edad del empleo en el sector turismo es similar entre mujeres y hombres, concentrándose principalmente entre los 25 y 60 años, etapa de mayor actividad económica. Aunque los hombres presentan una participación ligeramente mayor en los grupos más jóvenes y en los mayores de 61 años, las mujeres destacan en el rango de 35 a 44 años, donde registran una participación superior en 3,5 puntos porcentuales. En general, las diferencias por edad son moderadas, lo que evidencia una distribución relativamente equilibrada en el ciclo laboral del sector.

Nivel educativo de las mujeres empleadas en el sector turismo (2025 vs 2024)



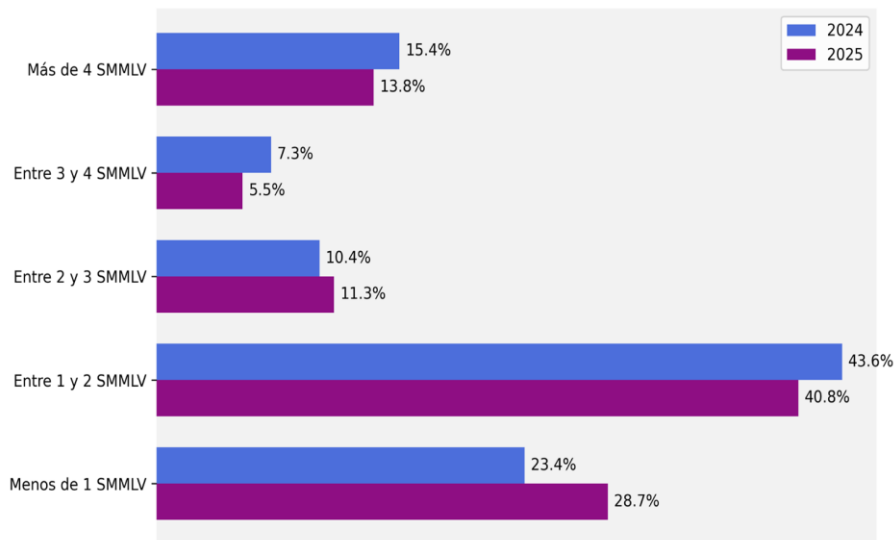
En 2025 se observa una recomposición en el perfil educativo de las mujeres empleadas en el sector turismo en Bogotá: la educación media académica (27,9 %) supera a la universitaria (27,3 %), a diferencia de 2024 cuando predominaba el nivel universitario (28,5 %) frente a la media académica (25,6 %). Los posgrados registran leves incrementos (especialización de 9,4 % a 10,0 % y maestría de 5,5 % a 5,8 %), mientras el doctorado se mantiene en 0,6 %. En contraste, el nivel técnico profesional disminuye de 9,9 % a 8,9 % y la básica secundaria también presenta una leve reducción.

Distribución del sexo entre niveles educativos en el sector turismo (2025)



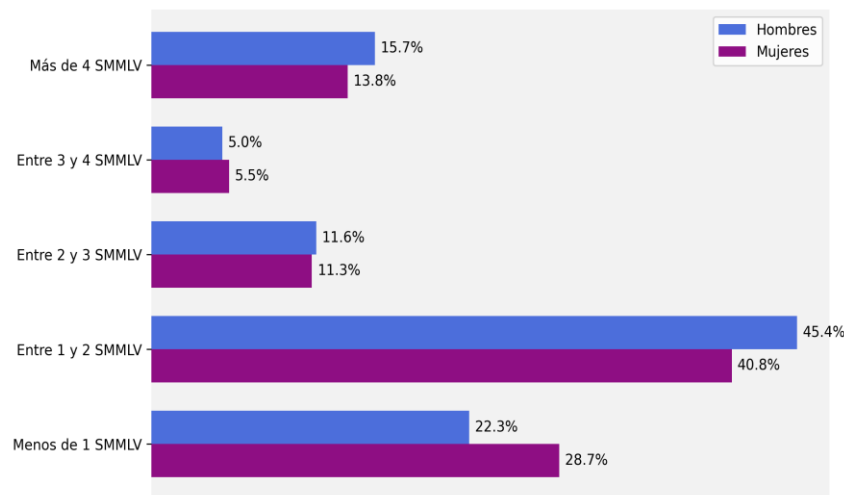
La composición educativa del empleo en el sector turismo muestra que las mujeres presentan una mayor participación en niveles de educación superior. Destacan en formación universitaria (27,3% vs. 24,2%), especialización (10,0% vs. 7,2%) y técnico profesional (8,9% vs. 6,3%). En contraste, los hombres se concentran más en niveles educativos medios y básicos, particularmente en educación media académica y básica, lo que evidencia diferencias en la acumulación de capital educativo dentro del sector.

Distribución de las mujeres empleadas en el sector turismo por rangos salariales (2025 vs 2024)



En 2025 se evidencia un deterioro en la distribución de ingresos de las mujeres en el sector turismo en Bogotá: aumenta la proporción que gana menos de 1 SMMLV (de 23,4 % a 28,7 %), mientras disminuyen los rangos superiores; más de 4 SMMLV (de 15,4 % a 13,8 %) y entre 3 y 4 SMMLV (de 7,3 % a 5,5 %). Aunque el tramo de 2 a 3 SMMLV crece levemente (de 10,4 % a 11,3 %), el de 1 a 2 SMMLV sigue siendo el más representativo, pese a caer de 43,6 % a 40,8 %.

Distribución del sexo entre rangos salariales en el sector turismo (2025)

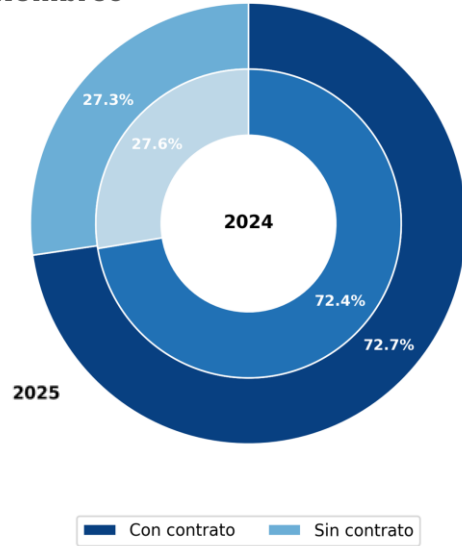


Las mujeres del sector turismo presentan más desventajas en el sector, dado que presentan mayor concentración en los rangos salariales más bajos: 28,7% gana menos de 1 SMMLV, frente al 22,3% de los hombres, una brecha de 6,4 p.p.. En contraste, en el rango de más de 4 SMMLV la participación masculina es mayor (15,7% vs. 13,8%), con una brecha de 1,9 p.p..

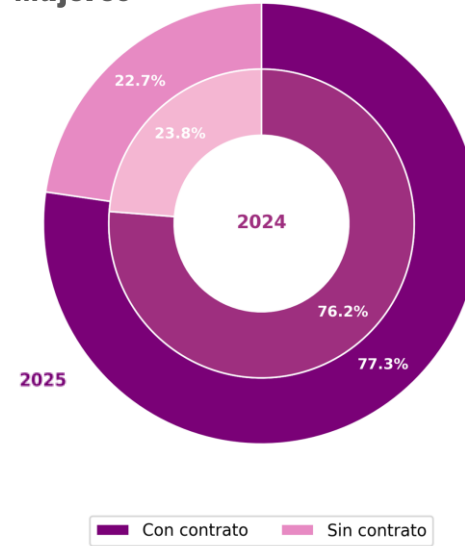
En los rangos intermedios, las diferencias son menores: 1 a 2 SMMLV registra una brecha de 4,6 p.p. a favor de los hombres, mientras que entre 3 y 4 SMMLV las mujeres superan ligeramente a los hombres (0,5 p.p.). En conjunto, estas diferencias evidencian persistentes desigualdades salariales de género dentro del sector.

Formalización laboral por sexo en el sector turismo (2024–2025)

Hombres

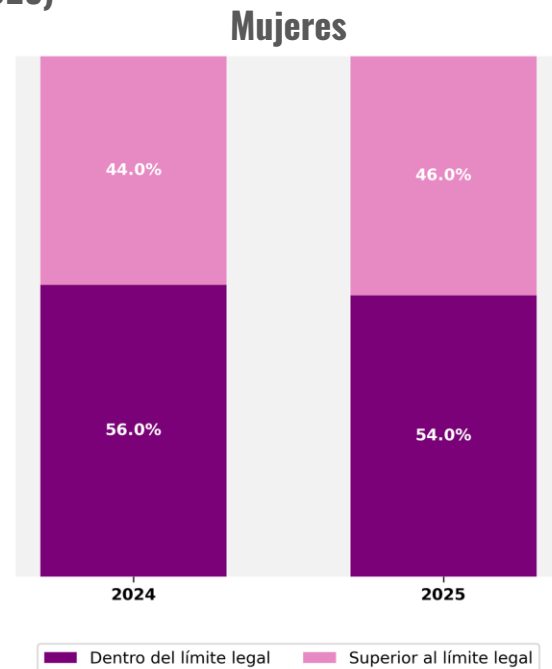
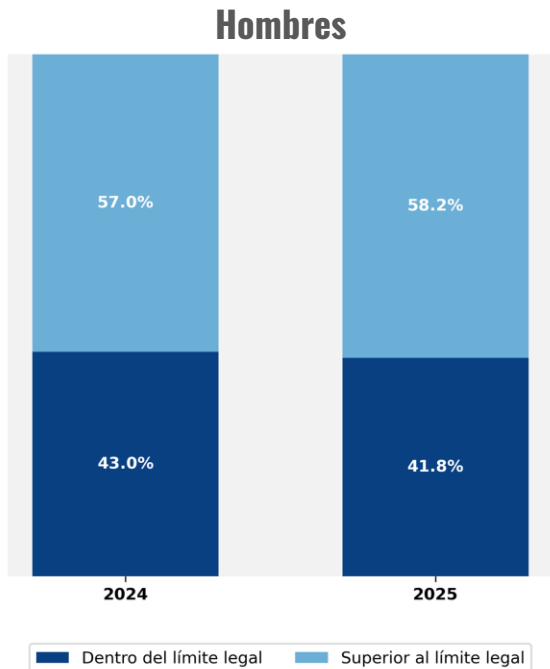


Mujeres



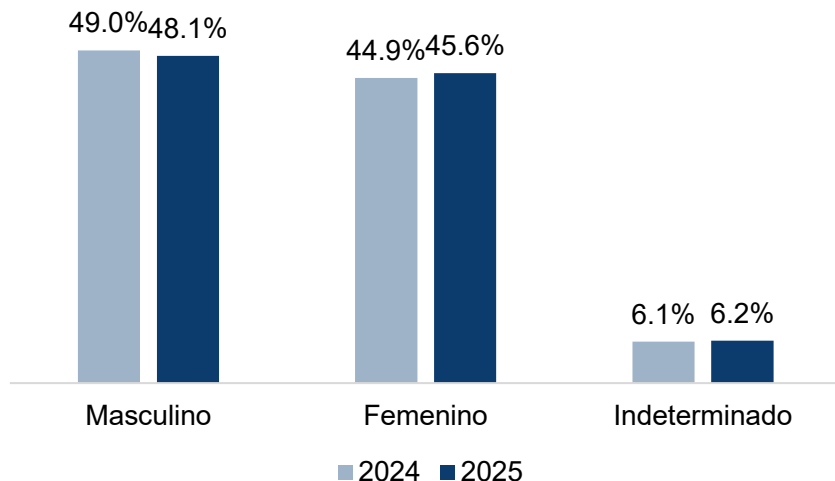
En comparación con los hombres, las mujeres presentan mayores niveles de formalización laboral en el sector turismo en Bogotá en ambos años analizados. En 2024, el 76,2 % de las mujeres ocupadas contaba con contrato, frente al 72,4 % de los hombres, lo que evidencia una brecha de 3,8 puntos porcentuales a favor de las mujeres. Para 2025, esta diferencia se amplía ligeramente: el 77,3 % de las mujeres tenía contrato, mientras que en los hombres la proporción fue de 72,7 %, ampliando la brecha a 4,6 puntos porcentuales. Además, el aumento en la vinculación contractual fue más dinámico entre las mujeres (1,1 puntos porcentuales) que entre los hombres (0,3 puntos porcentuales).

Distribución de la jornada laboral según límite legal por sexo (2024–2025)



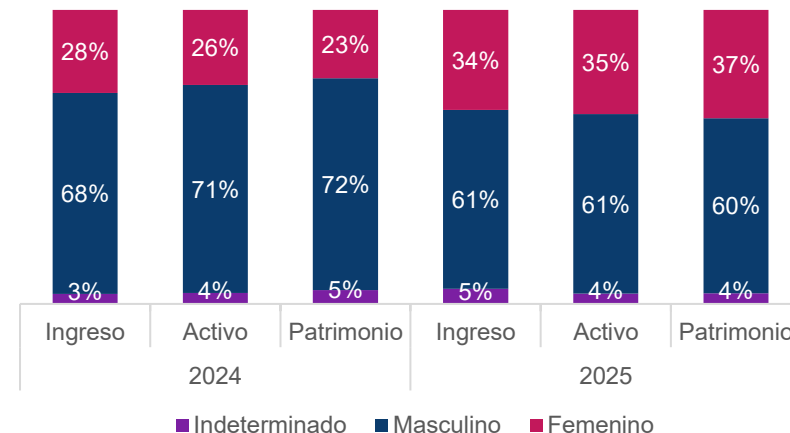
Entre 2024 y 2025, las mujeres ocupadas en el sector turismo mantienen mejores condiciones en el cumplimiento de la jornada legal frente a los hombres. En 2025, el 54,0 % trabajó dentro del límite legal (frente a 56,0 % en 2024), mientras que el 46,0 % lo superó (44,0 % en 2024), manteniéndose una brecha cercana a 13 puntos porcentuales a favor de las mujeres. No obstante, estas cifras no consideran el tiempo destinado al trabajo doméstico y de cuidado no remunerado, lo que podría ampliar la carga total de trabajo que enfrentan las mujeres.

DISTRIBUCIÓN DE EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO SEGUN SEXO DE QUIEN LIDERA (2025 vs 2024)



En 2025, el liderazgo femenino en empresas turísticas alcanzó 45,6% (23.801 empresas), aumentando 0,7 p.p. frente a 2024. La brecha con los hombres se redujo a 2,5 p.p., evidenciando avances hacia mayor equidad, aunque persiste una leve subrepresentación femenina.

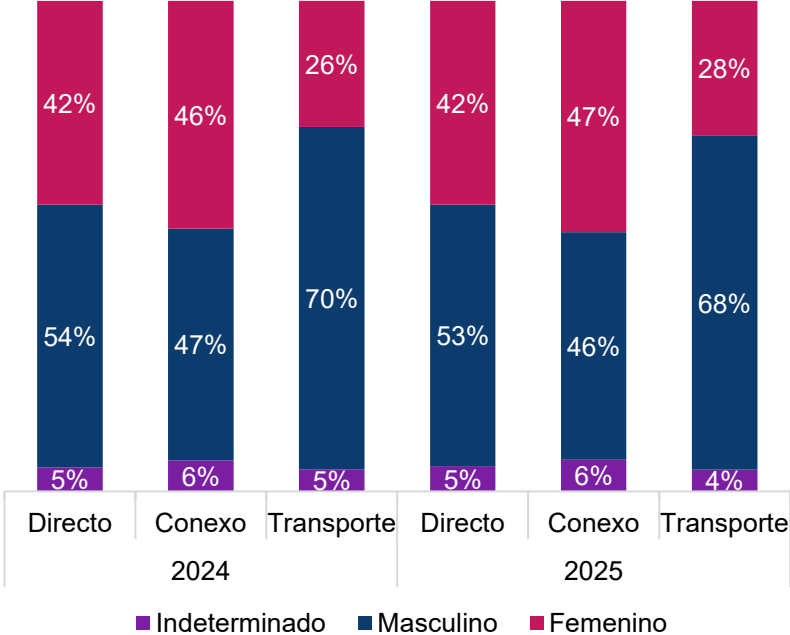
PARTICIPACIÓN DEL INGRESO, ACTIVO Y PATRIMONIO ATRIBUIBLE AL SECTOR TURISMO, SEGUN SEXO DE QUIEN LIDERA LA EMPRESA. (2025 vs 2024)



Las empresas vigentes lideradas por mujeres incrementaron su participación en los principales indicadores económicos del sector turismo. Su contribución al ingreso pasó de 28% a 34% (+6 p.p.), al activo de 26% a 35% (+9 p.p.) y al patrimonio de 23% a 37% (+14 p.p.), lo que evidencia avances frente a 2024.

No obstante, aunque la brecha entre hombres y mujeres se redujo, aún se mantiene elevada, con diferencias que oscilan entre 23 y 27 puntos porcentuales en cada indicador.

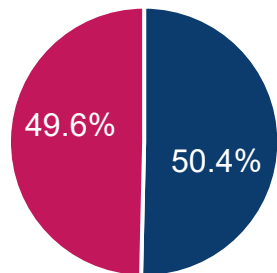
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL SEXO DE QUIEN LIDERA LA EMPRESA POR TIPO DE SECTOR TURÍSTICO (2025 vs 2024)



En 2025 persisten brechas significativas en el liderazgo femenino según tipo de sector. La mayor disparidad se registra en transporte, donde el 68% de las empresas están lideradas por hombres frente a 28% por mujeres. En el sector conexo (alimentos y bebidas, congresos, ferias y cultura) la distribución es más equilibrada (47% femenino vs. 46% masculino), mientras que en el sector directo (alojamiento y agencias de viaje) los hombres mantienen mayoría (53% vs. 42%).

En comparación con 2024, no se observan cambios estructurales que cierren de forma contundente las brechas existentes, especialmente en transporte, donde la concentración masculina continúa siendo alta.

DISTRIBUCIÓN POR SEXO DE GUIAS DE TURISMO EN BOGOTÁ (Ene 2026)



■ Hombre ■ Mujer

A corte de enero de 2026, el Registro Nacional de Turismo (RNT), muestra una distribución por sexo de los guías de turismo en Bogotá prácticamente paritaria: 49,6% mujeres y 50,4% hombres.

Este resultado evidencia una participación equilibrada en la actividad de guianza turística, donde la presencia femenina alcanza niveles similares a la masculina dentro de este segmento del sector.



Instituto Distrital de Turismo



Observatorio Distrital de
Turismo

26

24



Gracias

27

24