



# Resumen Ejecutivo

Coste de oportunidad de la brecha de género en el turismo | Noviembre 2019



## ClosinGap:

### Coste de oportunidad de la brecha de género en el turismo

**ClosinGap** presenta el sexto estudio monográfico de la serie, centrado en el turismo, con el propósito de analizar las principales causas y efectos de la desigualdad entre mujeres y hombres en este ámbito, así como generar el debate necesario para aprender de la evidencia y adoptar medidas que corrijan las desigualdades.

La premisa de partida es que **el género es un elemento diferenciador en la demanda efectiva de servicios turísticos**<sup>1</sup>.

#### Contexto macroeconómico

El turismo es una actividad necesaria no solo en el ámbito privado de los hogares, sino también para la economía en su conjunto. El sector turístico es uno de los más importantes de la economía española, habiendo contribuido en 2018 con 142.000 millones de euros, lo que representa el 11,8% del PIB<sup>2</sup>, y aglutinando más de 2,5 millones de empleados en ramas de actividad relacionadas<sup>3</sup>.

Además de los efectos directos, el sector turístico genera efectos multiplicadores y de arrastre en otras actividades productivas, lo que le confiere el papel de integrador económico, social y local. En el año 2018, el PIB turístico creció un 2,0% anual y el empleo del sector un 3,1% anual.

De este modo, España se sitúa por tercer año consecutivo, a la cabeza del ranking de competitividad turística elaborado por el Foro Económico Mundial<sup>4</sup> para 2019, posicionándose, además, como segundo destino turístico a nivel mundial en número de visitantes (83 millones), tan solo por detrás de Francia.

#### El efecto del turismo sobre las personas

Son numerosos los estudios<sup>5</sup> que identifican una relación causal entre viajar y el bienestar y la salud. Las personas que viajan gozan de menores niveles de estrés, mejor autoestima y bienestar emocional gracias a los efectos de la práctica turística sobre la estimulación del cerebro, la movilidad corporal, la apertura de la mente y la acumulación de experiencias y recuerdos, entre otros factores.

<sup>1</sup> El presente Informe no aborda la dimensión del empleo en el sector turístico porque (i) se adopta una perspectiva de demanda de servicios turísticos, tal como se ha hecho en anteriores Informes de ClosinGap; (ii) se ubicaría en el perímetro de la brecha de género en el empleo contemplada en la serie ClosinGap y (iii) es abundante la literatura académica y divulgativa que estudia en profundidad la relación entre género y turismo.

<sup>2</sup> Valoración turística empresarial del año 2018 y expectativas para 2019 (Exceltur, 2019). Disponible en: <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2019/01/Informe-Perspectivas-N67-Balance-del-a%C3%B1o-2018-y-previsiones-para-2019.pdf>

<sup>3</sup> Estudio sobre el empleo en el sector turístico español (Exceltur, 2018). Disponible en: <http://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2018/04/ESTUDIO-EMPLEO-SECTOR-TURISTICO-EXCELTUR.pdf>

<sup>4</sup> The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. World Economic Forum. Disponible en: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf)

<sup>5</sup> Chen et al. (2016); Strauss et al. (2005); Neumayr et al. (2018).

# 01

## Brecha 1. Las mujeres en España viajan menos que los hombres

**Las mujeres residentes en España viajan un 6,9% menos que los hombres, aunque la duración media de su viaje es mayor**

Los hombres y mujeres mayores de 15 años residentes en España realizaron más de 164 millones de viajes en 2018, que supusieron casi 665 millones de pernoctaciones, con una duración media del viaje de 4 días.

Sin embargo, viajaron menos que los hombres (-6,9%), aunque la cantidad de pernoctaciones fue muy similar (-0,4%), lo que implica que la duración media de los viajes realizados por las mujeres fue superior a la de los hombres (4,2 días frente a 3,9).



## Número de viajes, pernoctaciones y duración media del viaje de residentes según sexo (2018)

Fuente: Afi, a partir de microdatos de la Encuesta de Turismo de Residentes (INE)

	Total		Hombre		Mujer		Diferencia	Ratio
	Mill.	%	Mill.	%	Mill.	%		
Viajes	164,6	52%	85,3	52%	79,4	48%	-5,9	0,9
Pernoctaciones	664,9	50%	333,1	50%	331,9	50%	-1,2	1,0
Duración media del viaje (días)	4,0		3,9		4,2		0,3	1,1

Nota: Las ratios representados en la tabla reflejan la división del número de viajes, pernoctaciones y duración media del viaje de las mujeres sobre las mismas variables de los hombres. Una ratio de 1,0 representa la igualdad entre ambos sexos. Una ratio mayor que 1,0 representa un mayor número de viajes/pernoctaciones/duración media del viaje entre las mujeres, mientras que una ratio menor que 1,0 representa lo contrario.



**Las mujeres europeas viajan menos que los hombres, principalmente por motivos financieros**

Los residentes en España viajan más que el resto de Europa, tal y como refleja el Eurobarómetro Flash 432<sup>6</sup> de 2016: un 64% de los europeos realizaron al menos un viaje en 2015, cifra que asciende al 68% en el caso de los españoles. De igual modo, la brecha de género se mantiene a nivel europeo: las mujeres europeas viajan menos que los hombres, siendo la diferencia de 4 puntos.

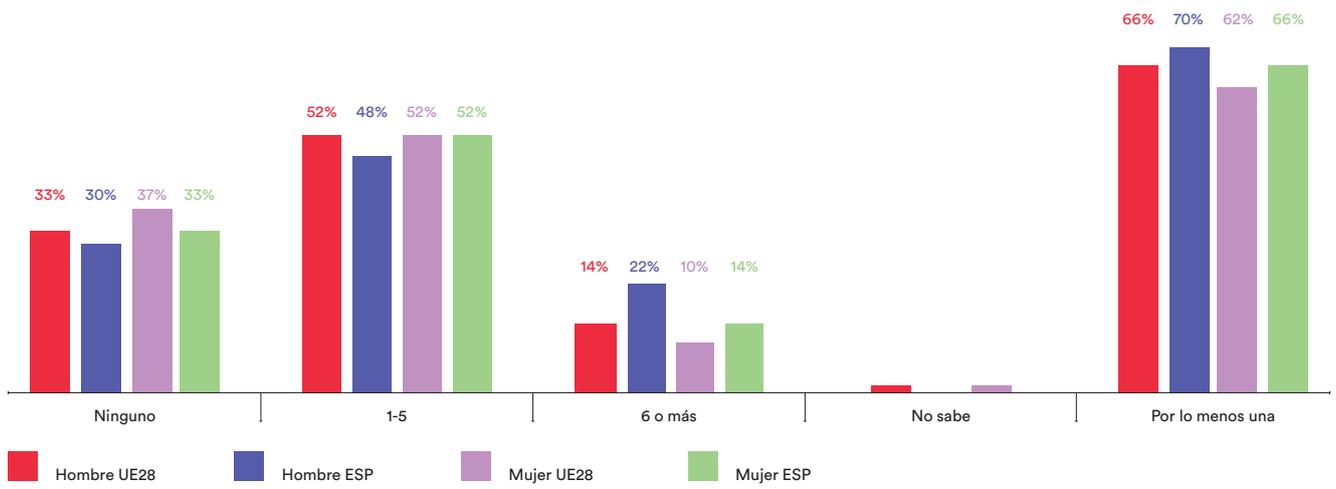
Asimismo, las mujeres europeas declaran no haber viajado nunca (37%) frente a los hombres (33%). El principal motivo es la capacidad financiera, siendo esta barrera más evidente en el caso de las mujeres

que en el de los hombres (42% frente al 36%).

España registra la misma diferencia de 6 puntos, si bien esta barrera económica es también superior (55% de las mujeres, 49% de los hombres) a la media europea de cada sexo.

<sup>6</sup> El informe elaborado a partir de la encuesta puede consultarse en: [http://publications.europa.eu/resource/cellar/14117d0d-7e2c-11e6-b076-01aa75ed71a1.0001.01/DOC\\_1](http://publications.europa.eu/resource/cellar/14117d0d-7e2c-11e6-b076-01aa75ed71a1.0001.01/DOC_1)

Frecuencia en la realización de un viaje al año por hombres y mujeres de la UE28 y España  
 (% sobre total de viajes, 2015)



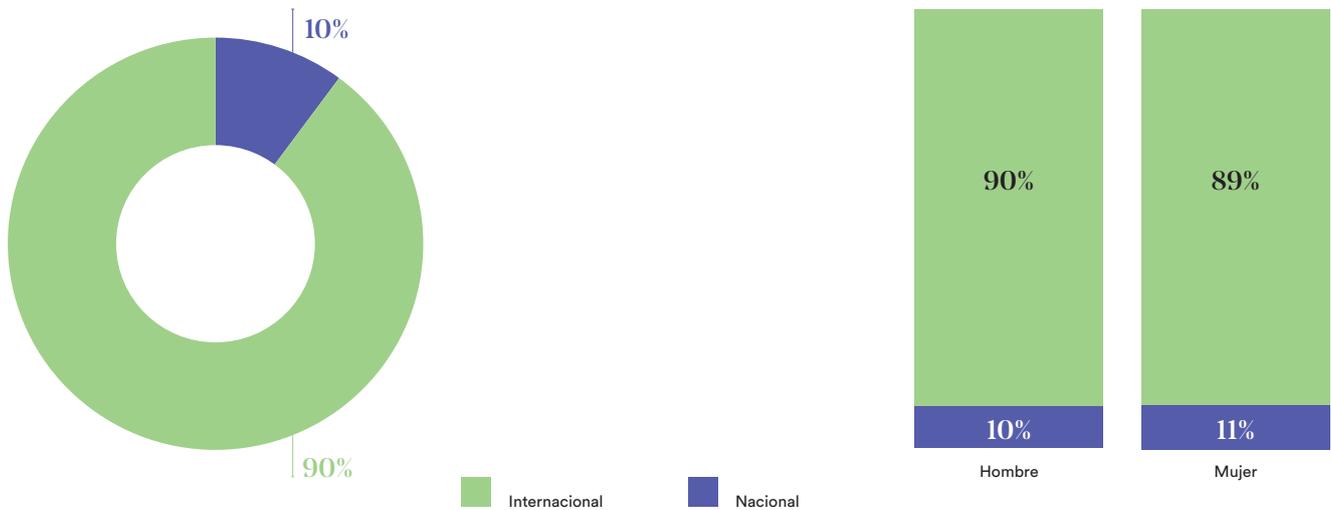


**El 90% de los viajes de residentes se producen en destinos nacionales**

Los residentes en España muestran una fuerte preferencia por los destinos nacionales, con 9 de cada 10 viajes realizados en 2018 que se produjeron dentro del país (Figura 6), siendo esta preferencia idéntica tanto para mujeres como para hombres.

**Viajes realizados por residentes según destino y sexo (% sobre total, 2018)**

Fuente: Afi, a partir de microdatos de la Encuesta de Turismo de Residentes (INE)



La preferencia por viajar a destinos nacionales se observa también en las mujeres y hombres europeos (68% y 64% respectivamente), aunque con menor intensidad que sus equivalentes en España (83% mujeres y 77% hombres).

A diferencia de los españoles, que prefieren viajar por España y solo se decantan por destinos internacionales en uno de cada tres viajes, los europeos lo hacen en la mitad de sus viajes.

**Los alojamientos hoteleros son los preferidos por los residentes, después de los alojamientos residenciales**

La fuerte presencia de la segunda residencia en España, que con un total de 6,5 millones en 2018, hace que este tipo de viviendas, de propiedad o de amigos y familiares, se use usadas en el 60% de los viajes.

Los hoteles son la siguiente opción más popular, elegida para el 22% del total de las pernoctaciones; mientras que el 18% restante se produce en otro tipos de alojamientos, como viviendas de alquiler, alojamientos rurales o campings, entre otros.



**22%**

Alojamiento hotelero



**18%**

Otro alojamiento no hotelero



# 02

## Brecha 2. El turismo de negocios evidencia una importante brecha de género

Por cada viaje de negocios que emprende una mujer, el hombre realiza tres

Una de las grandes brechas de género detectadas en el ámbito del turismo está asociada a los viajes de negocios, dado que las mujeres residentes en España realizan menos viajes por motivos laborales que los hombres.

Por cada viaje de negocios realizado al año por una mujer, un hombre realiza tres viajes. La misma diferencia se observa en el caso de las pernoctaciones: por cada una realizada por una mujer, un hombre realiza 3,1.

A pesar de que las mujeres viajan menos que los hombres por negocios, cuando lo hacen, la estancia media es prácticamente igual (3,4 días frente a 3,6 días en promedio).

Esta diferencia de género en el turismo de negocios está directamente relacionada con las dinámicas de desigualdad de género que persisten en el mercado laboral. Tal y como ya se analizó en anteriores estudios sobre conciliación y pensiones<sup>7</sup>, la tasa de actividad de las mujeres es menor que la de los hombres, la tasa de parcialidad<sup>8</sup> es mayor y, a su vez, sufren situaciones de desempleo con mayor prevalencia y duración que los hombres.

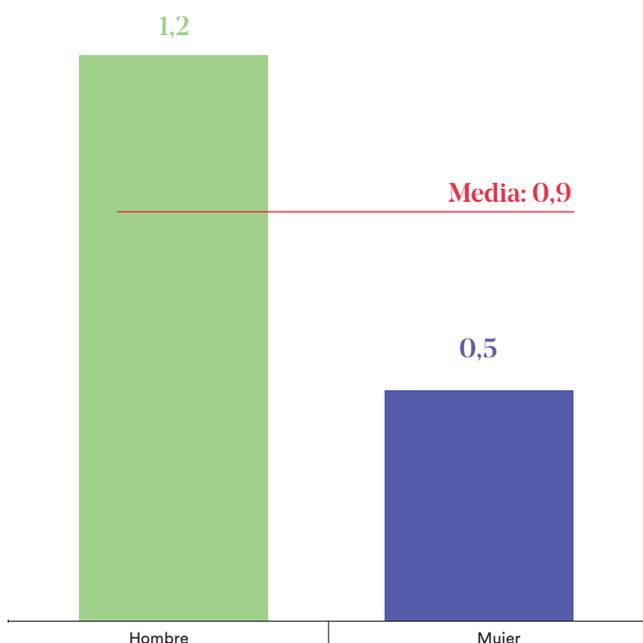
## Viajes, pernoctaciones y duración media de los viajes de negocios de residentes según motivo y sexo (millones de viajes y pernoctaciones, días; 2018)

Fuente: Afi, a partir de microdatos de la Encuesta de Turismo de Residentes (INE)

	Hombre		Mujer	
	Mill.	%	Mill.	%
<b>Negocios</b>				
Viajes	12,3	14%	4,2	5%
Pernoctaciones	43,9	13%	14,2	4%
Duración media del viaje (días)	3,6		3,4	

## Ratio del número de viajes de negocios sobre el total de ocupados por cada sexo (2018)

Fuente: Afi, a partir de Encuesta de Turismo de Residentes y Encuesta de Población Activa (INE)



Nota: Los datos hacen referencia a la población mayor de 15 años.

Cada hombre ocupado realiza 1,2 viajes por motivos de trabajo al año, mientras que cada mujer ocupada no llega a realizar un viaje al año (concretamente, medio viaje).

La menor participación de las mujeres en los viajes de negocios también se observa en el resto de los países de la Unión Europea. Todos los países miembros (salvo Rumanía), evidencian una brecha de género en viajes de negocios en relación al total de ocupados de cada sexo por país.

<sup>7</sup> Puede consultar el informe de la brecha de género en conciliación en: [http://closinggap.com/wp-content/uploads/2019/02/Informe\\_-\\_Conciliacio%CC%81n.pdf](http://closinggap.com/wp-content/uploads/2019/02/Informe_-_Conciliacio%CC%81n.pdf); y en las pensiones en: [https://closinggap.com/wp-content/uploads/2019/04/Informe\\_-\\_Pensiones.pdf](https://closinggap.com/wp-content/uploads/2019/04/Informe_-_Pensiones.pdf)

<sup>8</sup> La tasa de parcialidad es la ratio que relativiza el número de ocupados a tiempo parcial sobre el total de ocupados.

## El techo de cristal alimenta la brecha de género en el turismo de negocios

El hecho de que las mujeres ocupen menos puestos directivos que los hombres, el llamado *techo de cristal*<sup>9</sup>, agudiza esta brecha. Según datos del INE, los cargos de mayor responsabilidad fueron desempeñados en un 68% por hombres y solo en un 32% por mujeres (2018).

Si tenemos en cuenta que solo viajan por motivos laborales los ocupados directivos de cada sexo (Tabla 6), la brecha de género en el turismo de negocios se reduciría de una ratio de 2,4 a 1,4 veces. Aun así, el número de viajes realizados al año por hombres directivos es un 40% superior al de los realizados por mujeres directivas (22,6 y 16,2 respectivamente).

Con independencia del puesto de trabajo ocupado, las mujeres realizan menos viajes de negocio al año que los hombres, luego existe una brecha de género en este ámbito que excede muy probablemente de la que se desprende del mercado de trabajo.



## Número de viajes de negocios sobre el total de ocupados y sobre el total de cargos directivos por cada sexo (2018)

Fuente: Afi, a partir de Encuesta de Turismo de Residentes y Encuesta de Población Activa (INE)

	Total	Nacional	Internacional
<b>Número de viajes de negocio por persona ocupada</b>			
Hombres	1,2	1,0	0,2
Mujeres	0,5	0,4	0,1
<b>Total</b>	<b>0,9</b>	<b>0,7</b>	<b>0,1</b>

x 2,4

	Total	Nacional	Internacional
<b>Si consideramos que solo viajan los cargos directivos</b>			
Hombres	22,6	19,7	2,9
Mujeres	16,2	14,0	2,2
<b>Total</b>	<b>20,6</b>	<b>17,9</b>	<b>2,7</b>

x 1,4

Nota 1: El número de viajes por persona ocupada y cargo directivo se calcula como la ratio de los viajes de negocios sobre el número de ocupados y directivos respectivamente.

<sup>9</sup> Por remarcar algún análisis reciente realizado con datos para España: Novo-Corti et al. (2018) disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6563674> o Cano (2016) disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/4959/495952430007.pdf>

## Cuando las mujeres viajan por negocios lo hacen de la misma forma que los hombres

Sin embargo, superadas estas barreras, las mujeres y hombres que viajan por motivos profesionales desvelan comportamientos muy similares en el viaje.

Así, por ejemplo, el destino de los viajes de negocios es mayoritariamente dentro del territorio nacional, tanto para hombres como para mujeres.

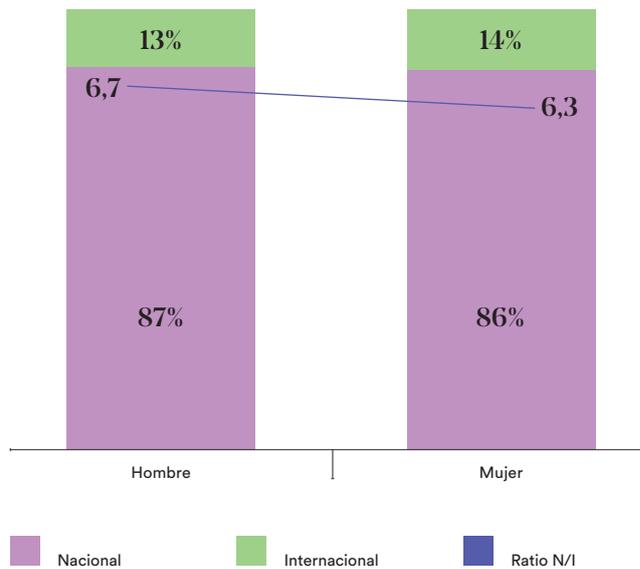
La duración media del viaje tampoco presenta diferencias de género, ni en los viajes nacionales (duración media de 3 días) ni en los internacionales (5,8 días en el caso de los hombres y 5,6 días en el caso de las mujeres).

Sí se observan algunas diferencias por género en lo que respecta al periodo del año en el que se concentran los viajes de negocios, patrón que puede estar relacionado con la mayor sincronización de los calendarios laborales de las mujeres con los escolares.

Tampoco se observan diferencias de género significativas en lo que respecta al tipo de alojamiento elegido: la opción preferida es el hotel, tanto para las mujeres (49% de los viajes, 35% de las pernoctaciones) como para los hombres (51% de los viajes, 37% de las pernoctaciones).

## Viajes de negocios realizados por hombres y mujeres según destino y ratio de la distribución (% sobre total, 2018)

Fuente: Afi, a partir de microdatos de la Encuesta de Turismo de Residentes (INE)



Nota: Los datos hacen referencia a la población mayor de 15 años.

## Pernoctaciones en viajes de negocio por tipo de alojamiento principal (millones y % sobre total, 2018)

Fuente: Afi, a partir de microdatos de la Encuesta de Turismo de Residentes (INE)

	Total		Hombre		Mujer		Diferencia	Ratio
	Mill.	%	Mill.	%	Mill.	%		
Hotelero	25,2	36%	19,9	37%	5,3	35%	-2	0,3
Otro alojamiento no hotelero	19,2	40%	15,0	43%	4,2	32%	-10	0,3
Alojamiento residencial	13,7	24%	9,0	21%	4,7	33%	12	0,5
<b>Total de Pernoctaciones</b>	<b>58,1</b>	<b>100%</b>	<b>43,9</b>	<b>100%</b>	<b>14,2</b>	<b>100%</b>	<b>0</b>	<b>0,3</b>

En este sentido, los hoteles de categoría media-alta son los preferidos para los viajes de negocio. En particular, los hoteles de 3 y 4 estrellas concentran las pernoctaciones de los viajeros por negocios, si bien las mujeres optan más por hoteles de 4 y 5 estrellas (4 puntos porcentuales).

### Las mujeres planifican los viajes de negocios con mayor antelación que los hombres

Más del 80% de los viajes de negocios se realizan con reserva previa, pero sí se observa brecha de género en el grado de anticipación de dicha reserva.

Las mujeres suelen realizar las reservas con mayor antelación que los hombres, superando generalmente una semana de anticipación. Ellos, en cambio, muestran una mayor disponi-

bilidad inmediata a viajes no programados: el 8% de las reservas hechas por hombres se hicieron en el mismo día del viaje, cifra que no alcanza el 2% en el caso de las mujeres.

En línea con las conclusiones del informe sobre la brecha en movilidad, los hombres se decantan más por el transporte particular / individual para sus viajes de negocio, mientras que las mujeres prefieren el transporte colectivo, como el avión, el tren o el autobús, en 3, 7 y 4 puntos porcentuales más, respectivamente.

**Si las mujeres realizaran los mismos viajes de negocios que los hombres, se generarían hasta 2.350 millones de euros al año**

Si los 8,7 millones de mujeres ocupadas en 2018 realizaran la misma cantidad de viajes al año que los hombres (1,2 viajes al año), se registrarían algo más de 6 millones de viajes de negocio adicionales. Si la brecha de género desapareciera entre los cargos directivos, el número de viajes de negocio de las mujeres directivas se incrementaría en 1,6 millones al año.

Considerando la duración media del viaje (3,2 días por viaje), en la que no se detectó brecha de género, el número de pernoctaciones ascendería a 19,7 millones en el primer caso. Si solo se aplicase esta estimación sobre las personas ocupadas con cargos directivos, los 1,6 millones de viajes se traducirían en 5,3 millones de pernoctaciones al año. Unas cifras relevantes si se tiene en cuenta que el total de pernoctaciones de viajes de negocio, sin distinción de sexo, ascendió a 58 millones en el año 2018.

En cuanto al gasto medio diario, las mujeres y los hombres gastan al día una cantidad muy parecida: cerca de 120 euros al día ellas y 117 euros ellos.

El valor económico de los 19,7 millones de pernoctaciones adicionales de las mujeres si viajasen y gastasen lo mismo que los hombres, ascendería a 2.350 millones de euros al año si consideramos la totalidad de las mujeres ocupadas, y disminuiría a 634 millones de euros, si consideramos sólo a las mujeres que ocupan cargos directivos.

En el primer caso, la cifra representa el 0,2% del PIB de 2018 o el 0,91% del VAB del sector de la hostelería (en el que se enmarca el hotelero), el comercio y el transporte. Por otro lado, los 2.350 millones de euros al año equivaldrían al doble de lo generado por el turismo de negocios en la ciudad de Madrid en el año 2017<sup>10</sup>.

El menor número de viajes y pernoctaciones por negocios de las mujeres también repercute en la recaudación fiscal. Considerando un tipo efectivo medio del IRPF del 10,8% y una coti-

zación media del 28,8% de la Seguridad Social<sup>11</sup>, el Estado ingresaría por las pernoctaciones adicionales de las mujeres 929 millones de euros si consideramos la totalidad de mujeres ocupadas, o 251 millones de euros si consideramos sólo a las mujeres directivas.

Con un tipo efectivo medio de impuestos a la producción (IVA) del 10,5%, la recaudación podría incrementarse en unos 246 millones de euros en el caso del total de ocupadas, o 67 millones de euros considerando solo a las mujeres con cargos directivos.

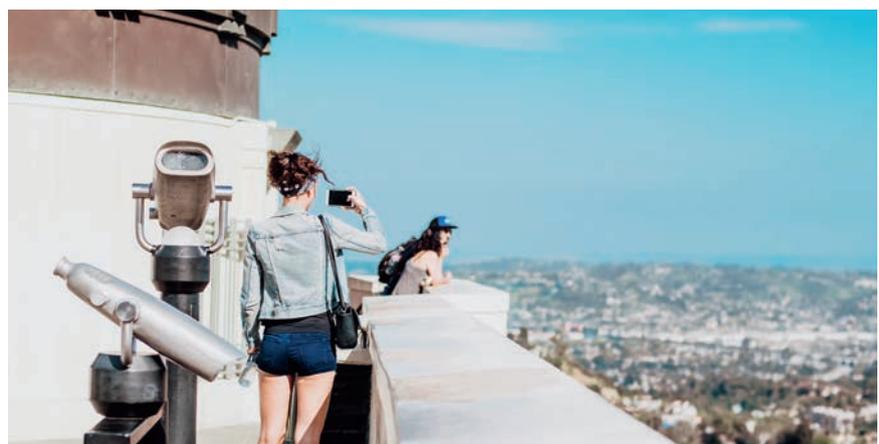


**Estimación del gasto adicional en viajes de negocio realizado por mujeres si se eliminase la brecha de género en viajes de negocios (millones de euros y % sobre total), 2018**

Fuente: Afi, a partir de microdatos de la Encuesta de Turismo de Residentes (INE)

	Total	Directivos
Millones de euros	2.350	634
% PIB	0,20%	0,05%
% VAB sector	0,91%	0,25%

Nota 1: Los datos hacen referencia a la población mayor de 15 años.



<sup>10</sup> Según Madrid Convention Bureau (2018): Anuario de Turismo. Madrid. Para más información, consultar el siguiente enlace: <https://www.madrid-destino.com/sites/default/files/2019-03/AnuarioTurismoMadrid2018.pdf>  
<sup>11</sup> Cuentas de los hogares de la Economía Española, Contabilidad Nacional 2018.

# 03

## Brecha 3. Brecha de género en los viajes personales

Las mujeres realizan más viajes por motivos culturales, de bienestar y para visitar a familiares y amigos que los hombres, cuya motivación se centra en el turismo deportivo o gastronómico

Las mujeres realizan 2,2 millones de viajes más al año que los hombres por motivos personales, diferencia que apenas trasciende en la ratio de desigualdad mujer/hombre (ratio M/H: 1,0) teniendo en cuenta el total de viajes realizados al año (148,2 millones). Las diferencias de género proceden, en cambio, de las diferentes motivaciones o criterios para viajar.

Así, en términos absolutos<sup>12</sup>, en la dimensión de ocio y vacaciones, las mujeres destacan por la mayor frecuencia de viajes de turismo cultural (por cada viaje realizado por un hombre, las mujeres realizan 1,3), de bienestar (ratio M/H: 1,2) y de sol y playa (ratio M/H: 1,1). Una preferencia que también comparten con las turistas que visitan nuestro país<sup>13</sup>. Los hombres, por su parte, realizan más turismo deportivo (ratio M/H 0,6) y gastronómico (ratio M/H 0,8), comportamiento reflejado también por los turistas extranjeros.

En relación a la motivación, visitar a familiares o amigos es uno de los propósitos de viaje más aludido por las mujeres (ratio M/H 1,2).

## Número de viajes de los residentes por motivos personales y sexo (millones, 2018)

Fuente: Afi, a partir de microdatos de la Encuesta de Turismo de Residentes (INE).

	Hombre	Mujer
	Mill.	Mill.
<b>Motivos Personales</b>	<b>73,0</b>	<b>75,2</b>
<b>Ocio y vacaciones</b>	<b>41,2</b>	<b>41,1</b>
Turismo de sol y playa	7,9	8,2
Turismo cultural	5,8	6,9
Turismo de naturaleza	3,7	3,5
Turismo deportivo	2,0	1,2
Turismo termal y de bienestar	0,5	0,5
Turismo gastronómico	0,5	0,3
<b>Visitas a familiares o amigos</b>	<b>27,3</b>	<b>29,8</b>
<b>Otros motivos personales</b>	<b>4,5</b>	<b>4,3</b>

<sup>12</sup> Teniendo en cuenta el total de viajes y no la distribución de los mismos.

<sup>13</sup> Para más detalle, consultar Anexo: Brecha de género entre los turistas no residentes en España.



**Las mujeres se inclinan en mayor proporción que los hombres por el alojamiento hotelero en sus viajes por motivos personales**

El conjunto de residentes españoles realizó cerca de 607 millones de pernoctaciones fuera de su domicilio habitual por motivos personales, repartidas de forma relativamente equitativa entre mujeres y hombres, si bien las mujeres lo superan en 28,5 millones de pernoctaciones (un 10% más que los hombres).

**Número de pernoctaciones de residentes por motivos personales según tipo de alojamiento y sexo (unidades y % sobre total, 2018)**

Fuente: Afi, a partir de microdatos de la Encuesta de Turismo de Residentes (INE).

	Total		Hombre		Mujer	
	Mill.	%	Mill.	%	Mill.	%
Hotelero	111.397.090	18%	51.878.767	18%	59.518.323	19%
Otro alojamiento no hotelero	109.286.034	18%	52.908.612	18%	56.377.422	18%
Alojamiento residencial	386.164.879	64%	184.387.052	64%	201.777.827	64%

Nota 1: Los datos hacen referencia a la población mayor de 15 años.

Nota 2: Otro alojamiento no hotelero incluye viviendas en alquiler, apartamentos turísticos, campings, albergues y cruceros.

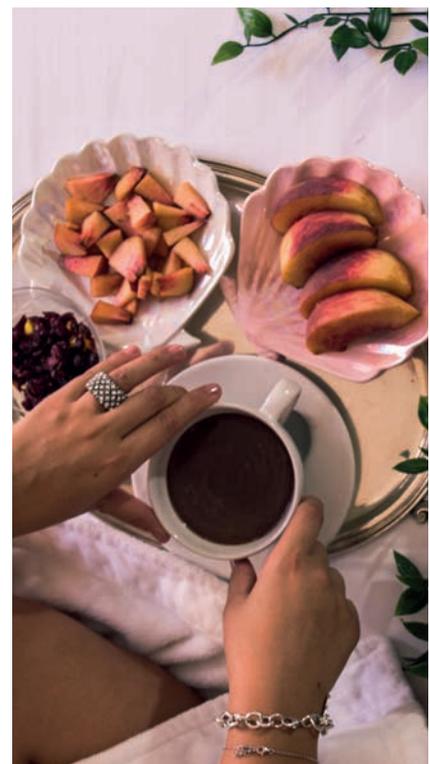
Las diferencias de género, aunque pequeñas, se concentran en la elección del alojamiento hotelero: las mujeres muestran mayor preferencia por el hotel (22% frente a 20%), desvelando una mayor inclinación por alojamientos que conllevan mayor comodidad, preferencia más notable en el caso de las turistas no residentes<sup>14</sup>.

**Las mujeres eligen hoteles de 4 estrellas con más frecuencia que los hombres**

Los hoteles de 3 y 4 estrellas son los preferidos por los turistas residentes cuando realizan viajes por motivos personales. Las mujeres, por su parte, presentan una mayor inclinación hacia los hoteles de una categoría superior, sobre todo cuando se realiza un viaje para visitar a familiares o amigos (39% de las mujeres vs 34% de los hombres), con el consiguiente efecto positivo sobre la facturación del sector hotelero.

**Las mujeres residentes realizan un mayor gasto medio diario que los hombres...**

Los turistas residentes gastan de media 60,3 euros al día en sus viajes por motivos personales. Por categorías, el turismo cultural es la actividad asociada a un mayor gasto medio diario (129,8 euros), y donde las mujeres, además, gastan un 5,3% más que los hombres (aproximadamente 6,75 euros más al día). En general, las mujeres realizan un gasto medio diario superior en todas las categorías de turismo por motivos personales, salvo en el de sol y playa (-2,40 euros/día) y el gastronómico (-9,40 euros/día).



## Gasto medio diario por persona residente en viajes por motivos personales según sexo (euros, 2018)

Fuente: Afi, a partir de microdatos de la Encuesta de Turismo de Residentes (INE)

	Total	Hombre	Mujer
	euros	euros	euros
<b>Motivos Personales</b>	<b>60,3</b>	<b>60,1</b>	<b>60,4</b>
<b>Ocio y vacaciones</b>	<b>71,8</b>	<b>71,3</b>	<b>72,3</b>
Turismo de sol y playa	61,0	62,3	59,9
Turismo cultural	129,8	126,2	132,9
Turismo de naturaleza	77,5	75,7	79,2
Turismo deportivo	108,2	102,3	118,1
Turismo termal y de bienestar	102,2	100,9	104,3
Turismo gastronómico	72,6	77,8	68,4
Otros motivos de ocio	55,0	54,9	55,0
<b>Visitas a familiares o amigos</b>	<b>42,0</b>	<b>42,3</b>	<b>41,7</b>
<b>Otros motivos personales</b>	<b>54,2</b>	<b>50,3</b>	<b>58,2</b>

Nota 1: Los datos hacen referencia a la población mayor de 15 años.

Nota 2: "Otros motivos de ocio" adquiere un peso relevante, pero se desconoce el motivo particular al que responde esta cantidad de viajes personales.

### ... en parte, motivado por su preferencia hacia hoteles de mayor categoría

La mayor preferencia de las mujeres hacia hoteles de categoría media - alta explica parte de la diferencia de género en el gasto medio diario total de los viajes por motivos personales. Sin embargo, cuando se comparan pernoctaciones hoteleras de hombres y mujeres, se observa que las mujeres gastan siempre más que los hombres, salvo en

el caso de los hoteles de 5 estrellas (196 euros ellas, frente a 205,2 euros ellos).



## Gasto medio diario por residente en alojamiento hotelero en viajes por motivos personales según categoría y SEXO (euros, 2018)

Fuente: Afi, a partir de microdatos de la Encuesta de Turismo de Residentes (INE)

Categoría	Total	Hombres	Mujeres
1	109,4	95,8	125,2
2	114,1	110,8	117,3
3	120,9	120,4	121,4
4	132,9	130,4	135,1
5	200,3	205,2	196,0

Nota: los datos hacen referencia a la población mayor de 15 años

### Si los hombres eligiesen el hotel en la misma proporción que las mujeres, el impacto económico ascendería a más de 258 millones de euros al año

Si los hombres se inclinaban por los hoteles en sus viajes personales como lo hacen las mujeres, se estarían adicionando **2,3 millones de pernoctaciones al año** al total registrado. El impacto económico ascendería a más de **258 millones de euros al año**, equivalentes al 0,02% del PIB de 2018 y el 0,1% de VAB de la hostelería, el comercio y el transporte. Esta cifra representa también el 2,4% del VAB de este sector en las Islas Baleares, una región española donde el peso del sector turístico es, si cabe, más relevante que en el conjunto del país.

Esta contribución adicional también tendría un impacto sobre la recaudación fiscal. Así, considerando un tipo efectivo medio del IRPF del 10,8% y una cotización media del 28,8% de la Seguridad Social<sup>15</sup>, el Estado ingresaría por las pernoctaciones adicionales de los hombres en estos alojamientos hoteleros 102 millones de euros. Con un tipo efectivo medio de impuestos a la producción (IVA) del 10,5%, la recaudación podría aumentarse en 27 millones de euros.

### Número de pernoctaciones adicionales por motivos personales en alojamiento hotelero según categoría

Fuente: Afi, a partir de microdatos de la Encuesta de Turismo de Residentes (INE)

Categoría	Hombres
1	12.019
2	104.074
3	712.394
4	1.008.860
5	112.195
<b>Total</b>	<b>2.300.046</b>

Nota 1: Los datos hacen referencia a la población mayor de 15 años.

Nota 2: Una sexta categoría recoge las respuestas no sabe / no contesta, motivo por el cual no suma 100%.

### Las mujeres contratan más servicios turísticos cuando viajan por motivos personales...

Las mujeres son algo más proclives que los hombres a contratar diversos servicios turísticos (el 5% de ellas, frente al 4% de ellos), probablemente, como consecuencia de (i) su mayor preferencia por poder disfrutar de otros servicios en destino, así como de (ii) la necesidad de anticipar el gasto en el que incurrirán cuando viajen por motivos personales.

La contratación de este tipo de servicios depende en gran medida del motivo por el que se realiza el viaje. La contratación de varios servicios

turísticos es más frecuente en los viajes de ocio y vacaciones que en otro tipo de viajes por motivos personales. En estos casos, las mujeres usan más este tipo de contrataciones que los hombres: el 9% de los viajes de las mujeres, frente al 7% de los de los hombres. Cabe destacar la diferencia en el turismo termal y de bienestar, donde el porcentaje de mujeres que contrata varios servicios turísticos con anterioridad duplica al de los hombres (35%, frente al 18%, respectivamente).

<sup>15</sup> Cuentas de los hogares de la Economía Española, Contabilidad Nacional 2018.



### Las mujeres hacen un mayor uso del transporte compartido en los viajes por motivos personales que los hombres

Al igual que ocurre en los viajes de negocios, **el vehículo particular es el modo de transporte principal de los viajes por motivos personales, utilizado en el 76% de los casos.** De nuevo, **las mujeres utilizan en menor proporción que los hombres el vehículo particular** (74% frente al 79%) y se decantan más por los modos de transporte compartido, como el avión (12% frente al 9%) o el autobús (7% frente al 5% de los hombres).

### Las mujeres organizan sus viajes por motivos personales con mayor antelación que los hombres

En lo que respecta al alojamiento, **las mujeres realizan las reservas de alojamiento de sus viajes personales con mayor antelación que los hombres:** ellas reservan más con una antelación superior a los 15 días (56% vs 52% de los hombres). En línea con Khan (2011)<sup>16</sup>, la principal restricción para viajar por motivos personales para los hombres es el trabajo, mientras que para las mujeres son las responsabilidades familiares.

### Las mujeres emplean más los métodos online para realizar sus reservas de viajes por motivos personales...

La gestión de las reservas también presenta diferencias entre mujeres y hombres. **El principal canal para realizar la reserva de alojamiento es el contacto directo con el hotel** (46% del total), ya sea a través de una web, app o de forma convencional (teléfono principalmente, aunque puedan usar también mail o reserva en el propio alojamiento). **Las agencias de viajes son el segundo canal** (20%), aunque destaca el incremento de las **páginas web especializadas o plataformas de viajes digitales** (12%).

Aunque la proporción de reservas realizadas directamente con el hotel es la misma para hombres y mujeres (46%), las mujeres utilizan más la página web o app del hotel (27% frente a 25% de los hombres), y los hombres optan por canales convencionales.

Igualmente, mientras que las mujeres hacen un mayor uso de las páginas web especializadas en turismo (13% frente al 11% de los hombres), los hombres prefieren utilizar las agencias de viaje (27% frente al 24%). **En**

**total, los canales online son los más utilizados para realizar la reserva de alojamiento,** concentrando el 57% del total de las reservas, con las mujeres mostrando mayor propensión a utilizar webs o apps (59% frente al 55%).

El informe revela una importante penetración de las nuevas tecnologías **con un 54,7% de las reservas de alojamiento hechas por internet,** 6 puntos porcentuales más que en 2013 (48,2%). Este aumento se explica por el creciente uso de este canal por las mujeres, su porcentaje ha pasado del 47,3% en 2013 al 55,2% en 2018. Como consecuencia, la brecha entre hombres y mujeres se ha reducido a la mitad en ese periodo.



## Reservas de alojamiento según modo de reserva y sexo (% sobre total, 2018)

Fuente: Afi, a partir de microdatos de la Encuesta de Turismo de Residentes

	Total		Hombre		Mujer		Diferencia	
	<35	35 o más	<35	35 o más	<35	35 o más	<35	35 o más
Web o app	66%	57%	65%	55%	66%	58%	0,5	2,8
Presencialmente	23%	33%	22%	35%	24%	31%	1,8	-4,9
No sabe	11%	10%	12%	9%	10%	11%	-2,3	2,1

<sup>16</sup> Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/50418223\\_Gendered\\_leisure\\_Are\\_women\\_more\\_constrained\\_in\\_travel\\_for\\_leisure/link/5b84f09b92851c1e1236d98a/download](https://www.researchgate.net/publication/50418223_Gendered_leisure_Are_women_more_constrained_in_travel_for_leisure/link/5b84f09b92851c1e1236d98a/download)

### ... siendo generalizado su uso entre las nuevas generaciones

Los menores de 35 años realizan un mayor porcentaje de sus reservas (66%) a través de canales online, frente al 57% de la población con 35 años o más. La irrupción de las nuevas tecnologías está cambiando el canal de contratación de los servicios turísticos. Entre **las nuevas generaciones** no se observa brecha de género (66% de las mujeres menores de 35 años utilizan el canal online, frente al 65% de los hombres con esta misma edad).

### Las mujeres viajan más acompañadas en sus viajes personales, incluso si son jóvenes, entre los que es más frecuente viajar en solitario

**Las mujeres viajan menos en solitario que los hombres**, siendo esta brecha de género mayor en las jóvenes que en el resto de cohortes de edad. Para las menores de 35 años uno de cada cinco viajes se realiza en solitario, mientras que en el caso de los hombres, la cifra aumenta a uno de cada tres. No obstante, los jóvenes viajan más en solitario que el resto de grupos de edad: **un 25% de los viajes personales realizados por los jóvenes en 2018 fue en solitario, siendo el 15% para el resto de generaciones.**

# Conclusiones



Las mujeres residentes en España viajan un 6,9% menos que los hombres, aunque las pernoctaciones son similares. El 90% de los viajes de ambos son dentro del territorio nacional y los hoteles son los alojamientos elegidos para el 22% de las pernoctaciones, sólo por detrás de los alojamientos residenciales.



Por cada viaje de negocios de una mujer, el hombre realiza tres. El techo de cristal alimenta esta brecha, pero no es la única causa. Si las mujeres realizasen los mismos viajes de negocios que los hombres, se generarían hasta 2.350 millones de euros al año.



Las mujeres residentes hacen 2,2 millones de viajes más al año que los hombres por motivos personales, en los que realizan un mayor gasto medio diario que los hombres, especialmente porque eligen más alojamientos hoteleros y, dentro de éstos, los de mayor categoría. Si los hombres se inclinaban por un alojamiento hotelero de la misma forma que las mujeres, el impacto económico alcanzaría los 258 millones de euros al año.



Cuando hacen viajes por motivos personales, las mujeres contratan más servicios turísticos, hacen un menor uso del vehículo privado y mayor del transporte compartido, organizan sus viajes con mayor antelación y emplean con más frecuencia los canales digitales para realizar sus reservas. Además, viajan más acompañadas que solas, con independencia de la edad.