closingap

Resumen Ejecutivo

La mujer, catalizadora de la transformación hacia la movilidad del futuro | Septiembre 2019

ClosinGap:

La mujer, catalizadora de la transformación hacia la movilidad del futuro

ClosinGap presenta un nuevo estudio –el quinto- sobre la incidencia de las brechas de género en la economía y la sociedad, así como el potencial que la mujer puede aportar a las distintas áreas en las que tiene que hacer frente a una situación de desigualdad en relación a los hombres.

En este caso, BMW Group ha promovido, de forma pionera, un informe específico que muestra por primera vez que el comportamiento de la mujer va por delante en la transformación que se está produciendo en la movilidad urbana, como consecuencia de la evolución de los modos de transporte tradicionales y la reciente aparición de nuevas opciones, como los Vehículos de Transporte con Conductor (VTC), el coche compartido[1], el *bicisharing*, el patinete eléctrico, el *carsharing*[2] o el *motosharing*.

Para ello, se ha desarrollado un trabajo de campo específico[3] con una muestra representativa de más de 2.000 personas procedentes de las cinco áreas urbanas con mayor población de nuestro país; es decir, Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Bilbao.

1 *Realizado en junio de 2019, por medio de entrevistas online a través de panelistas (CAWI) a 2.052 individuos con edades comprendidas entre los 18 y 65 años, siendo los resultados representativos de la población de las cinco áreas urbanas con mayor población en España (Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Bilbao).*

2 *Ejemplo: Valdivia, B. (2018) "Del urbanismo androcéntrico a la ciudad cuidadora", Revista Hábitat y Sociedad (ISSN 2173-125X), n.º 11, noviembre de 2018, pp. 65-84, disponible en: https://revistascientificas.us.es/index.php/HyS/article/view/5172/6044*

3 *Entendido como el desplazamiento de varias personas en un mismo vehículo distribuyendo los gastos del trayecto entre los pasajeros.*

01

La movilidad, hoy

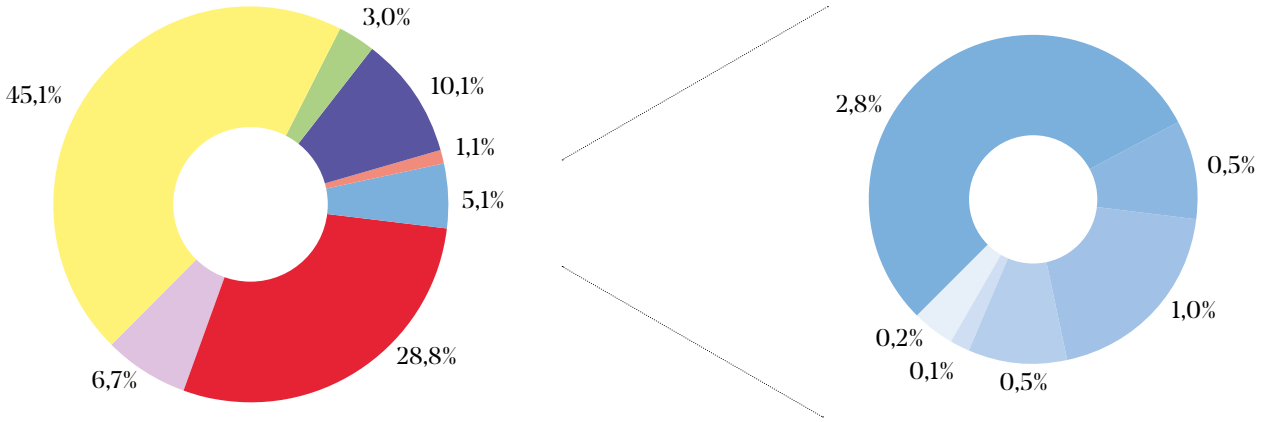
La encuesta demuestra que, si bien el 60,7% de los desplazamientos en un día promedio se producen en vehículos privados (como turismos, motos y bicicletas), el transporte de uso compartido (autobús, metro, taxi, VTC, *carsharing, bicisharing,* etc.) tiene una fuerte presencia, abarcando el 39,3% del total.

En concreto, los nuevos modos de transporte ya representan **el 5,1% de los desplazamientos diarios en las grandes ciudades españolas,** destacando el uso de *bicisharing* (2,8% del total), seguida de los VTC (1,0% del total), *motosharing y carsharing* (ambos cubren el 0,5% de los desplazamientos diarios urbanos).

El patinete eléctrico y el coche compartido, por su parte, tienen un uso más modesto: apenas se eligen para cubrir el 0,1% y 0,2% del total de los trayectos que se realizan en un día cualquiera.

Modos de transporte usados diariamente en las grandes ciudades españolas por provisión: pública y privada (% total), 2019

Fuente: Afi, a partir de encuesta de movilidad The Cocktail Analysis



A pesar de que los nuevos modos de transporte cuentan con menor notoriedad, **los usuarios tempranos o** *early adopters* **los prefieren ante cualquier otra alternativa de movilidad** con mayor contundencia que los usuarios de los modos convencionales, **lo que refleja un alto grado de satisfacción con los mismos.** Este es el caso del *bicisharing y motosharing,* donde más del 40% de sus usuarios prefieren este modo de transporte. Un porcentaje claramente superior a la preferencia de los usuarios del autobús urbano o el tren, que se sitúa en el 26%.

Notoriedad, uso y preferencia hacia modos de transporte de uso compartido en las grandes ciudades (% total), 2019

Fuente: Afi, a partir de encuesta de movilidad The Cocktail Analysis

	Metro	Autobús urbano	Tren de cercanías/ regional/media distancia	Taxi	Tranvía/metro ligero	Autobús interurbano
Notoriedad	93%	88%	82%	80%	76%	76%
Uso	85% 79%	76% 67%	61% 50%	43% 34%	46% 35%	52% 40%
Preferencia	54% 42%	26% 17%	26% 13%	14% 5%	12% 4%	11% 4%
No usarla	2%	4%	4%	21%	5%	7%

	VTC	Coche compartido	Bicisharing	Patinete eléctrico de uso compartido	Carsharing	Motosharing
Notoriedad	66%	58%	38%	35%	31%	29%
Uso	34% 23%	17% 10%	14% 5%	6% 2%	19% 6%	45% 5%
Preferencia	27% 6%	9% 1%	41% 2%	29% 1%	29% 2%	17% 2%
No usarla	12%	26%	10%	19%	4%	10%

La encuesta constata que **la mujer está liderando este cambio en la movilidad, consistente en (i) mayor uso compartido de los modos de transporte, (ii) mayor concienciación con el medio ambiente; y (iii) mayor planificación ante desplazamientos más complejos. Estos patrones están siendo emulados por las nuevas generaciones, entre las que ya no se constata una brecha entre mujeres y hombres.**

02

Las mujeres hacen un mayor uso compartido de los modos de transporte

Las mujeres hacen más uso de los modos de transporte compartido que los hombres, tanto aquellos que proveen las Administraciones Públicas (el metro, el autobús o el tren), como los privados (el taxi o el coche compartido).

En el **transporte público compartido,** la diferencia de género a favor de la mujer es de 6 puntos en el caso del autobús -urbano e interurbano- y del tren de cercanías, 4 puntos por encima en el caso del metro, y 1 punto en el uso del tranvía; siendo estos resultados significativamente diferentes por cuestión de género en la mayoría de los casos.

Además de realizar un mayor uso del transporte público compartido, la **preferencia de las mujeres por el mismo es mayor que la de los hombres,** excepto en el caso del metro, donde el 47% de ellos lo prefiere, frente al 39% de las mujeres (diferencia significativa).

En el caso del **transporte privado compartido,** la diferencia de género a favor de la mujer es de 2 puntos en el caso del taxi y del coche compartido. En el uso de los VTC, en cambio, no se constata diferencia significativa por sexo, siendo el modo de transporte privado con mayor notoriedad y uso para ambos sexos.

↓

Las mujeres usan más los modos de transporte compartido, mientras que los jóvenes hacen un mayor y más eficiente uso de los nuevos modos, lo que les posiciona como líderes del cambio en la movilidad, afianzando la tendencia iniciada por las mujeres.

La penetración de los nuevos modos de movilidad compartida es todavía modesta. Pero hay que destacar, nuevamente, que **la mujer presenta la misma preferencia por el uso compartido de los nuevos modos de transporte que la reflejada hasta ahora en el transporte convencional.**

Como se mencionaba con anterioridad, las mujeres se inclinan por el coche compartido, mientras que los hombres se decantan más por el uso del transporte individual como *carsharing, motosharing y bicisharing.*

Uso de los medios de transporte de uso compartido por mujeres y hombres (% total de cada sexo), 2019

Fuente: Afi, a partir de encuesta de movilidad The Cocktail Analysis

	VTC	Coche compartido	Bicisharing	Patinete eléctrico de uso compartido	Carsharing	Motosharing
Mujeres	23%	11%	5%	2%	5%	3%
Hombres	23%	9%	6%	2%	8%	7%

Las mujeres realizan con mayor frecuencia que los hombres desplazamientos urbanos de corta distancia (64% de ellas frente al 59% de ellos) y lo suelen hacer de forma diferencial en **autobús urbano** (21% frente a 18%), mientras que los **hombres** se suelen decantar por la **moto** (10% frente a 5%) o el **metro** (25% frente a 21%).

Cuando se amplían las distancias, los **hombres** suelen cubrir estos desplazamientos de forma significativamente diferencial en **vehículos privados, como coches y motos** (66% frente a 57% en el primer caso, 13% frente a 4% en el segundo), mientras que las **mujeres suelen desplazarse en metro y autobús interurbano** (27% frente a 24% y 15% frente a 11%).

Las tendencias marcadas por las mujeres están siendo adoptadas por los jóvenes

El cambio en la movilidad es mucho más evidente entre los menores de 35 años. No solo se observa una mayor penetración de los nuevos modos de transporte, sino que también hay una mayor preferencia por aquellos que implican un uso compartido. Tendencias que habían marcado las mujeres y que están calando entre las nuevas generaciones.

El 30% y 28% de las mujeres y hombres jóvenes, respectivamente, usan los VTC, mientras que esos mismos porcentajes se sitúan en el 18% y 21% de las mujeres y hombres mayores de 35 años, respectivamente. La diferencia es más llamativa en el caso del coche compartido: 18% y 14% de las mujeres y hombres jóvenes lo usan, frente al 5% y 7% de las mujeres y hombres mayores de 35 años.

Este último modo de transporte tiene un mayor uso y preferencia entre las mujeres que entre los hombres en general, con independencia de su edad, por lo que, **una vez más, se observa que las mujeres han catalizado el cambio en los patrones de movilidad urbana.** Es preciso recalcar también que **en la penetración de los VTC y el coche compartido entre la población joven no se observa una brecha de género,** pero sí es más que evidente la brecha generacional que separa ambos grupos de edad.

Uso de los diferentes medios de transporte compartido por sexo y grupo de edad (%total población de cada sexo y grupo de edad), 2019

Fuente: Afi, a partir de encuesta de movilidad The Cocktail Analysis

	VTC	Coche compartido	Patinete eléctrico de uso compartido	Carsharing	Motosharing
Mujeres jóvenes < 35 años	30%	18%	6%	4%	3%
Hombres jóvenes < 35 años	28%	14%	9%	13%	4%

03

Las mujeres tienen una mayor concienciación con el medio ambiente

Las mujeres están más concienciadas con el medio ambiente. Si el conjunto de la sociedad adoptase el comportamiento de la mujer, el Estado se ahorraría 93 millones de euros al año.

La encuesta también pone de manifiesto que, cuando las mujeres **se plantean comprar un nuevo vehículo, se decantan en mayor proporción que los hombres por aquellos que son más ecológicos y menos contaminantes.** Concretamente, cuando responden de manera espontánea, sin condicionar las alternativas de respuesta, el 88% de las mujeres elegiría el vehículo eléctrico por este motivo, frente al 81% de los hombres; en el caso del híbrido enchufable, las mujeres lo comprarían por su mayor conciencia ecológica en un 80%, frente al 60% de los hombres.

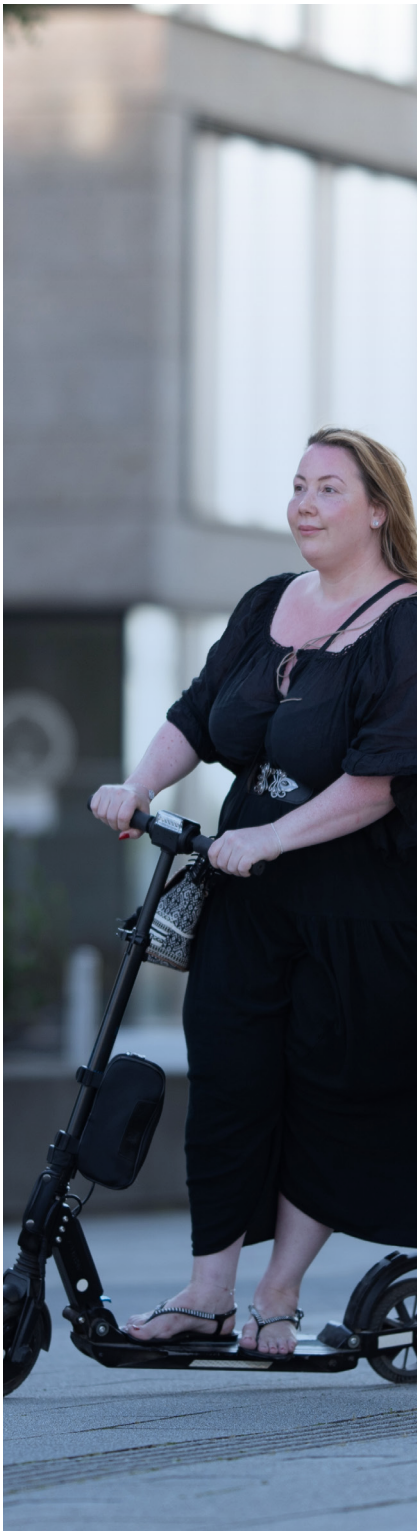
Ante las mismas motorizaciones, los hombres las elegirían por ser el futuro, en el caso de los eléctricos, y por su bajo consumo, en el caso de los híbridos no enchufables.

Los menores de 35 años han interiorizado esta concienciación de las mujeres con el medio ambiente, facilitando la transición efectiva hacia una movilidad sostenible. Tanto es así que hay un mayor porcentaje de población joven que consideraría comprar un vehículo eléctrico (40% y 42% de las mujeres y hombres jóvenes, frente al 33% y 36% de las mujeres y hombres promedio), destacando la menor contaminación de estos vehículos como principal motivo de consideración de compra.

Si la sociedad se comportara como lo hacen las mujeres, el Estado podría ahorrar 93 millones de euros al año

En términos agregados, **el conjunto de mujeres encuestadas en las grandes ciudades españolas emiten 1.592 kg de CO2 al día**, mientras que los hombres emiten 1.795 kg de CO2 al día, esto es, **un 12% más que las primeras.** En términos individuales estas cifras representan la generación de **3,1 kilogramos de CO2 al día por mujer,** frente a los **3,4 kilogramos de CO2 al día por hombre.**
En cómputo anual, mientras que las **mujeres** generan **1.140 kilogramos de CO2 por persona,** los **hombres** generan **1.245 kilogramos de CO2 por persona** (105 kilogramos más que las primeras). Dicho de otro modo, **la mayor conciencia medioambiental de las mujeres les lleva a generar un 9% menos de emisiones CO2 al día que los hombres.**

El informe desarrollado por ClosinGap e impulsado por BMW Group ha realizado un cálculo destinado a aproximar el impacto económico de las emisiones de CO2. Atendiendo al precio por tonelada[4], **el valor económico de la contaminación de los hombres residentes en las ciudades analizadas asciende a 31.350 euros al día más que las mujeres.** En términos anuales, esta cifra sería equivalente a 11,4 millones de euros. Considerando el coste socioeconómico de la contaminación[5], **si la sociedad se comportara como lo hacen las mujeres, el Estado podría ahorrar más de 93 millones de euros al año.**



4 *De 24 euros por tonelada, respondiendo al valor promedio de los meses de enero a julio de 2019. Fuente: https://www.sendeco2.com/es/precios-co2*

5 *Cifrado en 196 euros por tonelada (Moore, F. C., & Diaz, D. B. (2015). Temperature impacts on economic growth warrant stringent mitigation policy. Nature Climate Change, 5(2), 127.)*

04

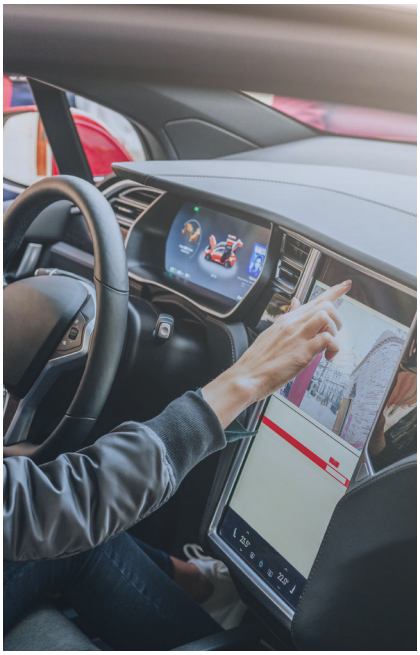
Las mujeres realizan desplazamientos más complejos que requieren de mayor planificación

Las mujeres se desplazan más y de forma más compleja, sobre todo para ir al trabajo y realizar la compra, utilizando las Apps de movilidad de forma más eficiente para planificar sus trayectos.

Las mujeres se caracterizan por **realizar desplazamientos más complejos en el día a día** que los hombres, lo que requiere una cierta planificación o anticipación, no solo eligiendo el medio de transporte que mejor se adecue al desplazamiento, sino también controlando el tiempo medio requerido.

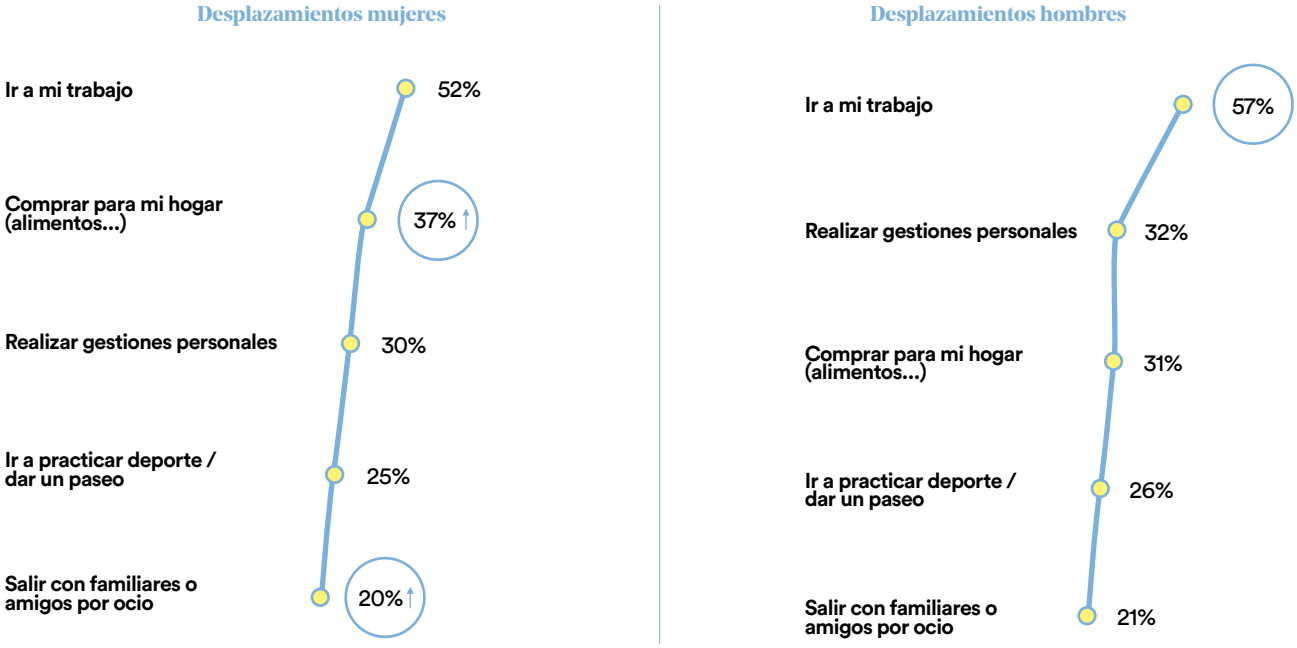
El **motivo principal de desplazamiento[6] para hombres y mujeres es ir al trabajo,** si bien ellos lo hacen con mayor frecuencia que las mujeres (57% de los hombres frente al 52% de las mujeres) y utilizando un modo diferente: mientras que el 51% de los hombres toman el coche, las mujeres utilizan el metro y/o van caminando (23% y 25%, respectivamente).

El segundo desplazamiento más frecuente de una mujer urbana es para realizar la compra, donde el 37% de ellas realiza esta actividad, frente al 31% de los hombres, siendo esta diferencia estadísticamente significativa. Entre los que tienen hijos, la brecha de género es todavía más evidente, dado que un 49% de las madres realiza este desplazamiento a diario, mientras que solo lo hace un 34% de los hombres. Un comportamiento que no sorprende tras haber concluido en anteriores estudios de ClosinGap[7] que las tareas del hogar recaen, generalmente, sobre las mujeres.



Motivos de los desplazamientos diarios más frecuentes de mujeres y hombres, 2019.

Fuente: Afi, a partir de encuesta de movilidad The Cocktail Analysis



6 *Se han presentado los 5 motivos principales de desplazamiento en un día promedio, siendo las opciones de respuesta múltiples.*

7 *Disponible en: http://closingap.com/wp-content/uploads/2019/02/Informe_-Conciliacio%CC%81n.pdf*

Cerca del 40% de las mujeres se desplaza a diario para llevar y recoger a los niños, el doble que los hombres.

Entre quienes tienen hijos, la brecha de género es mucho más evidente: cerca del 40% de las mujeres manifiesta realizar desplazamientos diarios para llevar y recoger a los niños del colegio, mientras que solo asume esta responsabilidad el 20% de los hombres.

Las mujeres, por tanto, suelen ir más acompañadas en sus desplazamientos diarios que los hombres. Estos resultados concuerdan con el segundo informe de ClosinGap, donde se refleja que las mujeres dedican, en promedio, 49,5 millones de horas más al día a las tareas del hogar y al cuidado de familiares.

Las mujeres usan más frecuentemente Apps de movilidad

A pesar de que las mujeres tienen instaladas un menor número de aplicaciones móviles relacionadas con la movilidad (1,8 frente a 2,2 de los hombres), presentan una ligera mayor frecuencia de uso.

Este hecho evidencia una mayor combinación de modos de transporte (movilidad intermodal) y una mayor eficiencia en el uso de los recursos (menos aplicaciones, pero mayor uso de las mismas).

Las mujeres usan las aplicaciones sobre todo cada 2 o 3 días (28%), mientras que un 20% las utiliza varias veces al día. Por el contrario, los hombres jóvenes son los que más las utilizan: un 33% las usa varias veces al día.

En consecuencia...

Referentes en transformación

El comportamiento de la mujer va por delante en la transformación de la movilidad urbana. Las tendencias observadas en su forma de desplazarse apuntan a que será más compartida, más sostenible y más conectada.

Mayor uso compartido

Las mujeres tienden, en mayor medida que los hombres, al uso compartido de los modos de transporte.

Mayor sensibilización con el medio ambiente

La sensibilización de las mujeres hacia el medio ambiente es mayor que la de los hombres. Si el conjunto de la sociedad adoptase este comportamiento, el ahorro anual del Estado podría ascender a 93 millones de euros.

Mayor complejidad de trayectos

Los trayectos de las mujeres son más numerosos y complejos, lo que conlleva una mayor planificación de los desplazamientos. Como consecuencia, las mujeres están más 'conectadas' al hacer un uso más frecuente de las apps de movilidad.

Emulación de las nuevas generaciones

Estos patrones que caracterizan la movilidad diaria de las mujeres están siendo emulados por las nuevas generaciones, entre las que ya no se constata una brecha de género, lo que garantiza la transición hacia una movilidad más compartida, eficiente y conectada.

ClosinGap:
analizando el coste de oportunidad de la desigualdad de género

ClosinGap es un clúster formado por 11 grandes empresas -Merck, Mapfre, Repsol, Vodafone, Meliá Hotels International, Mahou San Miguel-Solán de Cabras, BMW Group, L'Oréal. Inditex, PwC y Bankia- que han sumado esfuerzos para trabajar, de forma coordinada, en el impulso del aprovechamiento del talento femenino como estrategia para reducir la desigualdad de género.

El primero de los informes publicados, auspiciado por Merck, analizó el coste de oportunidad de la brecha de género en salud. El estudio puso de manifiesto, entre otros, que el hecho de que las mujeres vivan más años, pero con peor salud que los hombres, supone un coste para la sociedad de, al menos, 9.000 millones de euros al año; o que la baja natalidad, asociada a condiciones sociales y económicas desfavorables, le restó 31.003 millones de euros al PIB español de 2016.

El segundo estudio de la serie, impulsado por Repsol y centrado en la brecha de género en la conciliación, desveló, entre otras conclusiones, que las mujeres en España dedican al hogar y a la familia dos horas más al día que los hombres. El coste de esta brecha de género supera los 100.000 millones de euros, lo que equivaldría al 8,9% del PIB de 2017. Además, si las más de 400.000 mujeres que trabajaron a tiempo parcial hubieran alargado su jornada laboral, se habrían generado hasta 12.000 millones de euros adicionales, un 1,1% del PIB.

Por su parte, el tercer estudio, impulsado por MAPFRE, cifró el impacto económico de la brecha de género en las pensiones en más de 26.000 millones de euros al año. Según el informe, las mujeres reciben casi 24.500 millones de euros menos en pensiones que los hombres, a pesar de que el porcentaje de pensionistas es similar. La reducción de la capacidad de consumo de las mujeres pensionistas supuso una pérdida de ingresos de 2.422 y 2.884 millones de euros por IRPF e IVA, respectivamente, en 2018, y además, dejaron de crearse 414.600 puestos de trabajo, equivalentes al 2,1% del total de ocupados en España ese año.

El cuarto informe, promovido por Mahou San Miguel y Solán de Cabras, se centró en la brecha de género en el ocio y desveló que las mujeres pierden cada día 11,1 millones de horas diarias de ocio. El valor económico de profesionalizar estas horas dedicadas al cuidado de familiares y a las tareas hogar y no al ocio, asciende a 23.000 millones de euros anuales y equivale al 2% del PIB. A su vez, la menor disponibilidad de tiempo para la vida social de las mujeres le resta a la hostelería más de 2.000 millones de euros y casi 35.000 empleos al año.

En los próximos meses, ClosinGap continuará analizando el potencial del talento femenino en otras brechas que todavía persisten en ámbitos como el turismo, la educación, el consumo, el ámbito digital, el empleo y los salarios, así como el medio rural.

En paralelo, con las primeras conclusiones, ClosinGap está trabajando internamente en la identificación de medidas que puedan ayudar a poner de manifiesto esta realidad e identificar posibles medidas a poner en marcha.

closingap

Dónde puedes saber más sobre nosotros

Puedes obtener más información entrando en **www.closingap.com** o en nuestros perfiles de Twitter (@ClosinGap) y LinkedIn.