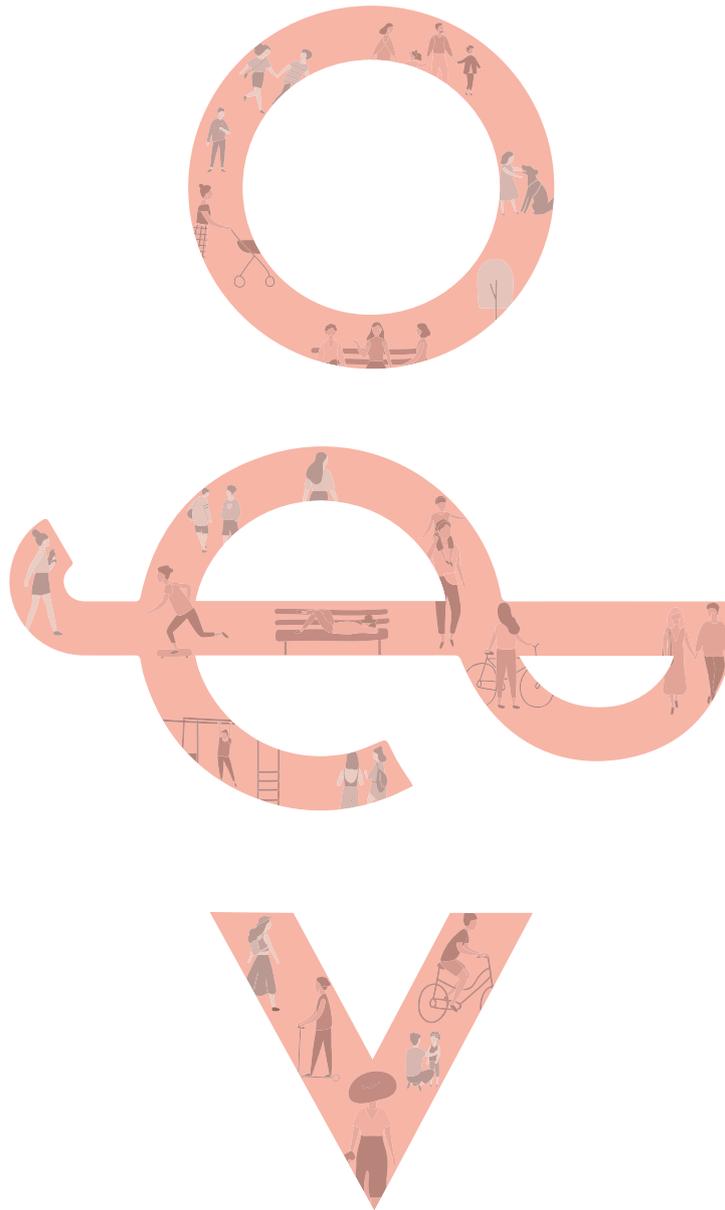




closingap

Women for a Healthy Economy Informe 4 Julio 2019



Coste de oportunidad de la brecha de género en el ocio

CG

closingap

Saludo de la Presidenta de ClosinGap



Marieta Jiménez
Presidenta de ClosinGap

Presentamos en estas páginas el cuarto de los informes impulsados desde ClosinGap

Un clúster formado por Merck, Repsol, MAPFRE, BMW Group, Mahou San Miguel y Solán de Cabras, L'Oréal, Meliá Hotels International, Vodafone, Inditex, PwC y Bankia con el fin de analizar el coste de oportunidad que suponen para la sociedad las desigualdades entre mujeres y hombres.

Este estudio, que analiza la brecha de género en el ocio y el tiempo libre, da continuidad a los ya publicados durante los meses anteriores, que han reflejado el potencial económico de una mayor igualdad entre mujeres y hombres en ámbitos como la salud, la conciliación y la corresponsabilidad o las pensiones. Los distintos análisis que estamos llevando a cabo ponen de manifiesto que parte de esas desigualdades tienen su origen en la falta de conciliación, así como del reparto diferente de las tareas domésticas y personales de nuestra vida cotidiana.

En el largo plazo y si hablamos de los cuidados a terceros, esta brecha de género predispone a las mujeres a una mayor prevalencia de depresión y ansiedad, disminuye la calidad de vida y hace que la mujer llegue a la última etapa de su vida con peor salud autopercebida. También reduce la cuantía de las pensiones en el momento de la jubilación.

Pero en el corto y medio plazo las mujeres dejan de disfrutar cada día de más de una hora y media de tiempo libre, lo que tiene importantes repercusiones no solo personales sino también para la productividad, el consumo o la cultura. Informes como el que presentamos en estas páginas tienen que ayudarnos a demostrar que esta situación ha de cambiar. Que las mujeres merecen disponer, al igual que los hombres, de su propio tiempo. Por ellas mismas y su calidad de vida. Pero, también, por el potencial que supone para la economía y la productividad del país en su conjunto.

Con este objetivo, desde ClosinGap estamos ya trabajando en definir un conjunto de acuerdos voluntarios con los que queremos dar un paso más y contribuir a tomar medidas que permitan reducir las brechas de género desde tres ámbitos distintos: en primer lugar, el interno; en segundo lugar, desde la propia iniciativa ClosinGap; y, finalmente, a través de la concreción de un conjunto de recomendaciones a los agentes públicos alineadas con las conclusiones extraídas en cada uno de los informes.

Este es, sin lugar a dudas, el camino que todos, como sociedad, debemos recorrer para ir cerrando el 25% de brecha de género que aún queda por cerrar y seguir contribuyendo así al avance hacia una economía más saludable y más justa.

06

Carta introductoria de
Eduardo Petrossi

Presidente de Mahou San Miguel



08

Introducción

Causas de las desigualdades entre
mujeres y hombres en ocio

Efectos de la brecha
de género en ocio



20

El coste de oportunidad de la brecha
de género en ocio

El ocio, una cuestión de
disponibilidad (cantidad y calidad)
de tiempo libre

Contenido del tiempo libre
disponible: un reparto desigual



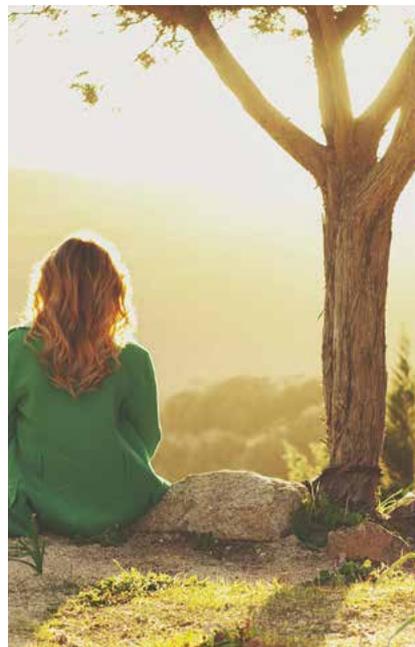
52

Conclusiones



56

Reflexiones Finales



59

Anexo

Metodología

Definiciones de trabajo

Bibliografía

Fuentes de información



OO

**Carta introductoria
de Eduardo Petrossi,
Consejero delegado de
Mahou San Miguel
y miembro del Board
de ClostinGap**



Se le atribuye a Baltasar Gracián, escritor español del Siglo de Oro, una frase que dice que “todo lo que realmente pertenece es el tiempo”, pues “incluso el que no tiene nada más, lo posee”.

Sin embargo, varios siglos después, la sensación más extendida entre la población es la contraria. La velocidad del día a día deja a gran parte de las personas sin tiempo suficiente para poder desarrollar las inquietudes, hobbies y actividades sociales que les satisfacen y hacen felices. En otras palabras, para disfrutar del ocio.

Anteriores estudios desarrollados por ClostinGap han puesto de manifiesto, por poner un ejemplo, que el 40% de los ocupados –hombres y mujeres- tiene horario de jornada partida con dos horas destinadas a la comida, hecho que resta una hora diaria de tiempo libre y, en términos generales, provoca que dejen de disfrutarse en España 1.706 millones de horas de ocio al año.

Este limitado tiempo para destinar al ocio es aún menor en el caso de las mujeres, pues dedican al hogar y la familia dos horas más al día que los hombres. El resultado de este contexto se puede resumir en tres conclusiones principales.

La primera de ellas, es que las mujeres dedican menos tiempo que los hombres a su tiempo libre. En concreto, de media, 1 hora y 37 minutos menos al día. Esto implica que cada

Anteriores estudios desarrollados por ClosinGap han puesto de manifiesto, por poner un ejemplo, que el 40% de los ocupados –hombres y mujeres– tiene horario de jornada partida con dos horas destinadas a la comida, hecho que resta una hora diaria de tiempo libre y, en términos generales, provoca que dejen de disfrutarse en España 1.706 millones de horas de ocio.

día, dejan de disfrutar de más de 11 millones de horas de ocio lo que, en términos anuales, equivale a todas las horas trabajadas en la industria manufacturera en el ejercicio de 2018.

La segunda conclusión del análisis es que, cuando existen hijos a cargo, la calidad del tiempo libre es peor en las mujeres que en los hombres. La mayor carga de responsabilidad familiar que tienen las mujeres se traduce en un esfuerzo emocional que puede sentirse más como un trabajo que como ocio puro.

Y la tercera conclusión es que mujeres y hombres reparten también de forma desigual el tiempo que destinan a sus actividades de ocio. Las mujeres dedican más tiempo que los hombres al trabajo voluntario y reuniones, el tipo de actividades culturales en que participan son diferentes, ellas dedican menos tiempo que ellos a hacer ejercicio físico, persisten determinados estereotipos en las aficiones en función del sexo y, a la hora de ponerse delante de la televisión o de un libro, el tiempo es parecido pero los contenidos difieren.

Es especialmente singular el hallazgo en relación a la brecha de género en el gasto de los hogares en restauración, que suma 330 euros al año. Si se igualara el gasto en este ámbito en todos los hogares, con independencia de si están encabezados por mujeres u hombres, el gasto anual se elevaría en otros 2.260 millones de euros (0,2% del PIB), podrían crearse 34.800 empleos y aumentaría la recaudación de IRPF, IVA y cotizaciones sociales en unos 1.130 millones de euros.

Estos y otros datos que están reflejados en el presente informe ponen de manifiesto la necesidad de seguir adoptando medidas desde todos los ámbitos, público y privado, para favorecer que las personas dispongan de mayor tiempo para disfrutar de su ocio.

No solo por ser una herramienta para aumentar nuestro bienestar sino también porque contribuye a dar respuesta a importantes retos que España tiene como país, como el crecimiento de la economía y la productividad, así como a incrementar algunos de los pilares que construyen nuestra propia identidad, como la cultura, el deporte, el turismo, la gastronomía o nuestra amplia oferta de ocio.

En este sentido, Mahou San Miguel ha venido avanzando en los últimos años en políticas como Objetivo 18.30, un conjunto de medidas implantadas en nuestra oficina de Madrid para impulsar la conciliación. Estas medidas no solo pasan por terminar la jornada laboral, como tarde, a las seis y media, sino también por poner en marcha un código de buenas prácticas para el uso de los dispositivos electrónicos, o la imposibilidad de celebrar reuniones más tarde de las 17.00.

En la misma dirección, también hemos desarrollado otro tipo de acciones para impulsar la flexibilidad: la posibilidad de trabajar a distancia un día a la semana si el puesto de trabajo así lo permite, el establecimiento de vacaciones por encima de lo que dice la Ley actual o la propia jornada laboral flexible.

Estas y otras medidas nos permiten alcanzar varios objetivos simultáneos: primero, aumentar la satisfacción y la motivación de las personas que forman parte de la plantilla de Mahou San Miguel; segundo, mejorar los procesos internos y, con ellos, la productividad del trabajo que llevamos a cabo día tras día; y, tercero, contribuir, en lo que está al alcance de nuestra mano, a aumentar el tiempo libre de nuestros empleados.

Tengo la seguridad de que los datos y reflexiones que contiene este informe dan continuidad al trabajo que, desde el pasado mes de septiembre, estamos llevando a cabo las 11 empresas que formamos parte de ClosinGap, y van a ser de gran utilidad para detectar el potencial del ocio como elemento central de crecimiento y creación de puestos de trabajo en nuestro país.

En definitiva, estamos ante un excelente punto de partida para impulsar un debate entre agentes públicos y privados de modo que, de forma conjunta, avancemos hacia una mayor conciliación de la vida familiar y laboral y, con ella, mayor tiempo libre para disfrutar de todo aquello que nos hace ser felices.

Eduardo Petrossi

Consejero Delegado de Mahou San Miguel
Miembro del Board de ClosinGap

01

Introducción



ClosinGap es el clúster formado en 2018 por Merck, Repsol, MAPFRE, Mahou San Miguel y Solán de Cabras, L'Oréal, BMW Group, Meliá Hotels International, Vodafone, Inditex, PwC y Bankia con el objetivo de analizar el coste de oportunidad que tiene para la economía y la sociedad la persistencia de distintas brechas de género.

La iniciativa tiene su origen en el proyecto Healthy Women, Healthy Economies, lanzado por Merck a nivel global en el año 2014 en colaboración con el Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico.

El clúster se lanzó el 7 de septiembre de 2018 con la participación de máximos representantes de las empresas que lo integran, quienes presentaron un diagnóstico inicial que ponía de manifiesto que España se encuentra entre los países más avanzados en materia de igualdad de oportunidades pese a la existencia de desigualdades en ámbitos como el empleo, la educación, las pensiones, el ocio, etc.

ClosinGap ha previsto la publicación de informes monográficos que analicen, bajo una metodología común, las consecuencias económicas de estas desigualdades en términos de coste de oportunidad. Cada miembro del clúster se encargará de impulsar uno de estos estudios de acuerdo al siguiente plan de acción:

Empresa que impulsa el análisis	Coste de oportunidad analizado
Merck	Brecha en la salud
Repsol	Brecha en la conciliación
MAPFRE	Brecha en las pensiones
Mahou San Miguel y Solán de Cabra	Brecha en el ocio
BMW Group	Brecha en la movilidad
Meliá Hotels International	Brecha en el turismo
Inditex	Brecha en la educación
L'Oréal	Brecha en el consumo
Vodafone	Brecha digital
PwC	Brecha en el empleo
Bankia	Brecha en el entorno rural

Siguiendo este plan de trabajo, el 29 de noviembre de 2018 se presentó el primero de los informes, auspiciado por la empresa de ciencia y tecnología Merck, que analizó el coste de oportunidad de la brecha de género en el ámbito de la salud, poniendo de manifiesto las consecuencias de que las mujeres vivan más años, pero lo hagan con peor salud que los hombres.

Así, de eliminarse las desigualdades de género responsables de esta brecha, el ahorro potencial que supondría para el conjunto de la sociedad sería de, al menos, 9.000 millones de euros al año, el 0,8% del PIB anual, lo que cubriría casi todo el gasto de un mes, equivalente a una paga extra adicional de la Seguridad Social en pensiones contributivas. También reflejó que la baja natalidad, asociada a condiciones sociales y económicas desfavorables, restó 31.003 millones de euros al PIB español de 2016.

El 18 de febrero de 2019 se presentó el segundo de los informes, impulsado por la empresa energética Repsol y dedicado a la conciliación, que destacaba que la brecha de género que supone que las mujeres dediquen más tiempo que los hombres a los cuidados de hijos y familiares y tareas del hogar se eleva por encima de los 100.000 millones de euros, equivalente al 8,9% del PIB de 2017.

Este segundo estudio también puso de manifiesto que, si las más de 400.000 mujeres que trabajaron a tiempo parcial para dedicarse al cuidado de la familia hubieran alargado su jornada hasta las 40 horas, se podrían haber generado hasta 12.000 millones de euros adicionales; es decir, un 1,1% del PIB.

El 11 de abril de 2019 tuvo lugar la presentación del tercero de los informes, auspiciado por MAPFRE y centrado en la brecha de género en pensiones. Los cálculos realizados en este análisis reflejaron que el gasto en pensiones es casi 24.500 millones de euros inferior en las mujeres que en los hombres a pesar de que las mujeres suponen el 48,4% del total de pensionistas y perciben el 51,6% de las pensiones. De este modo, aunque la brecha se ha reducido en las nuevas altas de pensiones porque las mujeres causan su propia pensión, la pensión pública promedio de una mujer, incluyendo todas las contributivas, es de 740,2 euros, frente a los 1.162,3 euros percibidos de media por los hombres pensionistas. Esta diferencia de 422,2 euros se amplía hasta los 450,1 euros en el caso de las pensiones de jubilación.

Según puso de manifiesto este informe, la percepción de menores pensiones por parte de las mujeres jubiladas repercute sobre su capacidad de consumo y, por lo tanto, en su bienestar y en el del conjunto de la economía, con un impacto para el año 2018 de 26.900 millones de euros en términos de Valor Añadido Bruto (VAB), lo que representa el 2,2% del PIB.

En términos de empleo, la menor actividad económica supone la no creación de 414.600 puestos de trabajo, equivalente al 2,1% del total de los ocupados en España en 2018. Además, la menor pensión de las mujeres también implica una menor recaudación fiscal por parte de la Agencia Tributaria: al año, supone 2.422 millones de euros en IRPF (2,2% del total recaudado) y 2.884 millones en IVA (igualmente un 2,2% de lo recaudado con este impuesto).

Tras la publicación de estos tres informes monográficos, el que aquí se presenta es el cuarto de esta serie de estudios,

y tiene como fin analizar algunas de las principales causas y efectos de la desigualdad entre mujeres y hombres en el **ámbito del ocio**, así como generar el debate necesario en nuestra sociedad para reducir esta brecha de género. Para poder llevar a cabo este análisis del coste de oportunidad de la brecha de género en el ámbito del ocio elaborado por Afi (Analistas Financieros Internacionales) e impulsado por Mahou San Miguel y Solán de Cabras, se ha partido de dos conceptos clave:

Brecha de género en ocio, definida como el conjunto de desigualdades por condición de género -y, por tanto, susceptibles de ser evitables- determinantes de la disponibilidad y uso del tiempo libre que hacen hombres y mujeres, y que evidencia que **“las mujeres disponen de menos tiempo libre que los hombres”**, concretamente, y de acuerdo con la más reciente Encuesta de Empleo del Tiempo del INE, de una hora y treinta y siete minutos menos al día de tiempo libre.

Coste de oportunidad es el valor económico de la alternativa a la que se renuncia al decidirse por una determinada actuación o gasto. El valor económico citado iguala a los beneficios que se habrían obtenido de haber elegido la mejor alternativa posible. Existe siempre un coste de oportunidad porque los recursos disponibles son limitados (ya se trate de dinero o tiempo) y es precisamente esta circunstancia la que obliga a elegir entre las opciones posibles.

La premisa de partida es que **el ocio es un factor determinante del bienestar de las personas y un recurso clave para el desarrollo pleno de las capacidades personales, profesionales, sociales y familiares.**



1.1

El ocio, factor determinante del bienestar y recurso clave para el desarrollo integral de las personas



La definición de ocio utilizada en este trabajo parte de la noción de tiempo libre, aquel disponible en relación con el resto de los tiempos que regulan y articulan la vida.

La RAE define el ocio como “el tiempo libre de una persona; la cesación del trabajo, inacción o total omisión de actividad; y la diversión u ocupación reposada como descanso de otras tareas, fuera de las obligaciones y ocupaciones habituales”.

La Asociación Internacional de Ocio y Recreo (WLRA, World Leisure & Recreation Association), define el ocio de forma más precisa como un área específica de la experiencia humana con beneficios propios, tales como (i) la **libertad de elección**, (ii) la **creatividad** y (iii) la **satisfacción**; y que comprende formas de expresión cuyos elementos son de naturaleza **física, intelectual, social, artística o espiritual**.

El concepto “ocio” proviene del latín “otium”, que en su acepción más inmediata significa “reposo” y que para poderlo considerar como tal debe cumplir tres atributos básicos¹. Por un lado, debe ser resultado -o al menos tener la percepción de que lo es- de la libre elección a partir de las preferencias individuales. Por otro, debe provocar una sensación gratificante y placentera. Por último, debe contemplar actividades que tienen un fin en sí mismas (autotéticas), esto es, aquellas que se realizan por el placer de hacerlas. Algunos estudios² apuntan que con el ocio se superan las necesidades e insatisfacciones propias de la vida coti-

diana, y que su potencial liberador es fuente de creatividad y de identidad, así como un eficaz instrumento de terapia.

Con estos antecedentes, precisamos por tanto que la definición de ocio utilizada en este trabajo parte de la noción de **tiempo libre**, aquel disponible en relación con el resto de los tiempos que regulan y articulan la vida diaria tal como se observa en la **Figura 1**. Es por tanto una construcción con un enfoque residual.

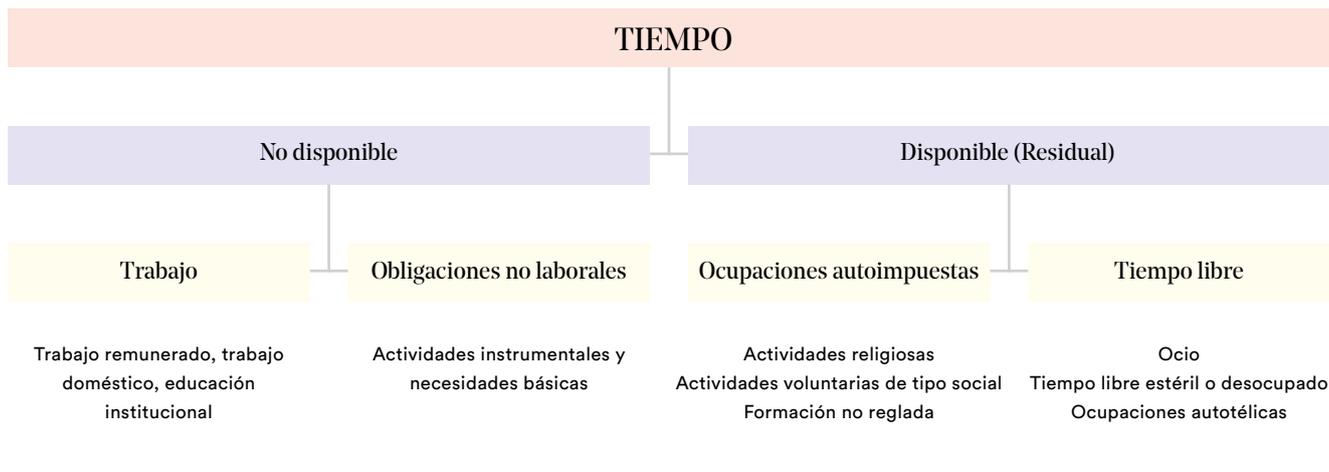
Tal como se adelantó en el informe de brecha de género en conciliación, las **actividades de la vida diaria** tienen un valor, significado y propósito para las personas que las realizan; **condicionan la identidad y las capacidades de una persona e influyen en el modo en que emplea el tiempo y toma decisiones**. **Forman parte de las actividades de la vida diaria las actividades básicas** (aquellas orientadas al cuidado del propio cuerpo), las instrumentales (aquellas que se podrían compartir, delegar o terciarizar como los cuidados, movilidad, compras, mantenimiento, etc.), la **educación**, el **trabajo** y el **tiempo libre**, esto es, aquellas actividades voluntarias y que no entran en conflicto con la dedicación a ocupaciones obligatorias, entre las que se contemplan las de la **participación social**.



1. Manuel Cuenca Cabeza. Instituto de Estudios del Ocio.
2. Munné, F. y Codina, N. (2002): Ocio y tiempo libre: consideraciones desde una perspectiva psicosocial.

Figura 1. Definición de ocio: una construcción gradual y residual

Fuente: Afi

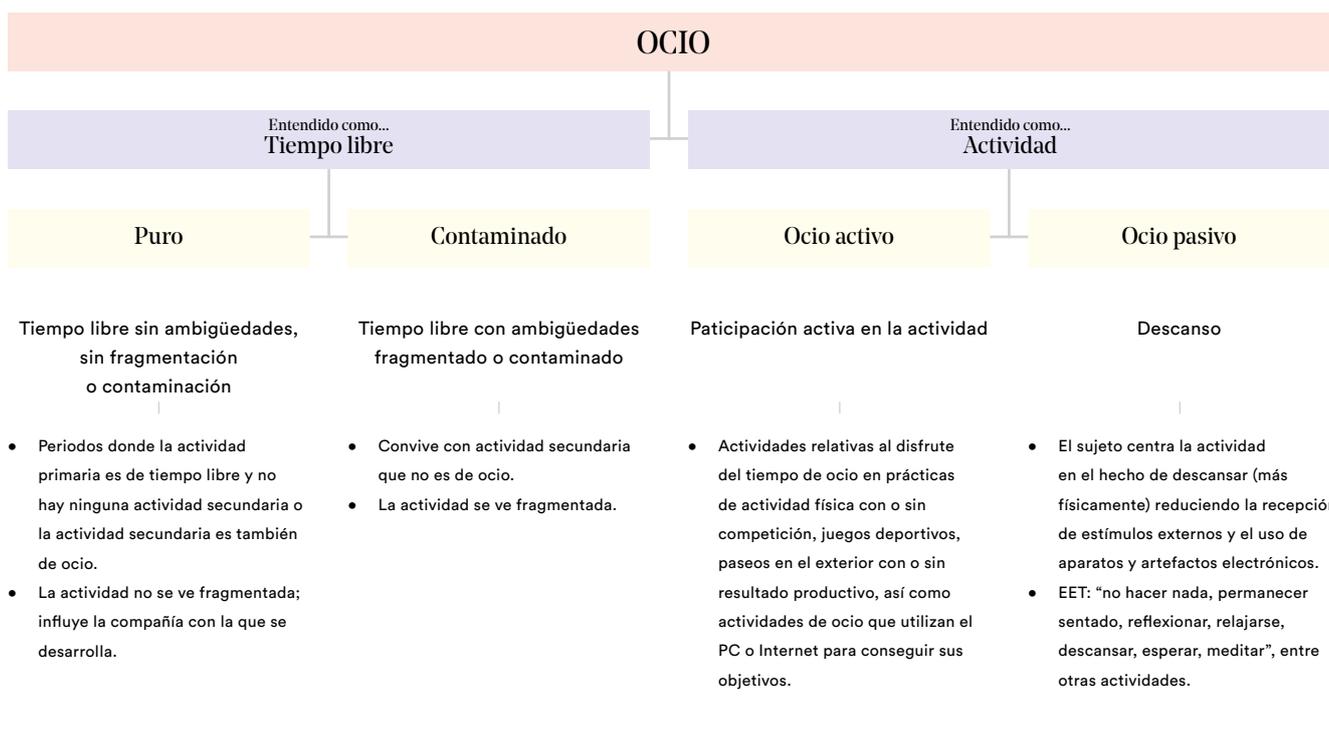


El ocio, a los efectos de este trabajo, puede entenderse desde dos puntos de vista: por un lado, como **tiempo libre**; por otro, como una **actividad a la que se destina dicho tiempo libre**, esto es, como aquella “actividad recreativa que se realiza en el tiempo libre, no por obligación; improductiva, que causa placer y/o diversión”.



Figura 2. Definición de ocio: entendido como tiempo libre o como actividad

Fuente: Afi

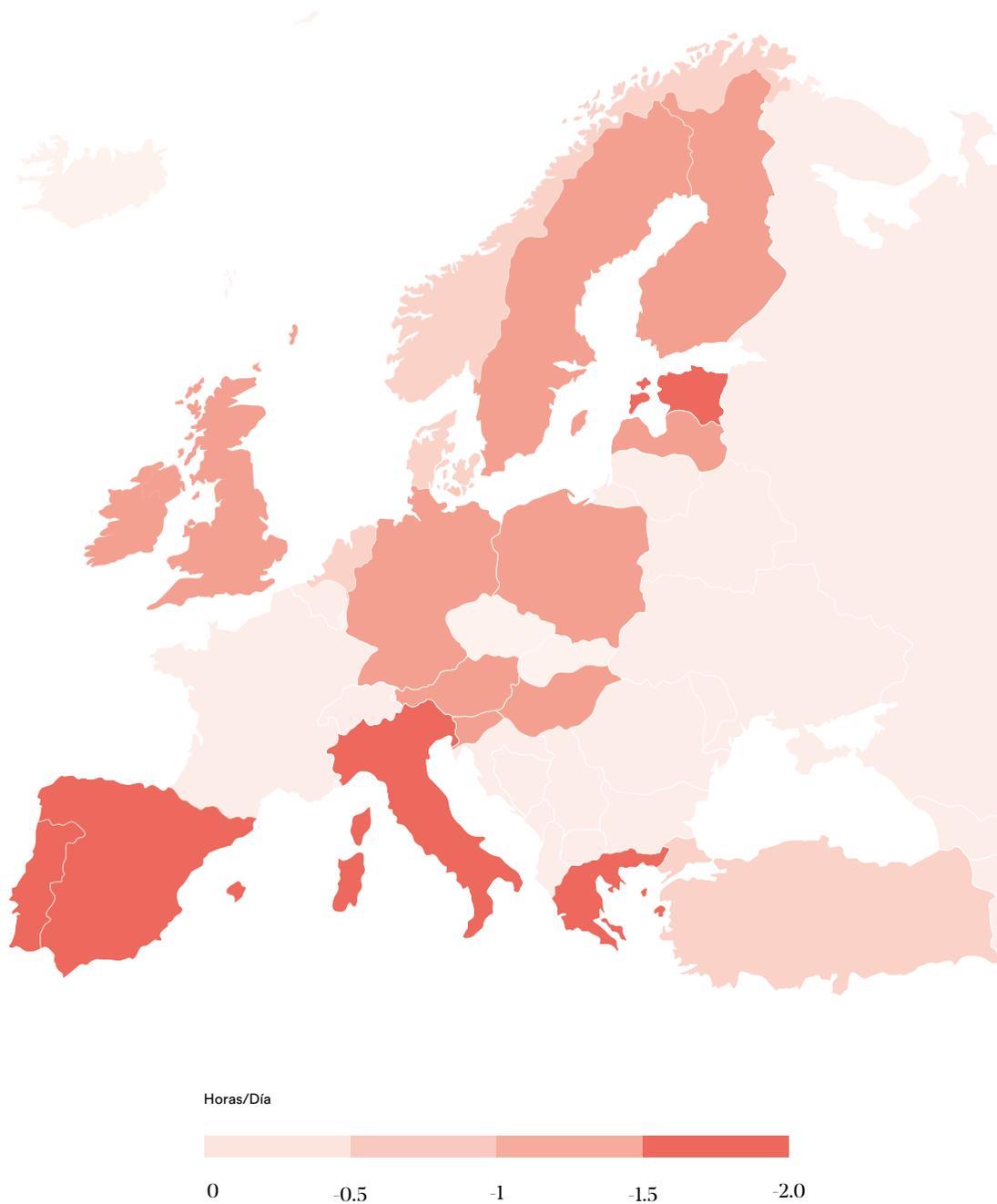




En el contexto europeo, ya en 2006, la Fundación Europea para la Mejora de las Condiciones de Vida y de Trabajo (Eurofound) evidenció que existen grandes diferencias en el tiempo que las mujeres y hombres dedican al trabajo remunerado y no remunerado, a cuidar de sí mismos o de otros, diferencias que se ven afectadas por los estereotipos de género.

Figura 3. La brecha de género en tiempo de ocio

Fuente: VoxEurope con datos OECD.Stats y última EET del INE: <https://voxeurop.eu/en/2018/international-women-s-day-5121855>



En fecha más reciente (2017), el Gender Equality Index 2017: Measuring Gender Equality in the European Union 2005-2015 insistía en esta realidad constatada: la desigualdad en el control y uso del tiempo que realizan hombres y mujeres tiene efectos sobre el tiempo de descanso y ocio, de participación cívica y política y de cuidado de uno mismo. En particular, la dimensión de “control del tiempo” que analiza el índice mide las desigualdades en la distribución del tiempo dedicado a, por un lado, trabajo no remunerado (cuidados de hijos y mayores dependientes y tareas domés-

ticas) y por otro, a actividades de índole social catalogadas como ocio (deportes, cultura, vida social y voluntariado, entre otros).

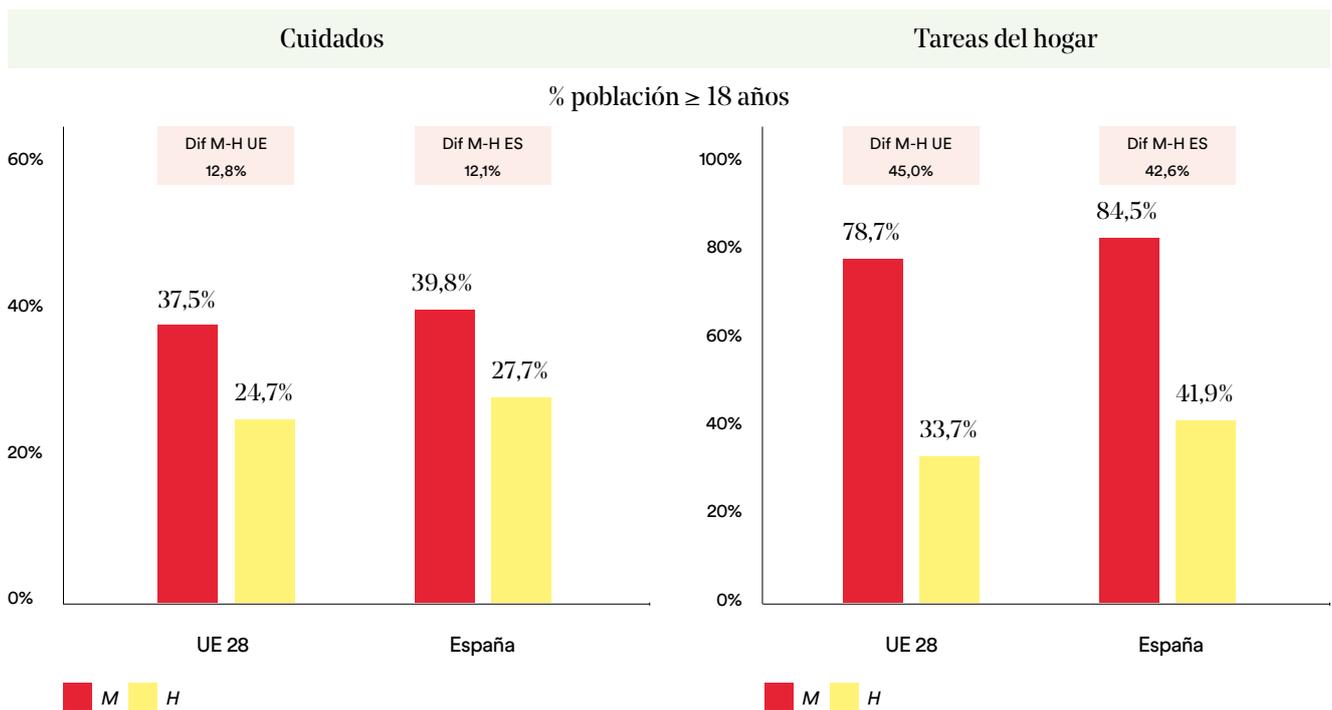
La **Figura 4** muestra que en todas dimensiones de tareas no voluntarias o irrenunciables (**cuidados y hogar**) las mujeres superan a los hombres en dedicación, con diferencias de género en proporciones equiparables en España y la UE28. Concretamente, en España las mujeres superan a los hombres en dedicación a cuidados y tareas del hogar en 12,1 y 42,6 puntos, respecti-

vamente, por debajo de las diferencias del promedio europeo, de 12,8 y 45,0 puntos. Entre los países de la UE que muestran un menor grado de desigualdad por condición de género en la dimensión de cuidados se encuentran Suecia (con una diferencia entre mujeres y hombres de apenas el 2,8% de participación), Dinamarca (3,7%), Alemania (6,8%) y Portugal (8,4%). En tareas domésticas, de nuevo Suecia (diferencia 25,1%), Dinamarca (27,3%) y Holanda se sitúan en las primeras posiciones en igualdad, si bien la desigualdad aún persiste.



Figura 4. Gender Equality Index 2017: Control y uso del tiempo

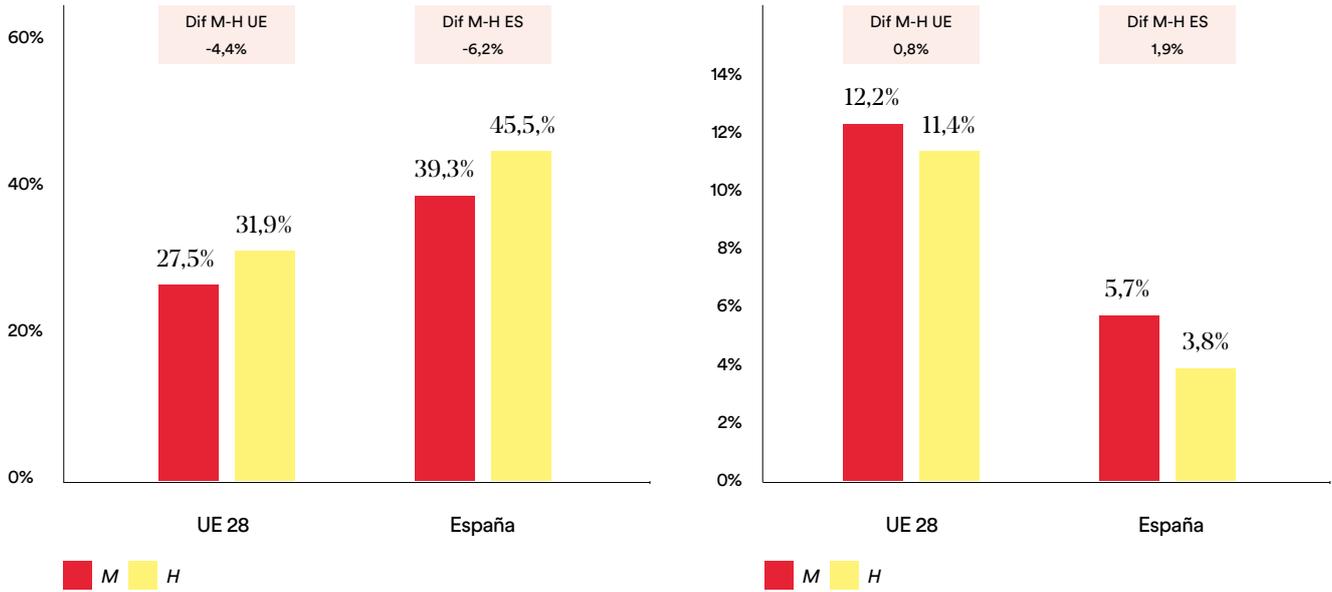
Fuente: Afi a partir de Gender Equality Index 2017



Deporte y vida social

Voluntariado

% trabajadores ≥ 16 años



También se observa dicha desigualdad, aunque de menor intensidad, en el tiempo dedicado a **tareas de voluntariado**, que en el caso de España destaca además por su escasa presencia en nuestro día a día a diferencia de lo que ocurre en el resto de Europa. De hecho, España se sitúa a la cola de la UE en dedicación de tiempo a actividades solidarias (4,7%), siendo las mujeres (5,7%) más propensas a hacerlo que los hombres (3,8%). Estos datos contrastan con los registrados en los países con mayor dedicación a esta actividad de ocio: Suecia (total 28,5% de trabajadores), Holanda (22,3%), Dinamarca (18,9%) e Irlanda (16,7%), si bien también se observa una diferencia por género de 0,8 puntos en el promedio europeo.



Eurostat publicó en 2018 el documento *Living Conditions in Europe*, que contiene un capítulo sobre la participación social, del que se desprende que, mientras que en el conjunto de la UE el 19,3% de la población económicamente activa (PEA) realizó actividades de voluntariado en 2018, con una diferencia poco significativa de más hombres que mujeres, en España el porcentaje cae al 10,7% (9,8% hombres y 11,7% mujeres), con una proporción inversa por sexos. Desagregando por tipo de actividad, aquellas catalogadas como ciudadanía activa y relacionadas con la participación en actividades de un partido político, un grupo de interés local, una consulta pública o una protesta, fueron realizadas por el 11,9% de la población de la UE y solo el 7,9% de la española (diferencia de 4 puntos). El trabajo voluntario en el marco de una organización (voluntariado formal) también muestra un déficit con respecto a la media europea, en este caso de 7,2 puntos (UE 18,0%; España 10,7%), mientras que en las de voluntariado informal (ayuda mutua o voluntariado individualizado y puntual) la diferencia es aún mayor (10,1 puntos), recibiendo la dedicación del 20,7% de la población de la UE en promedio, frente al 10,6% de la población española.

Por el contrario, en la dimensión de vida social y deporte son los hombres los que sistemáticamente dedican más tiempo tanto en España como en Europa (salvo en los casos de Finlandia y Dinamarca, donde ellas destacan en esta dimensión), si bien en España ambos sexos dedican más

tiempo a esta categoría de ocio que el promedio de sus homólogos europeos. España, por tanto, se sitúa a la cabeza de Europa en dedicación de tiempo de hombres y mujeres a la vida social (H: 45,5%; M: 39,3%), pero es también el país donde la diferencia entre sexos es más elevada (6,2 puntos de diferencia entre H y M en España; 4,4 puntos en la UE).

Centrándonos en el deporte, y de acuerdo con el “Special Eurobarometer 472 (2017): Sports and physical activity”, la diferencia constatada en dedicación entre hombres y mujeres es mayor en los grupos de edad más jóvenes. Por ejemplo, mientras que el 15% de los hombres entre 15 y 24 años nunca practica deporte, el porcentaje de mujeres en la misma franja de edad que no practica deporte es más del doble (del 33%). Esta brecha de género se estrecha a medida que aumenta la edad: en edades superiores a los 55 años, el 58% de los hombres y el 64% de las mujeres nunca practica deporte. El sedentarismo es una práctica muy presente en España, que comparte con otros cinco países de la UE el hecho de que más del 50% de la población nunca participa en actividades físicas: Malta (68%), Portugal (64%), Italia (57%), Chipre (52%), Rumanía y España (ambos 51%). Sin embargo, España (74%) lidera los países donde las personas son más propensas a caminar durante diez minutos o más al menos cuatro días por semana. Le siguen Reino Unido (72%), Bulgaria, Alemania (70%), Luxemburgo y Estonia (ambos 69%).

1.2

Causas de las desigualdades entre mujeres y hombres en ocio



Las mujeres disponen de menos tiempo libre que los hombres, lo que supone una menor disponibilidad para actividades de ocio.

Hombres y mujeres tienen distintos hábitos de ocio. Para constatar y evidenciar esta afirmación, se comenzará analizando los patrones de ocio según la cantidad de tiempo libre, la calidad de dicho tiempo libre y el contenido de las actividades enmarcadas en la categoría de ocio.

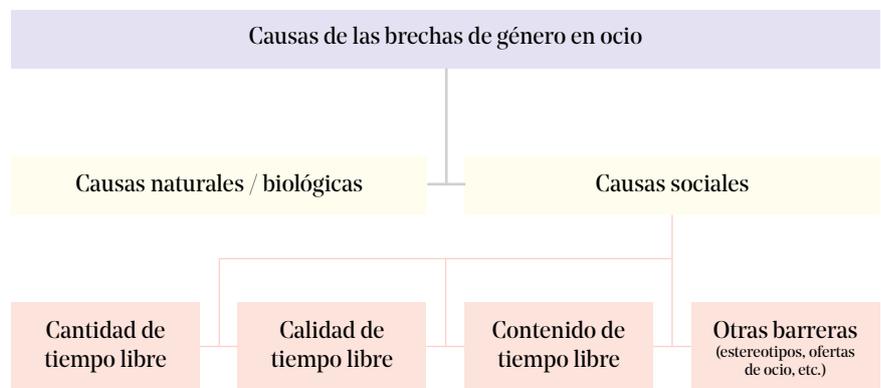
Como ya se adelantó en el informe de brecha de género en conciliación, la capacidad y libertad que las personas tenemos para distribuir nuestro tiempo entre las actividades de la vida diaria se encuentra condiciona-

da por los horarios establecidos para el inicio y finalización de aquellas que desempeñamos con mayor frecuencia y que son, por su naturaleza, irrenunciables.

No existen, en este sentido, causas biológicas que determinen la mayor o menor disponibilidad de tiempo libre que disfrutaban hombres y mujeres, estando todas las causas concentradas en los roles que por condición de género existen en nuestra sociedad, tanto en la esfera pública como en la privada (personal y familiar).

Figura 5. Causas de las brechas de género en ocio

Fuente: Afi

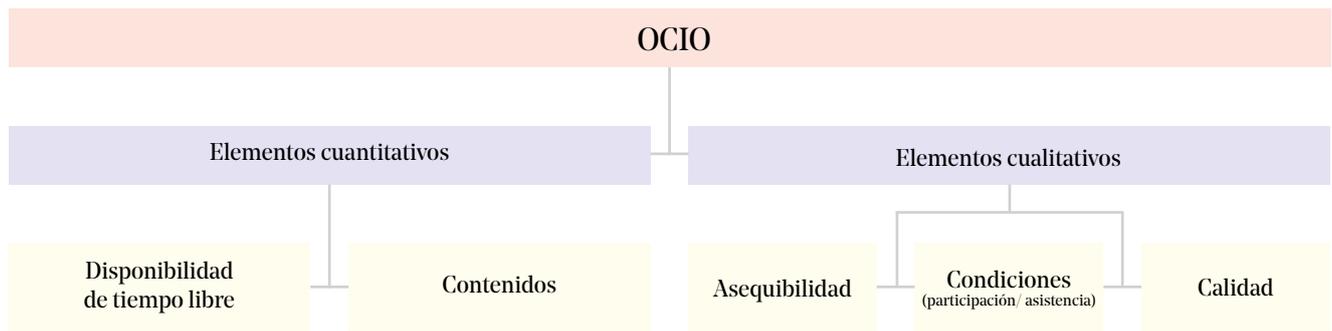


El razonamiento que subyace al análisis que a continuación se presenta parte de la premisa de que las mujeres disponen de menos tiempo libre que los hombres, lo que supone una menor disponibilidad para actividades de ocio. Pero no todo es cantidad, también hay elementos cualitativos que condicionan el tiempo de ocio (Figura 6).

La calidad de dicho tiempo libre condiciona las opciones o alternativas de ocio, teniendo en cuenta los atributos básicos señalados anteriormente, en particular la libertad de elección, el disfrute o satisfacción reportada y el autotelismo, esto es, que el placer de la actividad de ocio no está en la meta, recompensa o resultado final sino en el proceso o el mero hecho de realizarla. Además, las opciones se ven asimismo condicionadas por la oferta de ocio existente y por otras barreras (como los estereotipos de género o la asequibilidad de la oferta) aún presentes.

Figura 6. Razonamiento subyacente a la brecha de género en ocio

Fuente: Afi



1.3

Efectos de la brecha de género en ocio

La consecución de un equilibrio satisfactorio entre el desarrollo de actividades obligatorias y voluntarias tiene efectos económicos en el bienestar de las personas. La dificultad para alcanzar dicho equilibrio reduce la capacidad de generación de ingresos y produce costes directos, indirectos e intangibles, tiene efectos sobre la salud, la calidad del capital humano, la productividad y en definitiva, limita el potencial de crecimiento tanto personal como del conjunto de la economía.

En el momento en que la ausencia de dicho equilibrio presenta un comportamiento diferente en hombres y mujeres, nos encontramos ante una brecha de género.

Los principales efectos de la desigualdad de género en ocio en términos económicos son (i) ingresos tributarios y consumo privado; (ii) empleo y nivel de ingresos; (iii) desaprovechamiento del talento; (iv) pérdidas de eficiencia y productividad; y (v) satisfacción laboral y personal y participación social.



Figura 7. Caracterización de efectos de la desigualdad de género en ocio en términos de PIB y bienestar social

Fuente: Afi

Coste de oportunidad

 en el ámbito personal/familiar	 para la economía y sociedad	 en presupuestos públicos
Disponibilidad de tiempo libre en cantidad y calidad. Desarrollo pleno de las capacidades personales, profesionales, sociales, familiares.	Menor capacidad de consumo de actividades de ocio. Desaprovechamiento de las potencialidades económicas y sociales del voluntariado y la participación social.	Renuncia a ingresos fiscales derivados de un mayor consumo de ocio.

En consecuencia, el cálculo del coste de oportunidad en términos económicos se realiza a partir de la estimación que distintos efectos generados por la brecha de género en ocio tienen en la economía y en el bienestar de las

personas y de la sociedad en su conjunto, a través de su incidencia en la capacidad de generación de ingresos, en la calidad del capital humano y en la asignación de recursos, entre otros.

Se destacan los siguientes efectos por grupo de causas identificadas:

Coste de oportunidad			
	Ámbito personal/familiar	Conjunto de la economía y la sociedad	Presupuestos públicos
El ocio, una cuestión de disponibilidad (cantidad y calidad) de tiempo libre	Menor disponibilidad de cantidad de tiempo libre entre las mujeres	Menor capacidad de consumo de productos y servicios de ocio por menor disponibilidad de tiempo disponible para ello.	Renuncia a ingresos fiscales derivados de un mayor consumo de opciones de ocio entre las mujeres.
	Menor calidad del tiempo libre disponible entre mujeres	Desaprovechamiento del talento femenino	
	Menor desarrollo pleno de las capacidades personales, profesionales, sociales y familiares	Estrés, salud mental	Mayor necesidad de inversión pública en salud por efectos de mayor prevalencia de sedentarismo entre mujeres.
	Las mujeres destinan menos tiempo a cualquiera de las actividades de la vida diaria desarrolladas en el tiempo libre	Desaprovechamiento de las potencialidades económicas y sociales del voluntariado y la participación social.	
	Diferencias en dedicación diaria entre H y M: Aficiones e informática (27' al día); Deportes e aficiones al aire libre (23'); Trabajo voluntario y reuniones (19'); Medios de comunicación (17'); Vida social (11').	Diferencias en dedicación diaria agregada entre H y M (millones de horas): Aficiones e informática (5,9); Deportes y aficiones al aire libre (4,6); Trabajo voluntario y reuniones (-1,9); Medios de comunicación (2,1).	
Contenido del tiempo libre disponible	Menor gasto en restauración en hogares encabezados por mujeres		Renuncia a ingresos fiscales derivados de un mayor consumo de opciones de ocio entre las mujeres.
	Menor gasto en actividades deportivas en hogares encabezados por mujeres	Renuncia a mayor generación de VAB y empleo por menor gasto en actividades de ocio condicionadas por género en hogares encabezados por mujeres.	
	Menor gasto en actividades culturales y asistencia a eventos en hogares encabezados por mujeres		
	Menor gasto en compra de libros en hogares encabezados por mujeres		

Proyección cualitativa

Estimación cuantitativa

Fuente: Afi

02

El coste de oportunidad
de la brecha de género en
ocio



2.1

El ocio, una cuestión de disponibilidad (cantidad y calidad) de tiempo libre

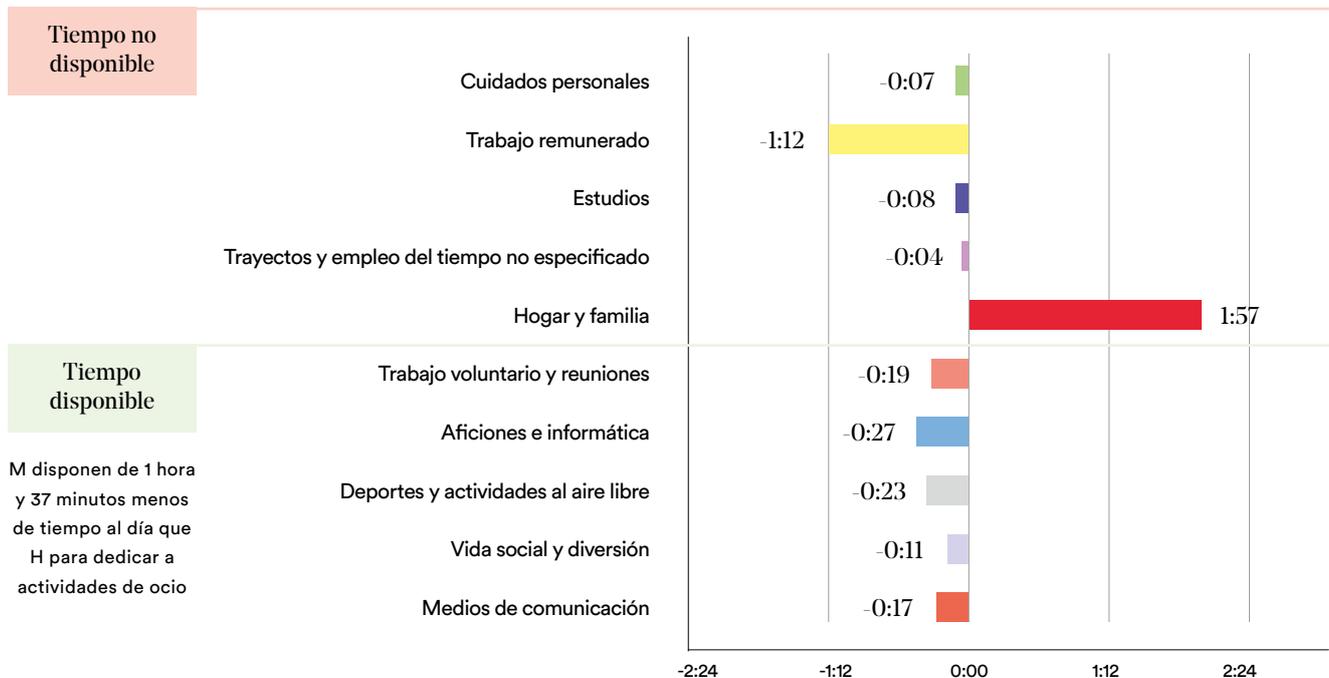
Cantidad de tiempo libre: nuestro día a día

La variable tiempo es finita: hombres y mujeres contamos, por igual, con 24 horas al día para desarrollar todas las actividades de la vida diaria. Por ello, comenzamos analizando la distribución y cantidad de horas diarias por actividad entre hombres y mujeres, que muestra un patrón desigual en función del sexo, como ya se analizó en el informe de brecha de género en conciliación.

Las actividades relacionadas con el hogar y la familia son las únicas actividades de la vida diaria a las que las mujeres dedican en promedio más tiempo que los hombres. De acuerdo con la última Encuesta de Empleo del Tiempo (EET) del INE, las mujeres dedican aproximadamente 2 horas más al día que los hombres al hogar y la familia, mientras que al resto de actividades los hombres dedican más tiempo. En consecuencia, las mujeres disponen de una hora y treinta y siete minutos diarios menos que los hombres dedicados a actividades de ocio.

Figura 8. Diferencia de la duración media diaria (DMD) por actividad entre mujeres y hombres (diferencia M-H; hh:mm)

Afi, a partir de OCDE.Stat y última Encuesta de Empleo del Tiempo del INE



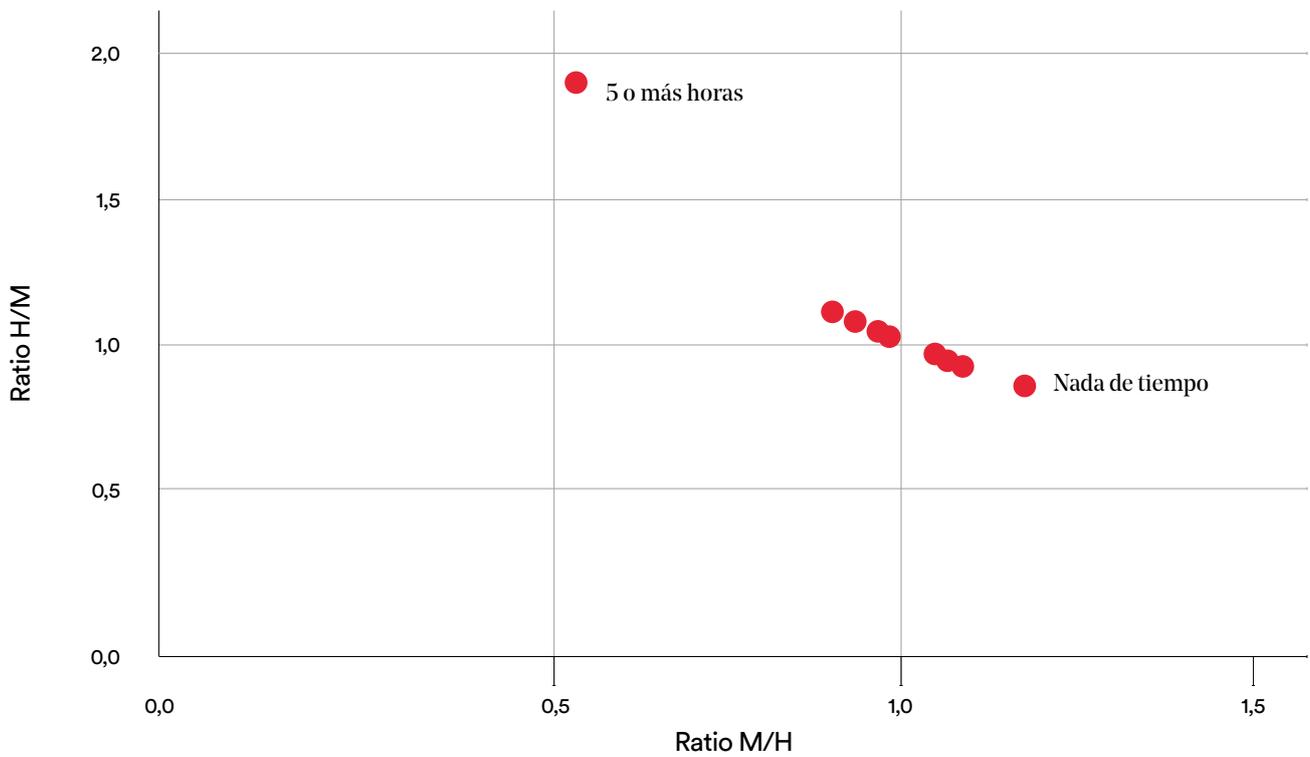
Fuentes alternativas de información como el estudio de mercado elaborado por AIMC Marcas (2018) facilitado por Mahou San Miguel y Solán de Cabras para este trabajo, corroboran esta primera desigualdad: por cada dos hombres que declaran disponer de más de cinco horas libres al día, solo hay una mujer en dicha situación. Por el contrario, entre las personas que declaran no disponer de nada de tiempo libre al día, las mujeres superan a los hombres en un 20%.





Figura 9. Ratio de la frecuencia del tiempo disponible entre hombres y mujeres de acuerdo a AIMC Marcas (2018)

Fuente: Afi, a partir de AIMC Marcas (2018)



Nota: los ratios representados en el gráfico reflejan la división de la frecuencia de respuesta de un sexo sobre el otro, siendo el eje X mujer/hombre, y el eje Y hombre/mujer. Un ratio de 1,0 representa la igualdad de frecuencias entre ambos sexos. Un ratio mayor que 1,0 en el eje de las X representa una frecuencia de respuesta mayor entre las mujeres, mientras que un ratio mayor que 1,0 en el eje de las Y representa una frecuencia mayor en los hombres. Esta interpretación será la misma para todos los gráficos que representen estos ratios.



Otros estudios han constatado que la calidad del ocio de las madres es inferior a la de los padres porque se encuentran menos a menudo “sin hijos”.

Calidad del tiempo libre: tiempo libre puro versus tiempo libre fragmentado

Como ya pudo observarse en el informe de brecha de género en conciliación, es en la esfera privada o familiar donde los roles de género afectan en mayor medida a la distribución que hacen -o pueden hacer- hombres y mujeres en su día a día y, por lo tanto, cuánto tiempo libre tienen para el ocio.

La maternidad y la paternidad influyen de forma determinante en la asignación del tiempo y en la elección de las actividades que hacen padres y madres: las madres tienen menos tiempo libre que los padres, especialmente cuando ambos trabajan y cuando los hijos son pequeños (Craig y Mullan 2009; Sayer et al. 2009).

La literatura académica con enfoque de género identifica los términos **contaminación** (tiempo de ocio en presencia de hijos) y **fragmentación** (interrupción del tiempo de ocio para atender a los hijos) cuando analiza la dimensión del ocio desde una perspectiva de la calidad.

De hecho, una comparación con enfoque de género del tiempo libre de los padres con datos de uso del tiempo (equivalente a la EET del INE) para cinco países con patrones divergentes en conciliación y corresponsabilidad (Australia, Estados Unidos, Francia, Italia y Dinamarca, concluye que: (i) el tiempo total de ocio es superior para padres y madres daneses, país con políticas activas de corresponsabilidad y conciliación; y (ii) en todos los países, tanto la cantidad como la calidad del tiempo libre favorece a los padres, lo que sugiere que **las diferencias de género en ocio persisten independientemente de los patrones nacionales de la cantidad y reparto del trabajo remunerado y no remunerado (cuidado de hijos).**

Otros estudios han constatado que **la calidad del ocio de las madres es inferior a la de los padres** porque se encuentran menos a menudo “sin hijos” (Sullivan 1997; Aitchison 2003; Mattingly y Bianchi 2003; Bittman y Wajcman, 2004). Esto ocurre porque es más habitual que las madres (i) sean el único adulto presente durante períodos de ocio compartido entre padres e hijos; (ii) respondan a las necesidades de los hijos cuando éstas

se presentan (Craig y Mullan 2012); (iii) se responsabilicen de la organización y gestión de las actividades de ocio familiar compartido (Bella 1989; Shaw, 2008). De hecho, aun cuando ambos padres están presentes, las madres tienen más probabilidades de haber planeado el evento de ocio (Larson et al. 1997; Shaw y Dawson, 2001). En definitiva³, las mujeres disponen de menos tiempo de ocio, más fragmentado y menos “libre de hijos” que los hombres.

La fragmentación del tiempo libre del que disponen las mujeres que son madres establece una serie de factores que actúan como potenciales **inhibidores de que el ocio sea una oportunidad de relajación efectiva** (Aitchison 2003; Shaw, 2008). Facilitar experiencias positivas y buenos ratos a los miembros de la familia requiere ejercer una vigilancia activa de los estados de ánimo de dichos miembros, lo que supone un esfuerzo emocional que puede sentirse más como un trabajo que como ocio puro (Strazdins y Broom, 2004; Erickson, 2005).



3. “Differences in men’s and women’s work, care and leisure time (2016). Policy Department C: Citizens’ Rights and Constitutional Affairs”. [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/556933/IPOL_STU\(2016\)556933_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/556933/IPOL_STU(2016)556933_EN.pdf)

En consecuencia...



El tiempo es finito

El tiempo es finito, por lo que cobra importancia su distribución entre tiempo no disponible y disponible (libre, ocio). Según OCDE.Stat y la última Encuesta de Empleo del Tiempo del INE, las mujeres disponen de una hora y treinta y siete minutos menos de tiempo disponible al día que los hombres.



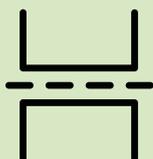
Estudio AIMC

Un estudio de AIMC Marcas facilitado por Mahou San Miguel y Solán de Cabras evidencia que el número de mujeres que declara no disponer de nada de tiempo libre al día es un 20% superior al de los hombres.



Maternidad/paternidad

La **maternidad / paternidad influye de forma determinante en la asignación del tiempo** y en la elección de las actividades que hacen padres y madres: las madres no solo tienen menos tiempo libre que los padres, sino que además es de menor calidad. La literatura académica con perspectiva de género identifica los términos contaminación y fragmentación cuando analiza la dimensión del ocio desde una perspectiva de la calidad...



Fragmentación

La **fragmentación del tiempo libre** del que disponen las madres establece una serie de factores que actúan como potenciales **inhibidores** de que el ocio sea una oportunidad de relajación efectiva.



2.2

Contenido del tiempo libre disponible: un reparto desigual

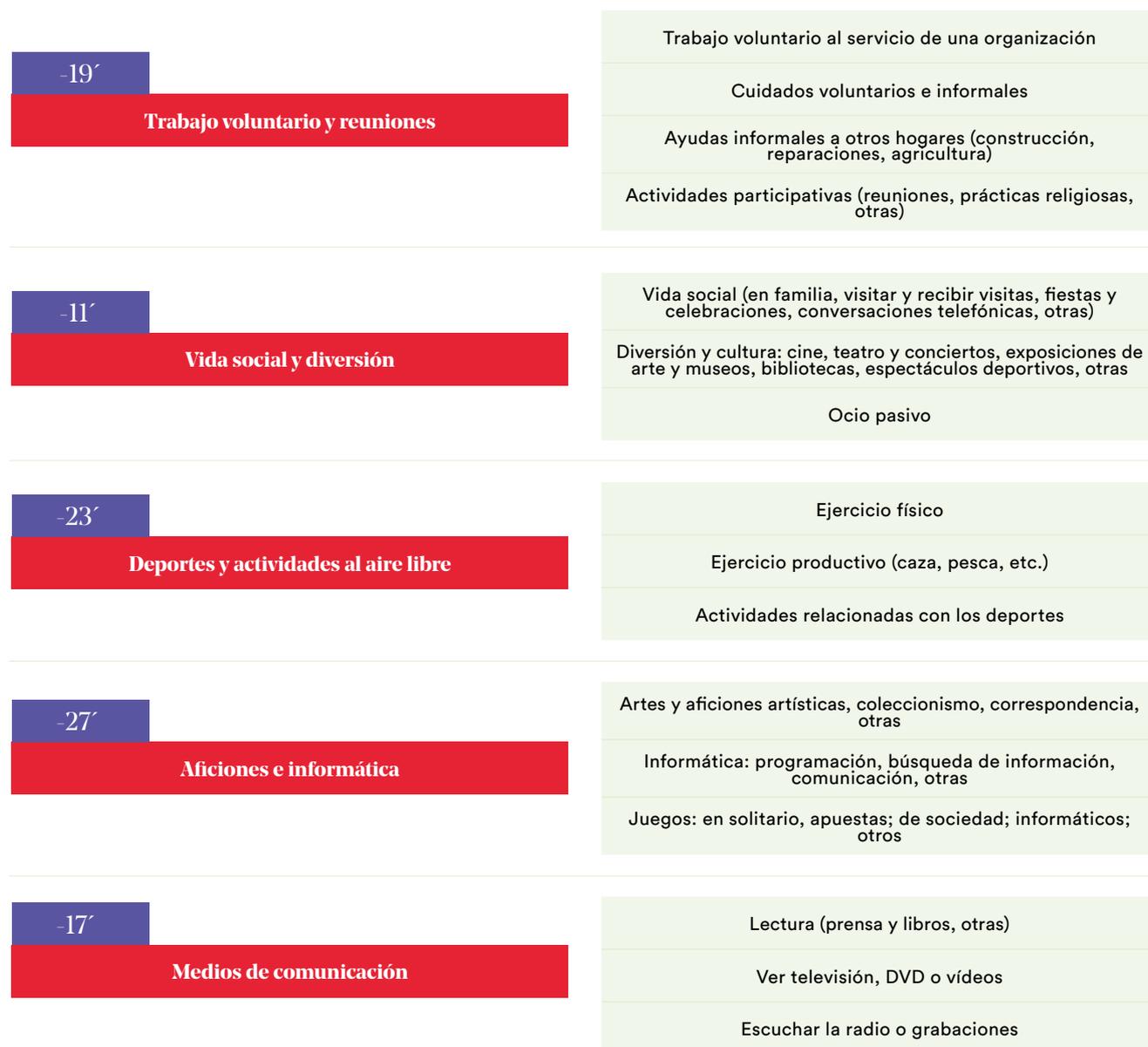
¿A qué podemos dedicar nuestro tiempo libre y cómo lo recogen las estadísticas oficiales?

La Encuesta de Empleo del Tiempo (EET) del INE a la que hace referencia la OCDE en su comparativa de países de 2018 cataloga las **actividades de la vida diaria que se realizan en el tiempo disponible** en cinco (ver **Figura 10**): (i) trabajo voluntario y reuniones; (ii) vida social y diversión; (iii) deportes y actividades al aire libre; (iv) aficiones e informática; y (v) medios de comunicación.

A cualquiera de ellas, las mujeres dedican menos tiempo cada día, en promedio, que los hombres (**Figura 8**). Por orden de desigualdad, aficiones e informática agrupa el contenido de actividades que mayor diferencia de dedicación concentra (27' al día), seguido de deportes y aficiones al aire libre (23'), trabajo voluntario y reuniones (19') y medios de comunicación (17'). La actividad con menor desigualdad de dedicación entre sexos se corresponde con vida social, donde la distancia se reduce a 11' diarios.

Figura 10. Contenidos del tiempo libre y diferencia en el tiempo medio dedicado entre hombres y mujeres (M-H; minutos)

Fuente: Afi, a partir de OCDE.Stat y última Encuesta de Empleo del Tiempo del INE



La **Figura 8** y la **Figura 10** describen la duración media diaria de todas las actividades realizadas por un hombre y una mujer promedio en España (**Figura 8**), y actividades de ocio (**Figura 10**), respectivamente. Estas figuras reflejan **diferencias en la duración media (minutos) de la dedicación de hombres y mujeres a estas actividades.**

Por su parte, la **Figura 11** presenta tanto la cantidad de horas dedicadas por el total de la población, hombres y mujeres, a las diferentes actividades de ocio en un día promedio, como el número total de personas, y su distinción por sexo, que declaran dedicar tiempo a dichas actividades⁴. En total, las mujeres disponen de 11,1 millones de horas diarias menos que los hombres dedicadas a actividades de ocio, o lo que es lo mismo, 4.064 millones de horas menos al año, equivalente a todas las horas trabajadas en la industria manufacturera en el año 2018 en España.

Dado que el tiempo es finito, para que las mujeres puedan disponer del mis-

mo número de horas susceptibles de ser dedicadas a actividades de ocio que los hombres, esto es, disponer de más tiempo libre, habrían de reducir su dedicación a otro tipo de actividades de la vida diaria. En el informe de brecha de género de conciliación se puso de manifiesto que las mujeres dedican 49,5 millones de horas más al día que los hombres a tareas del hogar y cuidados de familiares, siendo esta la única actividad a la que dedican, de forma diferencial, mayor tiempo que los hombres.

El menor tiempo disponible de ocio que disfrutaban las mujeres (11,1 millones de horas al día) equivale al 22% de esas 49,5 millones de horas que las mujeres dedican a conciliar cada día. **Liberar parte de estas últimas horas puede realizarse de varias formas, no excluyentes:** por un lado, con un aumento de la dedicación diaria de los hombres en el ejercicio de una **mayor corresponsabilidad**; por otro, **externalizando estos servicios de cuidados y tareas domésticas, cuyo valor económico asciende a unos 23.190 millones de euros anuales, equivalente al 2,0% del PIB.**



⁴ La explicación de los cálculos realizados se desarrolla en el anexo metodológico.

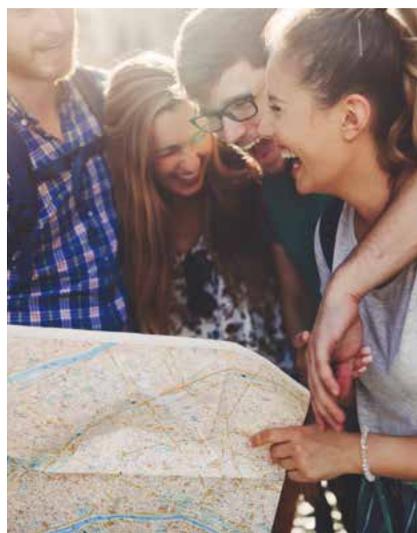
2.2.1

Detalle por dimensión de ocio



Las mayores desigualdades en tiempo dedicado entre hombres y mujeres se identifican, por un lado, en el trabajo voluntario y reuniones, donde las mujeres, en conjunto, dedican más horas que ellos.

El tiempo total dedicado por toda la población a las actividades relacionadas con medios de comunicación (TV, lectura y radio) concentra más de 100 millones de horas al día, más del doble que el segundo grupo de actividades de ocio (vida social, diversión y cultura y ocio pasivo, que abarcan 41 millones de horas al día). Los medios de comunicación son, además, la actividad de ocio diaria que realiza un mayor número de personas, con cerca de 35 millones de personas dedicando tiempo cada día⁵, mientras que en las actividades de vida social y diversión participan más de 22 millones de personas cada día.



Le siguen en tercera posición y con cierta distancia las actividades deportivas y al aire libre, en las que se observan importantes desigualdades entre hombres y mujeres: mientras que ellos dedican en conjunto 17 millones de horas al día; ellas lo hacen en 12,5 millones, un 30% menos (ratio mujer/hombre -en adelante ratio M/H- de 0,7). En total, hay 16 millones de personas que realizan actividades deportivas de forma diaria.

Artes, aficiones, juegos e informática es la categoría de ocio que se encuentra en cuarta posición, concentrando casi 19 millones de horas al día. En esta categoría de ocio, por cada hora dedicada por los hombres, las mujeres dedican media hora (ratio 0,5). Estas actividades son realizadas por algo más de 10 millones de personas de forma diaria.

El voluntariado en organizaciones, las actividades participativas y las ayudas informales a otros hogares (subcategorías de la dimensión de “trabajo volun-

tario y reuniones”) apenas concentran 10 millones de horas al día de dedicación total por parte de los hombres y las mujeres en España. Sin embargo, las mujeres dedican un 50% más de horas que los hombres a estas actividades, a las que cerca de 5 millones de personas dedican tiempo con regularidad.

En conclusión, las mayores desigualdades en tiempo dedicado entre hombres y mujeres se identifican, por un lado, en el trabajo voluntario y reuniones, donde las mujeres, en conjunto, dedican más horas que ellos, especialmente en ayudas informales a otros hogares y actividades participativas (ratio M/H 1,5 y 1,4 respectivamente) y por otro lado, en deportes y actividades al aire libre (ratio M/H 0,7) y en aficiones e informática (ratio M/H 0,5), a lo que los hombres dedican más horas que ellas. La mayor igualdad en términos de horas dedicadas (representada por un ratio M/H 1,0) se identifica en las actividades de vida social y diversión y medios de comunicación.



5. La figura 11 aporta información del total de personas que realizan actividades de ocio por cada actividad realizada. Para obtener los agregados por categoría no se puede realizar la suma de cada actividad, pues se estarían tomando en cuenta personas que realizan múltiples actividades de forma diaria. Los agregados generales son obtenidos de la información que aporta el INE en la EET.

Figura 11. Cantidad total de tiempo dedicado por hombres y mujeres a las distintas dimensiones del tiempo libre u ocio (miles de horas diarias) y cantidad total de personas que realizan las actividades (miles de personas)

Afi, a partir de OCDE.Stat y última Encuesta de Empleo del Tiempo del INE

	Ranking	Miles de horas	H (miles de horas)	M (miles de horas)	Ratio dedicación M/H	Miles de personas	H (miles de personas)	M (miles de personas)	Ratio dedicación M/H
TV	1	94.519	47.752	46.767	1,0	33.419	16.242	17.177	1,1
EJERCICIO FÍSICO	2	29.037	16.641	12.396	0,7	15.758	8.212	7.546	0,9
VIDA SOCIAL	3	26.875	13.493	13.382	1,0	17.220	7.999	9.222	1,2
INFORMÁTICA	4	11.025	7.125	3.900	0,5	7.189	4.250	2.940	0,7
LECTURA	5	10.838	5.580	5.258	0,9	8.739	4.261	4.478	1,1
OCIO PASIVO	6	10.650	5.133	5.516	1,1	8.853	4.264	4.589	1,1
AYUDAS INFORMALES A OTROS HOGARES	7	6.401	2.596	3.805	1,5	3.027	1.171	1.856	1,6
JUEGOS	8	6.132	4.234	1.898	0,4	3.165	2.078	1.087	0,5
DIVERSIÓN Y CULTURA	9	3.538	1.936	1.601	0,8	1.649	894	755	0,8
ACTIVIDADES PARTICIPATIVAS	10	3.023	1.270	1.754	1,4	2.142	740	1.403	1,9
RADIO	11	2.396	1.546	850	0,5	2.068	1.261	807	0,6
ARTES Y AFICIONES	12	1.799	1.102	697	0,6	1.012	610	402	0,7
VOLUNTARIO EN ORGANIZACIONES	13	714	369	345	0,9	273	144	129	0,9
EJERCICIO PRODUCTIVO	14	415	415	-	-	123	123	-	-
ACTIVIDADES RELACIONADAS CON DEPORTES	15	195	129	65	0,5	418	267	151	0,6
TOTAL	15	207.556	109.322	98.234	0,9				
Diferencia M-H				-11.088					

Nota: el ranking está ordenado de mayor a menor tiempo dedicado por el total de la población (hombres+mujeres) a las diferentes actividades. Un ratio de dedicación superior a 1,0 representa que las mujeres dedican más tiempo a la actividad en cuestión que los hombres mientras que un ratio menor que 1,0 significa que los hombres dedican más tiempo a esa actividad. Un valor (-) significa que no existen observaciones suficientes para esa dimensión

Trabajo voluntario y reuniones

El trabajo voluntario y las reuniones en España son actividades realizadas por una proporción de población muy reducida (1,9 millones de hombres y casi 3,3 millones de mujeres). Aun así, el conjunto de **las mujeres en España dedican cerca de 2 millones de horas más al día que los hombres** a este tipo de actividades.

Atendiendo a las diferentes actividades de trabajo voluntario y reuniones, por cada hombre que dedica tiempo de

forma diaria a “ayudas informales a otros hogares” hay 1,6 mujeres haciéndolo. A este tipo de trabajo voluntario se dedican un total de 6,4 millones de horas diarias, siendo la actividad que presenta la mayor desigualdad en términos de horas dedicadas entre hombres y mujeres dado que ellas dedican al día 1,2 millones de horas más que ellos, con un ratio de 1,5 en esta dimensión del ocio. Es decir; las mujeres en España dedican un 50% más de tiempo que los hombres a estas actividades cada día.

Figura 12. Población total de hombres y mujeres que dedican tiempo a trabajo voluntario y reuniones (miles de personas) y tiempo total dedicado al día a estas actividades (miles de horas)

Fuente: Afi, a partir de OCDE.Stat y última Encuesta de Empleo del Tiempo del INE

	Cantidad de personas que dedican tiempo (miles de personas)				Tiempo total dedicado al día (miles de horas)			
	H	M	Dif M-H	Ratio M/H	H	M	Dif M-H	Ratio M/H
VOLUNTARIADO EN ORGANIZACIONES	144	129	-14	0,9	369	345	-24	0,9
AYUDAS INFORMALES A OTROS HOGARES	1.171	1.856	685	1,6	2.596	3.805	1.209	1,5
ACTIVIDADES PARTICIPATIVAS	740	1.403	663	1,9	1.270	1.754	484	1,4

Si nos fijamos en la subcategoría de “**actividades participativas**”, además de una mayor participación -por cada hombre que dedica tiempo a **actividades participativas** hay casi dos mujeres (ratio M/H es de 1,9)- el número total de horas que el conjunto de las mujeres españolas dedican a este tipo de actividades excede en cerca de medio millón al día las dedicadas por el conjunto de los hombres. Mientras tanto, en la dimensión de trabajo voluntario y reuniones, la mayor igualdad, tanto en términos de cantidad de personas como de horas dedicadas la registran las actividades de “**voluntariado en organizaciones**”, con un ratio M/H de 0,9 en ambos aspectos (recordemos que la igualdad viene representada por un ratio entre mujeres y hombres de 1,0).

Son varios los estudios que ayudan a entender las diferencias encontradas en el análisis previo de la Encuesta de Empleo del Tiempo. La Coordinadora estatal de ONGD, en su documento



“Perfil de voluntarios 2018”, identifica que, en el caso del trabajo voluntario en ONG, por cada hombre voluntario hay 2 mujeres voluntarias en el sector (un 35,3% de hombres frente al 64,7% de mujeres, dejando un ratio M/H de 2,0).

Además, este estudio señala que, en términos de participación, las ONG de propósito social muestran mayor equidad de género (ratio M/H 1,0), seguidas por las de protección animal (ratio M/H 0,8). Las de ámbito educativo muestran mayor participación de mujeres (2,7 mujeres por cada hombre voluntario) junto a la categoría denominada “otros” (ratio M/H 2,5), y en menor medida ocio y tiempo libre (ratio M/H 1,4), sociosanitario (ratio M/H 1,3) y comunitario (ratio M/H 1,2). Los ámbitos más masculinizados son el deportivo y el de protección civil (donde por cada 10 hombres, hay 2 mujeres) y en menor medida, el cultural, ambiental y cooperación al desarrollo (ratio M/H 0,5). Otros estudios, como el de “La acción voluntaria en 2018”⁶ indaga en las razones motivadoras del ejercicio del voluntariado para hombres y mujeres, que resultan ser distintas: atendiendo a la literalidad de

las respuestas, mientras que para los hombres es importante que la causa que defiende la ONG resulte atractiva, para las mujeres lo es recibir información concreta sobre tareas, “poder ir de vez en cuando” y que la colaboración la pida una persona amiga o familiar ya voluntaria o usuaria de una ONG.

La diferente participación según actividades se ve también reflejada en el estudio realizado por la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD), BBVA y la Comisión Nacional de Cooperación con la UNESCO, sobre las Asociaciones de Madres y Padres (AMPAS)⁷ en el sistema escolar español, ilustrando el sesgo arriba señalado sobre la feminización del ámbito educativo. En este estudio encuentran que, de cada 10 personas que deciden integrarse en la directiva de un AMPA, ocho son madres.

Las actividades de voluntariado tienen una serie de externalidades positivas de carácter cualitativo (generación de tejido social, redes informales de ayuda, complemento a la acción social del Estado de bienestar, etc.), estas son difíciles de cuantificar monetariamente.



2.2.2

Vida social y diversión

Vida social

Cuando no estamos viendo la televisión o haciendo deporte, estamos disfrutando de nuestra vida social, a la que más de **17 millones de personas** dedican el 14% del tiempo libre diario (H: 15%; M: 13%). Esta opción de ocio, que en términos de tiempo libre ocupa la tercera posición como se reflejó en la **Figura 11**, concentra casi **27 millones de horas al día**.



Figura 13. Población total de hombres y mujeres que dedican tiempo a actividades de vida social y diversión (miles de personas) y tiempo total dedicado al día a estas actividades (miles de horas)

Fuente: Afi, a partir de OCDE.Stat y última Encuesta de Empleo del Tiempo del INE

	Cantidad de personas que dedican tiempo (miles de personas)				Tiempo total dedicado al día (miles de horas)			
	H	M	Dif M-H	Ratio M/H	H	M	Dif M-H	Ratio M/H
VIDA SOCIAL	7.999	9.222	1.223	1,2	13.493	13.382	-111	1,0
DIVERSIÓN Y CULTURA	894	755	-138	0,8	1.936	1.601	-335	0,8
OCIO PASIVO	4.264	4.589	325	1,1	5.133	5.516	383	1,1

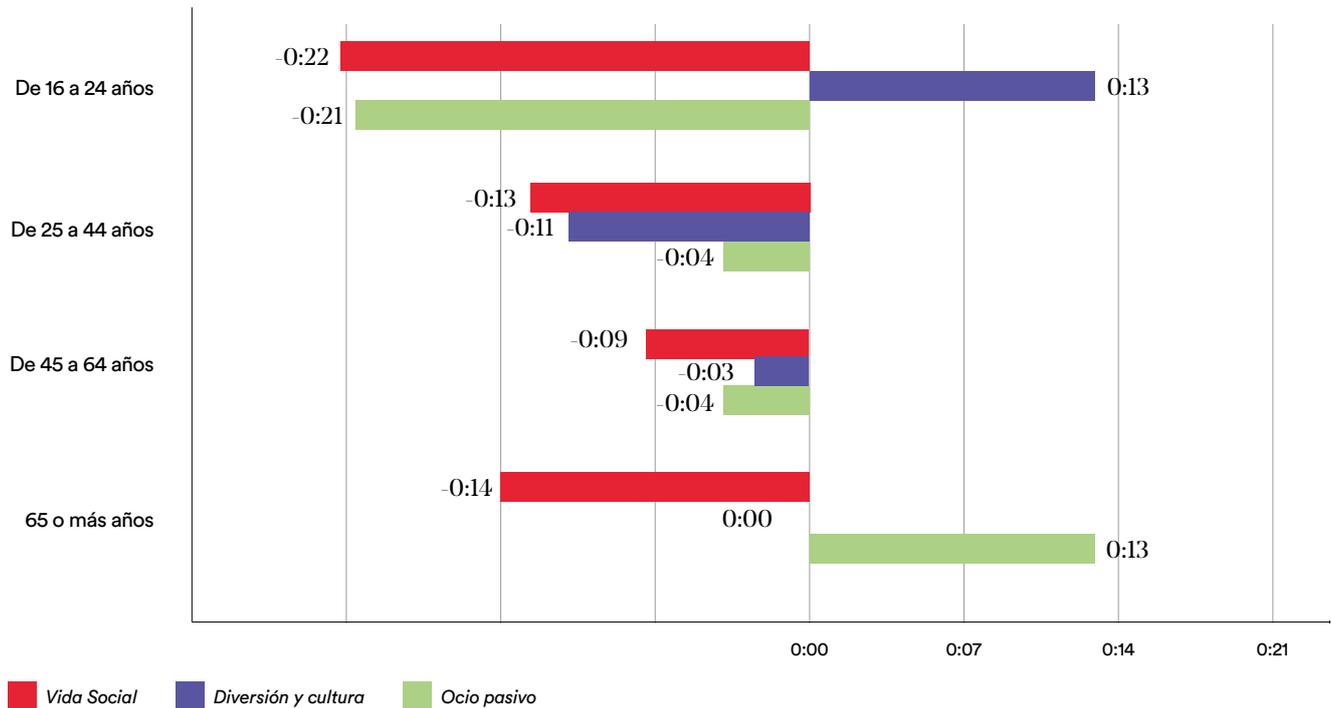
La rúbrica de **vida social** comprende **actividades que implican una relación con los demás**, tales como el tiempo dedicado a la familia, a visitar y recibir visitas, a fiestas y celebraciones en lugares habilitados para ello (como pueden ser establecimientos de restauración) o a conversaciones telefónicas, entre otras. Por cada hombre dedicando tiempo a esta actividad hay 1,2 mujeres. No obstante, en términos de cantidad de tiempo dedicado, no se observan diferencias entre sexos (ratio M/H 1,0).

Atendiendo a las diferencias de tiempo por grupos de edad, los hombres de todas las edades dedican más tiempo que las mujeres a la vida social, siendo más intensa esta diferencia de género en las edades más tempranas. En particular, **los hombres con edades comprendidas entre los 16 y 24 años dedican 22' más al día a la vida social que las mujeres con la misma edad**.



Figura 14. Diferencia de la duración media diaria (DMD) en vida social y diversión por grupo de edad (diferencia M-H; hh:mm)

Afi, a partir de OCDE.Stat y última Encuesta de Empleo del Tiempo del INE



Para cuantificar el impacto económico que supone la brecha de género en la vida social, constatada mediante la diferencia en el tiempo dedicado a esta actividad de ocio, analizamos el **diferente gasto en restauración** que realizan los hogares españoles, lugares que juegan un papel fundamental en el desarrollo de las relaciones sociales en España, según el sexo de los miembros del hogar.

Para esto utilizamos la información de la última Encuesta de Presupuestos Familiares (EPF) del INE, referente al año 2017. Esta encuesta aporta datos anuales sobre los gastos de las familias españolas en diferentes partidas⁹, así como múltiples características de sus miembros (generalmente, tienen que ver con el cabeza de familia y se refieren al sexo, el nivel educativo, la contribución a los ingresos del hogar, etc.) y del hogar (como, por ejemplo, el número de miembros que lo constituyen, el lugar de residencia, la tipología de hogar, etc.).

Para analizar si existen diferencias en el gasto en ocio entre hombres y mujeres sería necesario contar con información estadística a nivel individual. Sin embargo, esta encuesta, como casi todas

las estadísticas públicas disponibles que tratan de recoger el gasto, adopta como unidad de medida el hogar y no el individuo. Dada esta circunstancia, nos centramos en analizar si existen diferencias de comportamiento en la distribución de los gastos en hogares en los que la única diferencia es el sexo del sustentador principal.

El título de sustentador principal se corresponde con aquellos miembros de 16 o más años cuya aportación económica (periódica, no ocasional) al presupuesto familiar se destina a atender los gastos del hogar en mayor grado que las aportaciones de cada uno de los miembros restantes.

En este sentido, es necesario destacar que realizar el análisis basándonos en las características del cabeza de familia y del hogar en su conjunto puede no reflejar fielmente la realidad del comportamiento de cada uno de sus miembros en cuanto al gasto que realizan. Ahora bien, el cabeza de familia y sus características socioeconómicas suelen condicionar el comportamiento del hogar y, en particular, la magnitud y distribución del gasto que realiza, siendo una hipótesis comúnmente aceptada en la literatura científica.

9. La Encuesta de Presupuestos Familiares se construye con información de unos 24.000 hogares representativos de la población española y ofrece detalle de partidas de gasto según la nueva clasificación europea de consumo, denominada ECOICOP (European Classification of Individual Consumption by Purpose). Esta clasificación, además de ofrecer un mayor desglose de algunas de las parcelas de gasto, permite la comparabilidad con otras estadísticas, como el Índice de Precios de Consumo (IPC).



De acuerdo con la Encuesta de presupuestos familiares de 2017, en España había unos 18,5 millones de hogares, de los cuales un 66,4% está encabezado por un hombre.

Téngase en cuenta también que es más preciso analizar el gasto en ocio por partidas y no de forma agregada. Así lo corrobora la literatura científica consultada (Alday y Ara, 2012) y la propia explotación de los microdatos de la EPF. Por ejemplo, la agregación de las partidas de gasto en ocio que se desagregan en este informe arroja un gasto medio por hora de apenas 0,5 €. Esta cifra está reflejando que muchas de las actividades de ocio no requieren de un gasto continuo para su realización. Por ejemplo, salir a correr requiere de la compra de ropa deportiva que se realiza en un momento y no todas y cada una de las veces que se sale a correr. Ver la tele, escuchar la radio o pasear son otros ejemplos claros de por qué el enfoque por la vía del gasto total en ocio no es adecuado, ya que podría estar infraestimando la contrapartida económica asociada a esta actividad.

De acuerdo con la EPF de 2017, en España había unos 18,5 millones de hogares, de los cuales un 66,4% está encabezado por un hombre, frente al 33,6% de hogares en los que una mujer sostiene este papel.

El gasto total de los hogares españoles en este mismo año fue de 540.347 millones de euros, de los cuales el 70,5% se produjo en hogares encabezados por hombres y el 29,5% en hogares encabezados por mujeres.

El gasto en establecimientos de hostelería, que es el que nos atañe en esta ocasión, representó el 7,9% del gasto total, lo que supuso unos 42.800 millones de euros. De este gasto, un 74,4% fue realizado por ho-

gares en los que el sustentador principal era un hombre, mientras que el 25,6% restante lo realizaron hogares encabezados por una mujer. Nótese la primera diferencia de género que se desprende de este análisis. La distribución por sexo del gasto anual en bares y restaurantes está más sesgada hacia los hogares encabezados por hombres que la propia distribución del número de hogares o del gasto total.

Una evidencia que constata una cierta brecha de género en restauración. Efectivamente, el gasto medio anual por hogar ascendió a 2.591 euros en los hogares encabezados por hombres durante el 2017, frente a los 1.760 euros de los hogares encabezados por mujeres, lo que supuso una **diferencia de 831 euros al año**. No obstante, de este análisis descriptivo **no se puede afirmar que dicha diferencia esté condicionada exclusivamente por el sexo del sustentador principal.**



Figura 15. Gasto anual en restauración de los hogares según el sexo del cabeza de familia, 2017

Fuente: Afí, a partir de EPF del INE

	Total	Hombres	Mujeres	Diferencia H-M
Total (millones de euros)	42.084	31.858	10.946	20.912
% sobre gasto total	7,9%	5,9%	2,0%	
% sobre gasto total en restauración	100%	74,4%	25,6%	
Media por hogar (euros)	2.312	2.591	1.760	831

Para analizar en qué medida el sexo del cabeza del hogar explica estas diferencias de gasto anual en restauración, es preciso realizar un ejercicio econométrico¹⁰ que aísle la característica de género del resto de determinantes de este gasto, como es el nivel de renta del hogar, la edad del cabeza de familia y del resto de sus miembros, el nivel de estudios completado por el cabeza del hogar y su situación de actividad (si está ocupado, parado o inactivo), el tipo de hogar (si está constituido por pareja con o sin hijos, si es unipersonal o monoparental) o, incluso, el tamaño del municipio de residencia.

De acuerdo con los resultados, el gasto anual en restauración es mayor cuando el cabeza de familia está ocupado y tiene estudios superiores. Igualmente, crece cuando lo hace la edad (incluso del resto de miembros del hogar) y el nivel de renta. En lo que respecta al

sexo, los resultados evidencian que, efectivamente, existe una brecha de género en el gasto en restauración, o lo que es lo mismo, una vez se controla por todos los determinantes del gasto, el hecho de ser hombre o mujer también explica las diferencias de gasto en restauración. Cuando el cabeza del hogar es un hombre, este gasto es, en media 330,2 euros más alto al año que cuando es una mujer.

Si los hogares encabezados por mujeres aumentaran su gasto en restauración en esta cuantía, el gasto anual se elevaría en otros 2.054 millones de euros. Esta cifra representa el 4,8% del total del gasto realizado en restauración por los 6,2 millones de hogares encabezados por mujeres en 2017. A modo de comparación, esta cifra es equivalente al 0,2% del PIB o al 0,8% del VAB del sector del comercio, el transporte y la hostelería en su conjunto.



¹⁰ Metodología detallada en el anexo

Figura 16. Estimación de impacto económico de la brecha de género en gasto en restauración, 2017

Fuente: Afí, a partir de EPF del INE



El menor consumo en restauración de los hogares encabezados por mujeres tiene un efecto directo en su bienestar y en el del conjunto de la economía, cifrado en 2.260 millones de euros en términos de Valor Añadido Bruto (VAB), lo que representa el 0,2% del PIB de 2018. En términos laborales, esta menor actividad económica se traduce en unas 34.818 personas, lo que representa el 0,2% del total del empleo.

El efecto directo sobre la economía representa casi la mitad del impacto total, tanto en términos de VAB como de empleo, mientras que los efectos indirectos apenas tienen efecto sobre la actividad económica.



Tabla 2. Estimación del impacto socio-económico de la brecha de género en gasto en restauración en España, 2018

Fuente: Afi, a partir de Encuesta de Presupuestos Familiares (2017), Tablas Input-Output del INE (2015), Contabilidad Nacional de España y Encuesta de Población Activa (INE, 2018)

El impacto económico de la brecha de género en restauración en España, 2018

Impacto	VAB (millones de €)	% del total del PIB de España	Empleo (personas)	% del total del empleo de España
Directo	1.122	0,1%	17.046	0,1%
Indirecto	547	0,0%	7.792	0,0%
Inducido	591	0,0%	9.980	0,1%
Total	2.260	0,2%	34.818	0,2%

El menor consumo también repercute en la **recaudación fiscal**. Considerando un tipo efectivo medio del IRPF del 10,8% y una cotización media del 28,8%¹¹, la Agencia Tributaria ingresaría por el mayor consumo en restauración de los hogares encabezados por mujeres una cantidad de 893 millones de euros. Con un tipo efectivo medio de impuestos a la producción (IVA) del 10,5%, **la recaudación podría aumentarse en unos 237 millones de euros.**

Diversión y cultura

Diversión y cultura comprende actividades tales como ir al cine, teatro, conciertos, exposiciones de arte y museos, bibliotecas y espectáculos deportivos. A esta clasificación, en novena posición en el ranking de dedicación de tiempo por actividad de ocio, más de 1,6 millones de personas dedican 3,5 millones de horas al día, de las que los hombres representan el 54,7%. Por grupo de edad, las muje-

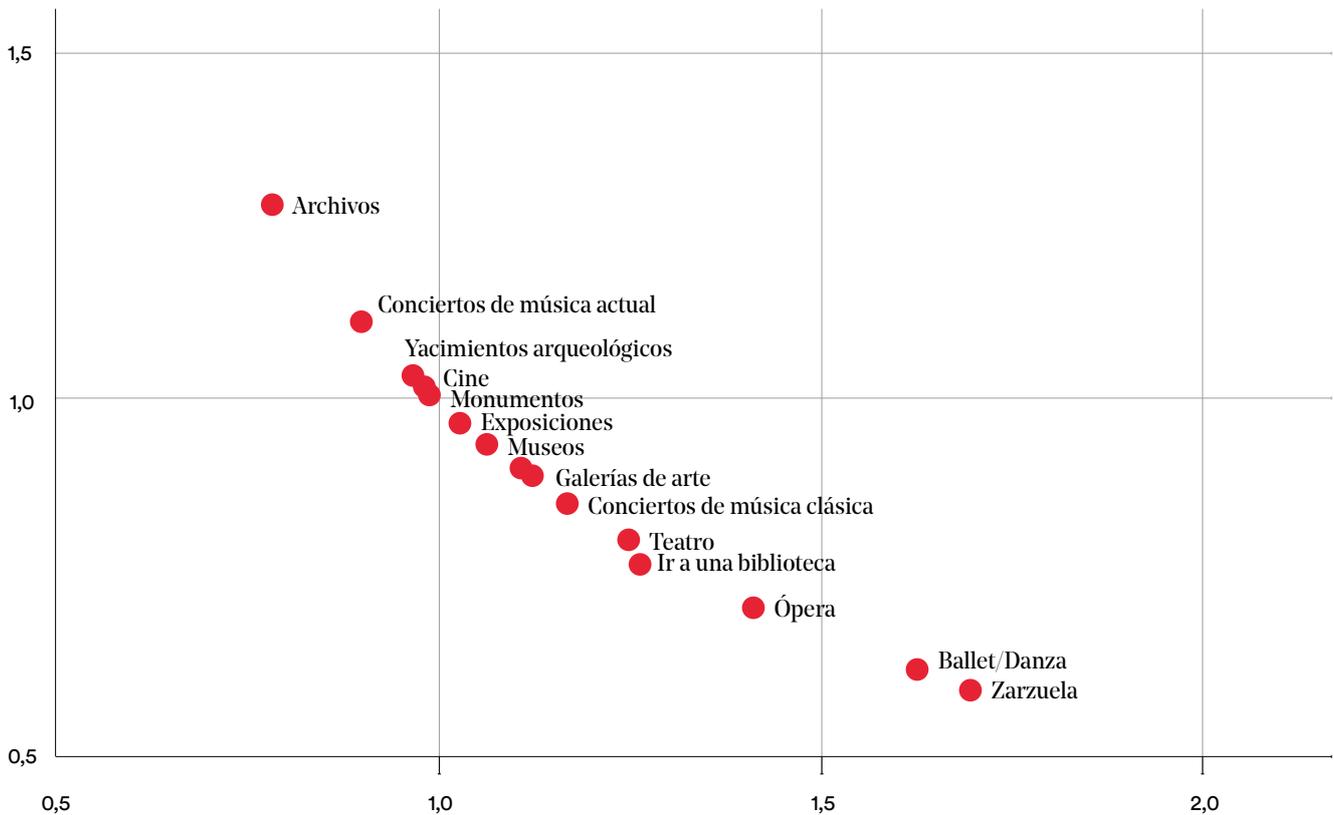
res más jóvenes dedican de media 13 minutos más al día que los hombres, diferencia que se invierte en edades adultas, y desaparece en edades superiores a 65 años.



¹¹ Cuentas de los hogares de la Economía Española, Contabilidad Nacional 2018.

Figura 17. Ratio de las personas que realizaron actividades culturales en el último año por ámbito cultural (eje X M/H; eje Y H/M)

Fuente: Afi, a partir de Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España (2014-2015). Ministerio de Cultura y Deporte.



Mientras que las mujeres realizan en mayor proporción actividades culturales relacionadas con la danza, la música clásica, el teatro e ir a una biblioteca, los hombres frecuentan en mayor proporción los conciertos de música actual y las visitas a los archivos de documentos (como el Archivo Histórico Nacional o el Centro Documental de la Memoria Histórica). Por el contrario, **el cine y la visita de monumentos, exposiciones y museos es más igualitaria entre hombres y mujeres.**

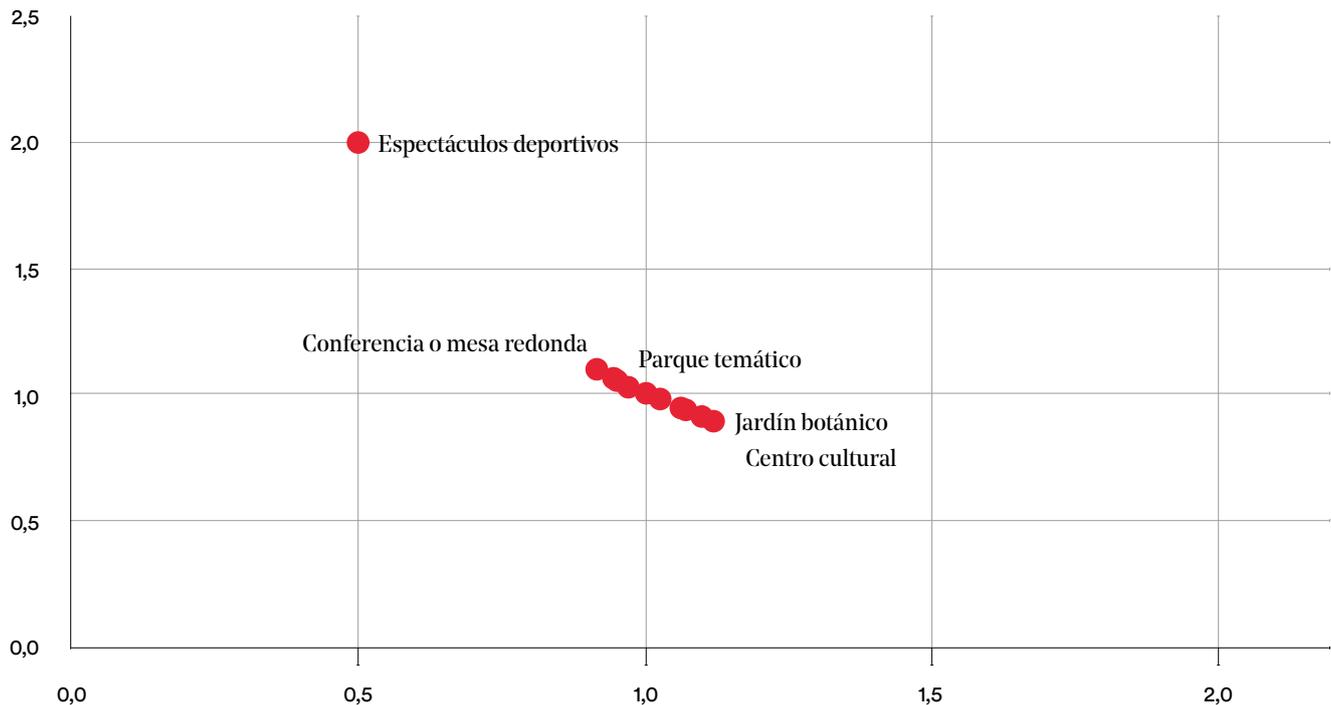
La asistencia a espectáculos deportivos¹² es menor en el caso de las mujeres que en los hombres (H: 46,5%; M: 28,2%; ratio H/M: 1,6, lo que quiere decir que por cada mujer que asiste a un espectáculo deportivo hay 1,6 hombres). Prueba de ello es que solo el 22% de los socios de clubes de fútbol de primera división sean mujeres¹³. Sin embargo, cuando se trata de ver un espectáculo deportivo en algún medio audiovisual, la diferencia de género es menor (H: 89,9%; M: 69,6%; ratio H/M: 1,3). La falta de interés es el principal motivo declarado tanto por mujeres (39,1%) como por hombres (23,2%), aunque con distintos grados de intensidad, para no asistir o no ir a más espectáculos deportivos de los que ya van.



¹² De acuerdo con la Encuesta de Hábitos Deportivos en España del Ministerio de Cultura y Deporte (2015).
¹³ Ver noticia: https://as.com/futbol/2018/03/07/primera/1520461078_428473.html

Figura 18. Ratio de las personas que asistieron en el último año a otras actividades culturales o relacionadas con el ocio (eje X M/H; eje Y H/M)

Fuente: Afi, a partir de Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España (2014-2015). Ministerio de Cultura y Deporte.



Al igual que hicimos para la brecha de género en vida social, tratamos de cuantificar el impacto económico que supone la desigualdad en actividades culturales y asistencia a eventos deportivos, realizando en primer lugar un análisis descriptivo del gasto realizado por los hogares en estas partidas para posteriormente realizar un análisis con la misma metodología econométrica que la descrita con anterioridad¹⁴.

En primer lugar, el análisis descriptivo revela que el gasto en actividades culturales y asistencia a eventos deportivos representó el 0,5% del gasto total de los hogares en 2017, lo que supuso unos 2.655 millones de euros, que se repartió a razón de un 70,2% y 29,8% entre los hogares en los que el sustentador principal es hombre y mujer, respectivamente. **El gasto medio anual en estas partidas es de 143 euros al año por hogar, siendo**

152 euros al año en los hogares encabezados por hombres y de 127 euros en los hogares encabezados por mujeres, dejando una diferencia de 24 euros. No obstante, al igual que se mencionó en la brecha en vida social, el análisis descriptivo no es suficiente para afirmar que estas diferencias estén condicionadas por el sexo del cabeza de familia. Para ello realizamos el análisis del modelo econométrico.

Figura 19. Gasto anual en actividades culturales y asistencia a eventos deportivos de los hogares según el sexo del cabeza de familia, 2017

Fuente: Afi, a partir de EPF del INE

	Total	Hombres	Mujeres	Diferencia H-M
Total (millones de euros)	2.655	1.864	792	1.072
% sobre gasto total	0,5%	0,3%	0,1%	
% sobre gasto total en restauración	100%	70,2%	29,8%	
Media por hogar (euros)	143	152	127	24

¹⁴ Metodología detallada en el anexo.

Sin embargo, el análisis¹⁵ realizado revela que esta diferencia no es significativamente diferente entre sexos cuando se controla por otros determinantes socioeconómicos del gasto. Por lo tanto, **no podemos afirmar que el sexo del sustentador principal sea la variable que explica la diferencia en el gasto de los hogares en actividades culturales y asistencia a eventos deportivos**. Existen otras variables determinantes del gasto en estas partidas, ya identificadas en el análisis descriptivo de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España de 2015 del Ministerio de Cultura y Deporte, entre las que se encuentran las siguientes:

- El nivel educativo alto del cabeza de familia, que puede estar relacionado con una mayor inquietud cultural.
- La renta del hogar, ya que a mayor cantidad de recursos económicos, mayor es el gasto en este tipo de actividades de ocio.
- La residencia en municipios de más de 50.000 habitantes, lo que manifiesta una cierta barrera de acceso a la oferta cultural y deportiva que suele concentrarse, generalmente, en los municipios más poblados.
- El número de miembros con edades comprendidas entre los 16 y 34 años, que puede estar evidenciando la realización de este tipo de actividades con mayor prevalencia entre el colectivo joven.

La ausencia de brecha en el gasto de los hogares contrasta con las identificadas en el tiempo y en el número de personas que realizan este tipo de ocio, pudiendo ser reflejo de la limitación estadística comentada con anterioridad.

Ocio pasivo

El **ocio pasivo**, que según el INE consiste en “no hacer nada, permanecer sentado, reflexionar, relajarse, descansar, esperar, meditar”, entre otras actividades, es realizado por más de 8,8 millones de personas al día, superando los 10,6 millones de horas diarias, situándolo en sexta posición en el ranquin de actividades de ocio y tiempo libre (**Figura 12**).

Atendiendo a la diferencia por grupo de edad, Los hombres dedican más tiempo durante las diferentes etapas de la vida y con mayor intensidad en la juventud, invirtiéndose la relación en el grupo de ≥ 65 años, donde son ellas las que dedican 13' más (**Figura 15**).

Deportes y actividades al aire libre

El **deporte es la segunda opción de ocio elegida por hombres y mujeres en España en términos de tiempo de dedicación** (después de ver la televisión), y la tercera en número de personas (tras televisión y vida social). Así, cerca de 15,8 millones de personas practican ejercicio físico de forma diaria, dejando un tiempo total dedicado de más de 29 millones de horas al día.

Figura 20. Población total de hombres y mujeres que dedican tiempo a practicar deporte y actividades al aire libre (miles de personas) y tiempo total dedicado al día a estas actividades (miles de horas)

Fuente: Afi, a partir de OCDE.Stat y última Encuesta de Empleo del Tiempo del INE

	Cantidad de personas que dedican tiempo (miles de personas)				Tiempo total dedicado al día (miles de horas)			
	H	M	Dif M-H	Ratio M/H	H	M	Dif M-H	Ratio M/H
EJERCICIO FÍSICO	8.212	7.546	-666	0,9	16.641	12.396	-4.245	0,7
EJERCICIO PRODUCTIVO	123	.	.	.	415	.	.	.
ACTIVIDADES RELACIONADAS	267	151	-116	0,6	129	65	-64	0,5

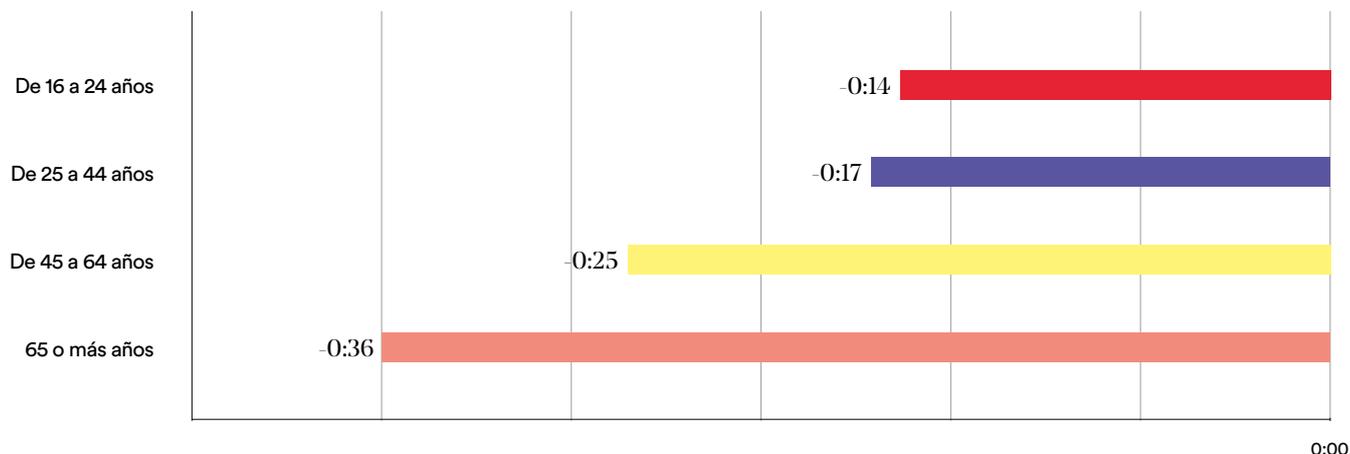
En términos de participación, la diferencia entre sexos no es muy pronunciada: por cada hombre practicando deporte hay 0,9 mujeres haciéndolo. No obstante, **el ejercicio físico registra diferencias muy importantes en dedicación, con más de 4 millones de horas al día de práctica deportiva de los hombres superior a la de las mujeres**.

Caza y pesca solo registra dedicación masculina, mientras que las actividades relacionadas con el deporte (preparar el equipamiento deportivo, cambiarse de ropa en el centro deportivo, etc.) si bien no representan mucha dedicación, sí muestran diferencias muy notables entre hombres y mujeres.

¹⁵ Ver resultados en el anexo.

Figura 21. Diferencia de la duración media diaria (DMD) en deportes y actividades al aire libre por grupo de edad (diferencia M-H; hh:mm)

Fuente: Afi, a partir de OCDE.Stat y última Encuesta de Empleo del Tiempo del INE



De acuerdo con la Encuesta de Hábitos Deportivos en España del Ministerio de Cultura y Deporte¹⁶, la proporción de mujeres que practicaron deporte en el año de referencia es 12,3 puntos inferior a la de los hombres, y 8,3 puntos menos de cuando lo practicaron de forma semanal¹⁷.

Por el contrario, las mujeres suelen andar o pasear al menos diez minutos seguidos con el propósito de mantener o mejorar su forma física con mayor frecuencia que los hombres, concretamente 7 puntos más que ellos. Además, el 19,2% de las mujeres se encuentran abonadas a un gimnasio, frente al 16,0% de los hombres.

Los deportes más practicados por los hombres son el ciclismo (el 47,1% de los que practicaron deporte en el úl-

timo año hicieron ciclismo), natación (36,3%), fútbol 11 y 7 (35,8%), carrera a pie (33,4%) y senderismo y montañismo (32,1%). Entre las mujeres, los deportes que más se practican son la gimnasia suave (46,0%), natación (41,2%), gimnasia intensa (36,3%), senderismo y montañismo (31,6%) y ciclismo (28,5%).

Las mayores diferencias de participación en función del sexo¹⁸ se encuentran en la caza (ratio H/M: 8,0), fútbol sala (7,1), motociclismo (6,5), fútbol 11 y 7 (5,7), pesca (4,6) y automovilismo (3,3), donde la participación masculina es predominante. Por el contrario, la participación de las mujeres es muy superior a la de los hombres en disciplinas físicas con música (4,9) y en gimnasia suave (3,2).

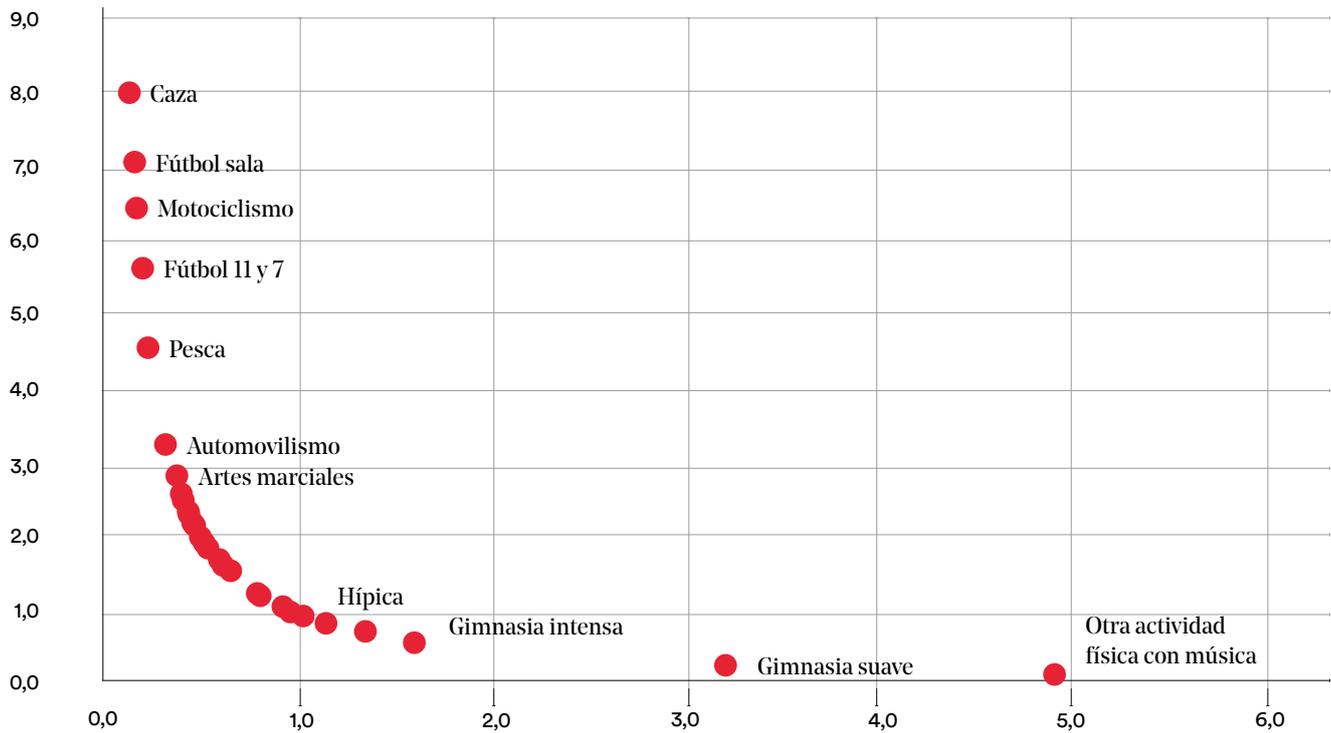
16. Los datos de 2015 son los últimos disponibles.

17. De acuerdo con esta encuesta, el 59,8% de los hombres practicaron deporte en el último año (el 50,4% de forma semanal) frente al 47,5% de mujeres (el 42,1% de forma semanal).

18. Aquellos en los que el ratio de participación entre hombres y mujeres supera los tres puntos, es decir, que la proporción de hombres sobre la de mujeres es más del triple.

Figura 22. Ratio de la distribución de la participación deportiva por sexo según tipo de actividad (eje X M/H; eje Y H/M)

Fuente: Afi, a partir de Encuesta de Hábitos Deportivos en España 2015 (Ministerio de Cultura y Deporte)



Las motivaciones de practicar deporte son comunes para hombres y mujeres: estar en forma, divertirse y entretenerse, cuidar la salud y relajarse. Igual ocurre con los motivos para no practicarlo: falta de tiempo, de interés, salud y edad. Otros estudios, en cambio, encuentran ciertas diferencias motivacionales entre el colectivo joven: mientras que los chicos buscan a través de estas actividades de ocio una mejor imagen corporal y satisfacción vital, las mujeres, que optan más por la realización de actividades culturales, no buscan satisfacer su lado físico, sí el emocional¹⁹. También es conveniente apuntar que el hecho de que los hombres se decanten por el ejercicio físico durante su tiempo libre no está exento de estereotipos asociados a su condición de género.

La desigual participación de género en actividades deportivas también se ve reflejada en las estadísticas de licencias federativas. De acuerdo con los datos del Ministerio de Cultura y Deporte, mientras que en 2017²⁰ había 2,9 millones de hombres federados y casi 3.000 deportistas masculinos de alto nivel, apenas había algo más de 800.000 mujeres federadas y 1.700

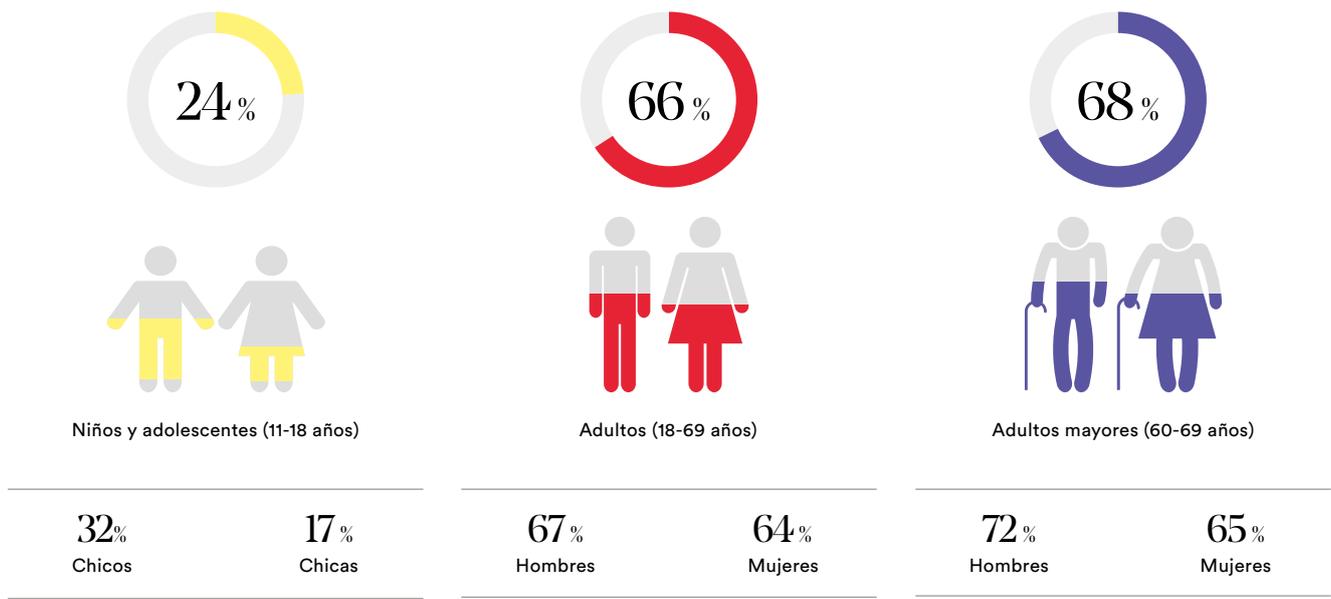
mujeres deportistas de alto nivel. Al igual ocurre con el número de entrenadores y entrenadoras; mientras que de los primeros había casi 15.500 hombres en 2015, apenas había 2.800 mujeres. Estos datos arrojan unos ratios de H/M: 3,6 en licencias, 1,8 en deportistas de élite y 5,5 en entrenadores.



19. Fraguera-Valle, R. et al (2016): Ocio deportivo, imagen corporal y satisfacción vital en jóvenes españoles.
20. Último dato disponible.

Figura 23. Prevalencia estimada de niveles suficientes de actividad física, por sexo y tramos de edad.

Fuente: SPAIN PHYSICAL ACTIVITY FACTSHEET 2018, World Health Organization



En línea con los resultados mostrados en el informe sobre salud, las mujeres son más sedentarias que los hombres, lo que repercute de forma directa en su salud. De hecho, allí se afirmaba que la falta de ejercicio físico “puede apreciarse en muchas de las patologías prevalentes en las mujeres en edad adulta y avanzada, asociadas al aparato locomotor”.

El *Gender Equality Index 2017 - Measuring gender equality in the European Union 2005-2015* señalaba que “más hombres que mujeres participan en actividades deportivas, culturales o de ocio en casi todos los Estados miembros, con implicaciones en la salud. Siendo el deporte y la actividad física recomendados por la OMS para cuidar la salud, los hombres están significativamente más involucrados en actividades físicas aeróbicas y la brecha de género en este tipo de actividad física es particularmente grande entre mujeres y hombres jóvenes”.



Figura 24. Gasto anual en actividad deportiva de los hogares según el sexo del cabeza de familia, 2017

Fuente: Afi, a partir de EPF del INE

	Total	Hombres	Mujeres	Diferencia H-M
Total (millones de euros)	5.061	3.619	1.443	2.176
% sobre gasto total	0,9%	0,7%	0,3%	
% sobre gasto total en actividad deportiva	100%	71,5%	28,5%	
Media por hogar (euros)	273	294	232	62

Por último, al igual que realizamos con las anteriores dimensiones de ocio, identificamos el gasto realizado por los hogares en la práctica de actividades deportivas y analizamos si de ello se desprende una brecha de género.

El gasto de los hogares españoles en actividades deportivas ascendió a 5.061 millones de euros en 2017, lo que representó el 0,9% del total del gasto de los hogares. De este, un 71,5% fue realizado por hogares encabezados por un hombre, mientras que el 28,5% restante lo realizaron aquellos otros liderados por una mujer. **El gasto promedio en esta partida fue de 273 euros anuales, siendo algo superior en el caso de los hogares encabezados por hombres (294 euros al año) que por mujeres (232 euros al año), lo que se tradujo en una diferencia de 62 euros.** Para analizar si esta diferencia hallada en el análisis descriptivo está condicionada por el sexo del sustenta-

dor principal del hogar, comparamos hogares donde la única diferencia sea esta.

Al igual que ocurre en el caso de la asistencia a eventos culturales y deportivos, **no se ha encontrado evidencia de que el género del cabeza del hogar sea un factor determinante de dicha diferencia** o, lo que es lo mismo, no existe diferencia significativa en el gasto en actividad deportiva que realizan los hogares encabezados por hombres y mujeres. En esta ocasión, las variables condicionantes del gasto en deporte son:

- La renta del hogar: cuanto más alta sea, mayor es el gasto en actividades deportivas.
- El número de miembros del hogar menores de 16 años: cuantos más haya, mayor es el gasto. Esto guarda relación también con algunos

estudios que evidencian la posibilidad de compaginar la actividad física de los miembros jóvenes del hogar con el ocio familiar²¹; es decir, no es extraño observar que la realización de estas actividades implique a todos los miembros del hogar, ya que puede considerarse como un ocio colectivo.

Aficiones e informática

Las actividades de informática (programación informática, búsqueda de información, comunicación por ordenador) ocupan la cuarta posición del ranking de opciones de ocio para los hombres, y la sexta para las mujeres, con más de 7 millones de personas en total y **más de 11 millones de horas de dedicación al día** entre ambos sexos. En número de personas, **los hombres superan en un 30% a las mujeres en participación.**

Figura 25. Población total de hombres y mujeres que dedican tiempo a actividades de aficiones e informática (miles de personas) y tiempo total dedicado al día a estas actividades (miles de horas)

Fuente: Afi, a partir de OCDE.Stat y última Encuesta de Empleo del Tiempo del INE

	Cantidad de personas que dedican tiempo (miles de personas)				Tiempo total dedicado al día (miles de horas)			
	H	M	Dif M-H	Ratio M/H	H	M	Dif M-H	Ratio M/H
ARTES Y AFICIONES	610	402	-208	0,7	1.102	697	-405	0,6
INFORMÁTICA	4.250	2.940	-1.310	0,7	7.125	3.900	-3.226	0,5
JUEGOS	2.078	1.087	-991	0,5	4.234	1.898	-2.335	0,4

Por grupo de edad, **ellos dedican entre 21' y 27' más de tiempo al día a actividades relacionadas con la**

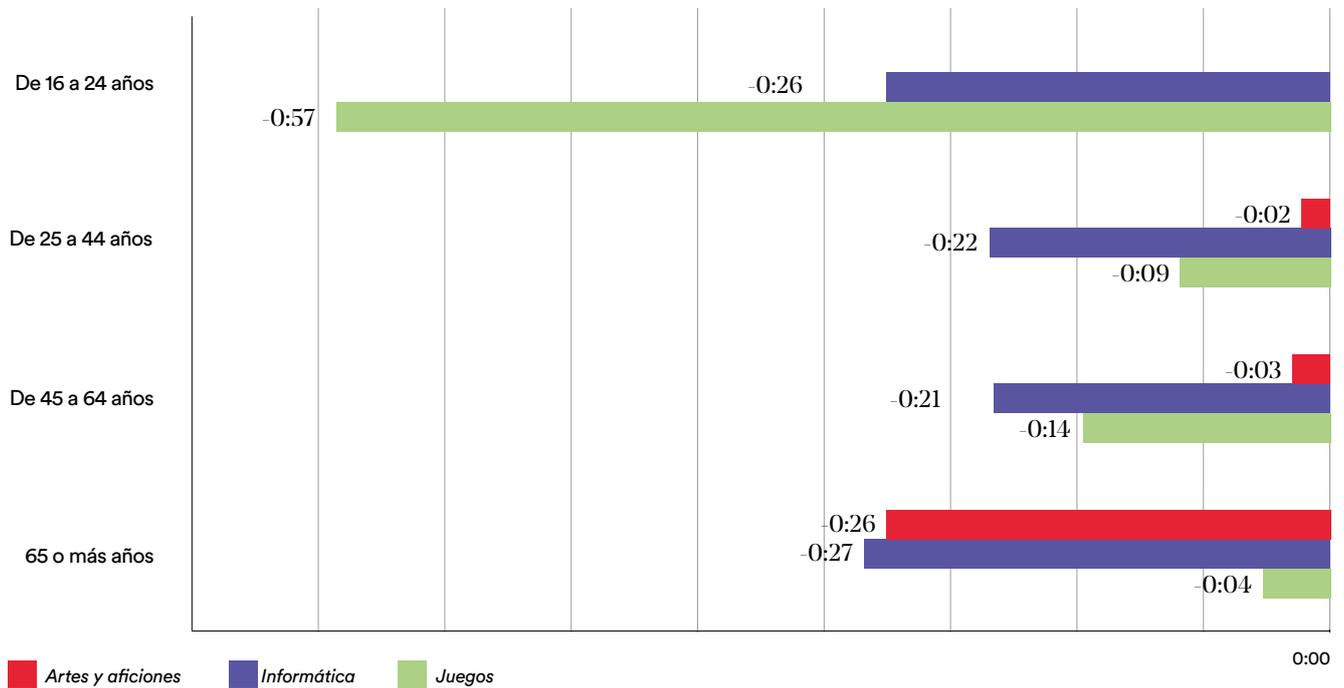
informática que ellas, lo que representa más de 3,2 millones de horas de diferencia al día en dedicación.



²¹ Ponce de León, A. et al (2015): Ocio familiar y actividad física en estudiantes de bachillerato: ¿alianza, rivalidad o independencia?

Figura 26. Diferencia de la duración media diaria (DMD) en artes y aficiones por grupo de edad (diferencia M-H; hh:mm)

Fuente: Afi, a partir de OCDE.Stat y última Encuesta de Empleo del Tiempo del INE



Apenas 1 millón de personas dedican tiempo a las artes y sus aficiones que, en conjunto, concentran 1,8 millones de horas al día, actividad que realizan con mayor intensidad los hombres (un 30% más). Esta categoría incluye actividades relacionadas con las aficiones artísticas como artes plásticas y visuales, canto, teatro, coleccionismo y correspondencia entre otras.

Las artes y aficiones son la antepenúltima opción de ocio (posición 10 en el ranking), solo por delante del volunta-

riado en organizaciones. Por grupo de edad, apenas se observan diferencias entre hombres y mujeres de entre 25 y 64 años²², pero a partir de los 65 ellos dedican 26' más que ellas; en total, más de 400.000 horas al día de diferencia.

De acuerdo con la última Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España de 2015 del Ministerio de Cultura y Deporte, mientras que las **mujeres** realizan con mayor frecuencia que los hombres actividades relacionadas con la **danza y el canto, el teatro y otras artes plásticas**, los hombres destacan en actividades como **diseño de páginas web, tocar instrumentos y hacer vídeos y fotografías**.

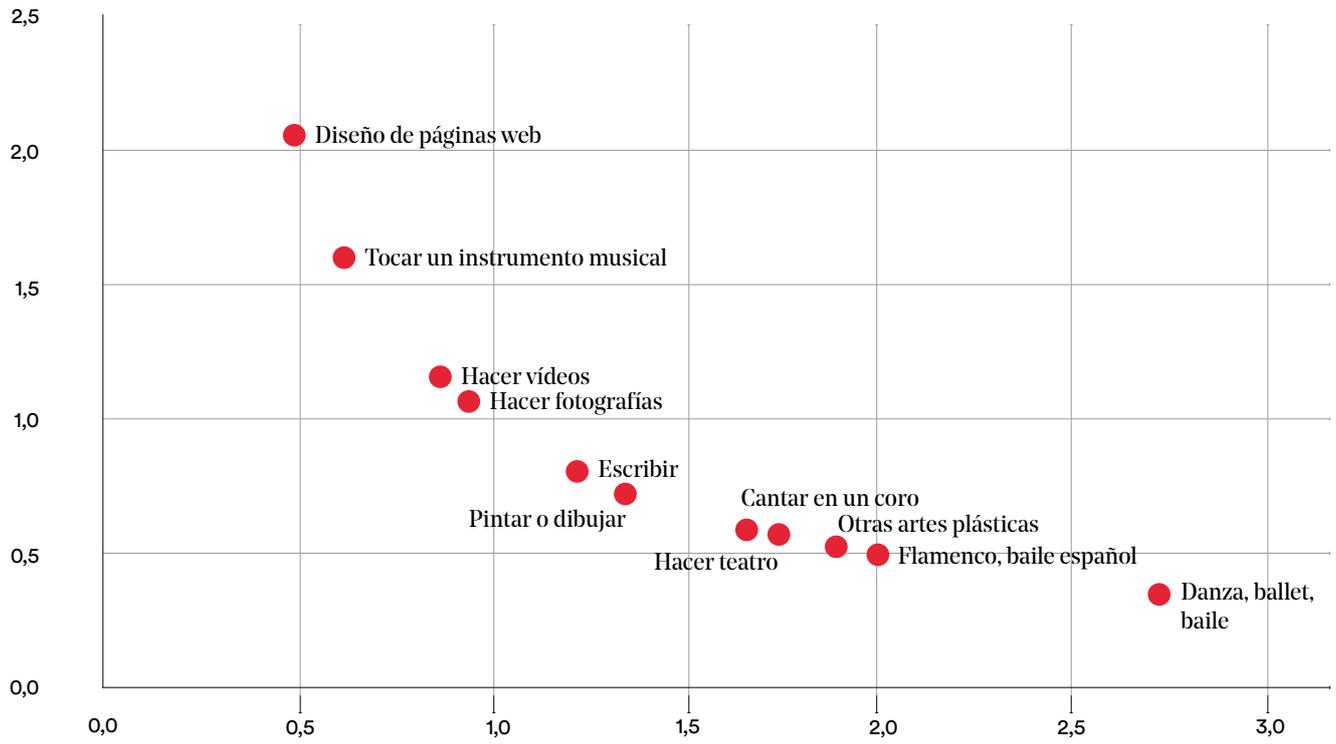
La realización de estas actividades puede venir condicionada por ciertos estereotipos asociados al género que tienen su influencia, incluso, en las edades más tempranas. Algunos estudios han puesto de manifiesto que la elección de las actividades extraescolares entre la población adolescente ya contiene una cierta brecha de género: mientras que las chicas se apuntan a clases de danza y ballet (en general, ocio cultural y festivo), los chicos acuden a clases de artes marciales (en general, ocio deportivo y electrónico)²³.

22. El tiempo dedicado por los menores de 25 años no es representativo en la muestra de la Encuesta de Empleo del Tiempo por lo que no es posible realizar una comparación entre ambos sexos.

23. Codina, N. et al (2016): "Ellas a estudiar y bailar, ellos a hacer deporte": Un estudio de las actividades extraescolares de los adolescentes mediante los presupuestos de tiempo; y Fraguera-Valle, R. et al (2016): Ocio deportivo, imagen corporal y satisfacción vital en jóvenes españoles.

Figura 27. Ratio de la proporción de personas que realizaron actividades artísticas en el último año (eje X M/H; eje Y H/M)

Fuente: Afi, a partir de Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España (2014-2015). Ministerio de Cultura y Deporte.



2.2.3

Medios de comunicación

La televisión no tiene rival como opción de ocio

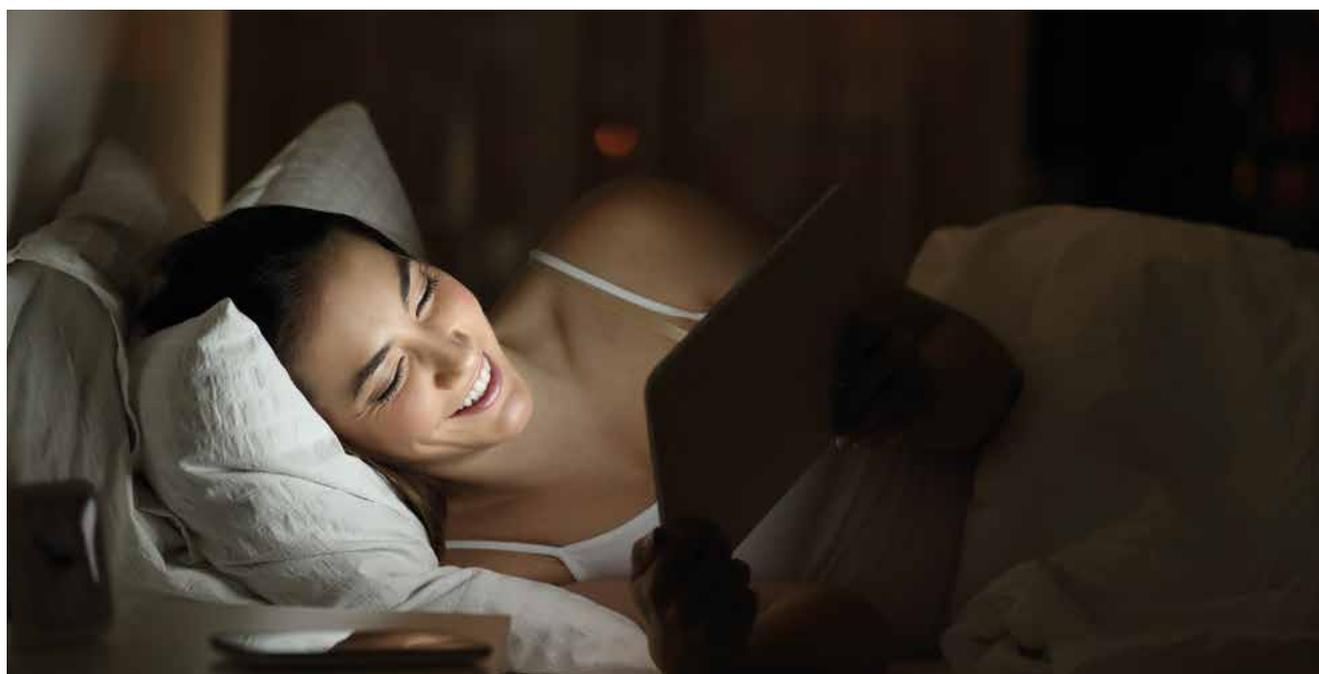
Ver la **televisión** es la opción de ocio número 1 en España, a la que **dedicamos casi la mitad de nuestro tiempo libre** (H: 46%; M: 48%), En concreto, **en España, se dedican más de 94 millones de horas al día a ver la televisión, actividad a la que dedican**

prácticamente el mismo número de horas hombres y mujeres. En total, más de 33,4 millones de personas reflejan ver la televisión diariamente, con una distribución entre hombres y mujeres casi equitativa (ratio M/H 1,1).

Figura 28. Población total de hombres y mujeres que dedican tiempo a medios de comunicación (miles de personas) y tiempo total dedicado al día a estas actividades (miles de horas)

Fuente: Afi, a partir de OCDE.Stat y última Encuesta de Empleo del Tiempo del INE

	Cantidad de personas que dedican tiempo (miles de personas)				Tiempo total dedicado al día (miles de horas)			
	H	M	Dif M-H	Ratio M/H	H	M	Dif M-H	Ratio M/H
LECTURA	4.261	4.478	217	1,1	5.580	5.258	-322	0,9
TV	16.242	17.177	934	1,1	47.752	46.767	-985	1,0
RADIO	1.261	807	-453	0,6	1.546	850	-697	0,5

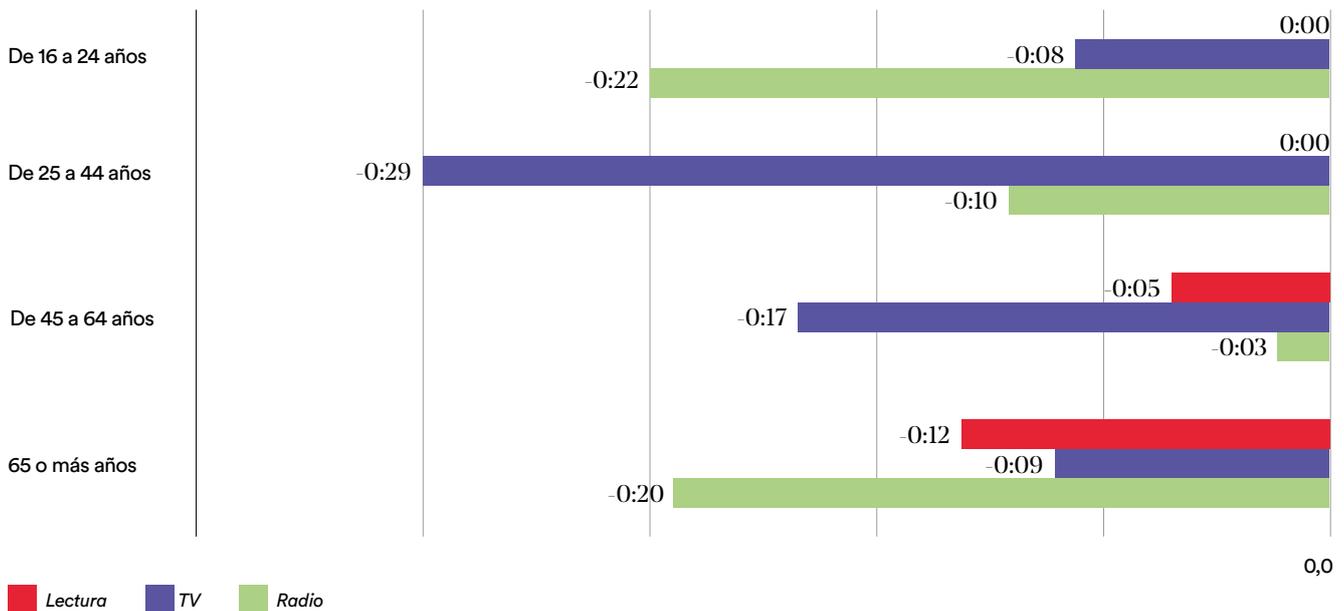


Ver la **televisión concentra 3,5 veces la cantidad de horas que dedicamos a la vida social** (26 millones) -que comprende actividades tales como vida social en familia, visitar y recibir visitas, fiestas y celebraciones, conversaciones telefó-

nicas-, también muy equilibradas entre hombres y mujeres. Por edades, la mayor diferencia se encuentra en los hombres entre los 25 y 44 años, los cuales ven la televisión 29' al día más que las mujeres de esas mismas edades.

Figura 29. Diferencia de la duración media diaria (DMD) en medios de comunicación por grupos de edad (diferencia M-H; hh:mm)

Fuente: Afi, a partir de OCDE.Stat y última Encuesta de Empleo del Tiempo del INE



Los **programas de televisión de noticias e información** son los favoritos de los **hombres** (el 82,8% de los hombres televidentes visualiza este tipo de contenido) mientras que las **series, películas y largometrajes** son los favoritos de las **mujeres** (87,8%)²⁴. Aquellos en los que se encuentra **mayor desigualdad** son los **programas deportivos**, en los que por cada mujer hay 4,3 hombres que visualizan este contenido. Por el contrario, por cada hombre hay 2,4 y 1,8 mujeres que ven programas religiosos y programas de telecompra, respectivamente, si bien estos programas apenas son visualizados por el 3,4% y 1,1% de mujeres televidentes.

De acuerdo con el informe Ymedia sobre el consumo audiovisual en España (2018)²⁵, las **mujeres con rol de madres** dentro del hogar pasan más tiempo en casa aunque cuentan con menos horas de ocio efectivo y de calidad. Consumen **más horas de televisión**, pero generalmente como **acompañamiento mientras realizan tareas del hogar**, además de algunos contenidos consumidos por la noche con la familia.

Por otro lado, los **hombres con rol de padres** dentro del hogar pasan más tiempo fuera de casa y disponen de más horas de ocio de calidad que las mujeres, con tiempo exclusivamente para ellos. De acuerdo con este estudio, los hombres **consumen contenidos** que requieren mayor atención, como series y deportes.

Hombres y mujeres leemos casi por igual, en cuestión de tiempo. Los contenidos sí son diferentes.

A la lectura dedican hombres y mujeres 5 millones horas al día cada uno. Por grupos de edad, ambos parten de una situación de igualdad en tiempo dedicado, **comenzando a observarse diferencias a partir de los 45 años, donde los hombres dedican más de 0,3 millones de horas más al día que las mujeres.** Esta diferencia se amplía en el grupo de mayores de 64 años, con los hombres dedicando 12' diarios más que las mujeres, lo que supone más de medio millón de horas diarias de lectura que las mujeres del mismo grupo de edad.

De acuerdo con la última Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España (2014-2015) del Ministerio de Cultura y Deporte, **la cantidad de lectoras es mayor que de lectores** (66,5% M frente a 57,6% H). De aquellos que leyeron en el último año, los **hombres lo hicieron por Internet 1,3 veces por cada mujer**, destacando ellos también en la lectura **de libros relacionados con la profesión o estudios**²⁶. Por el contrario, **las mujeres leen en papel más que los hombres** y destacan en la **lectura de libros no relacionados con la profesión o estudios**. De forma mensual, hay 6 hombres que leen la prensa deportiva por cada mujer que la lee.

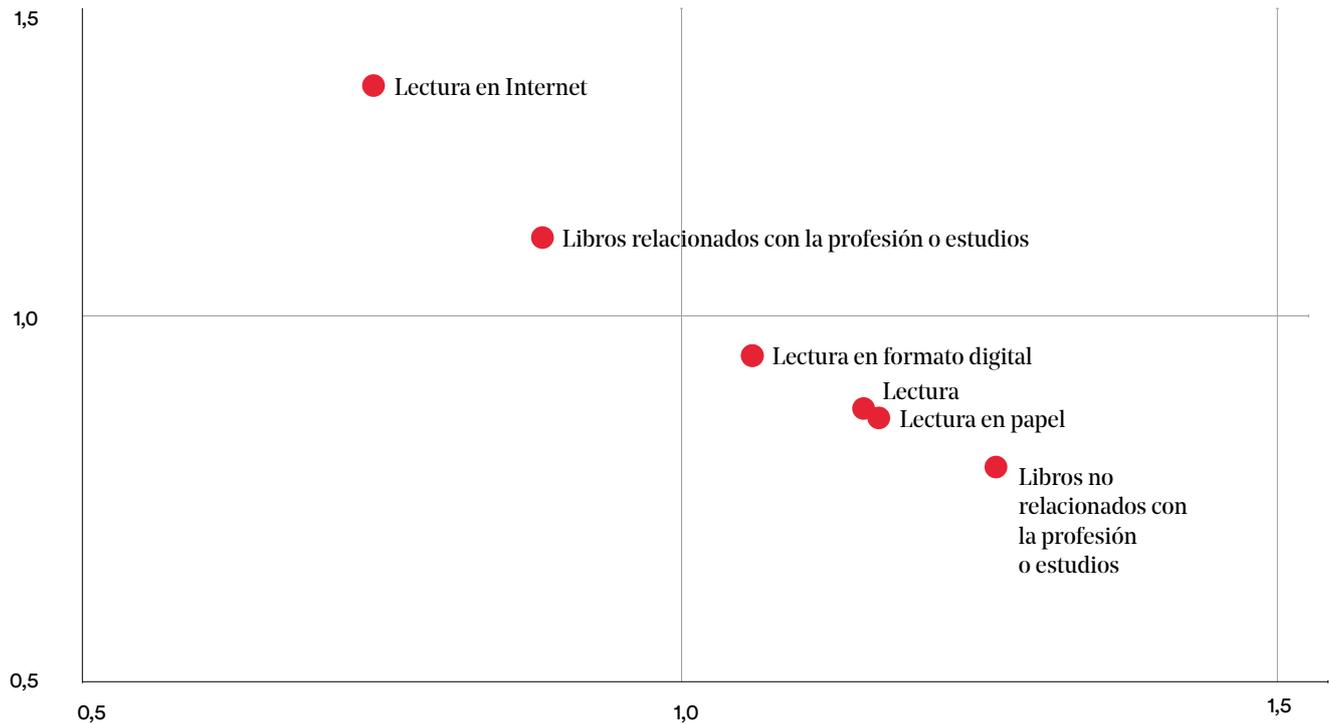
24.Fuente: Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España (2014-2015; última disponible). Ministerio de Cultura y Deporte.

25.Disponible en: <http://www.colpublirp.com/wp-content/uploads/2018/06/Consumo-medios-de-comunicacion-audiovisuales-Espana.pdf>

26.Fuente: Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España (2014-2015; última disponible). Ministerio de Cultura y Deporte.

Figura 30. Ratio de la proporción de personas que leyeron en el último año por tipo de lectura (eje X M/H; eje Y H/M)

Fuente: Afí, a partir de Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España (2014-2015). Ministerio de Cultura y Deporte.



Partiendo de esta evidencia de que hay más mujeres que dedican su tiempo libre a la lectura, la pregunta es si realizan más gasto y, por tanto, si lo hacen de forma diferencial con respecto a los hombres. Al igual que se ha realizado con anterioridad, se emplea como base la Encuesta de Presupuestos Familiares del INE correspondiente a 2017.

El análisis descriptivo pone de manifiesto que el gasto anual en lectura (libros, periódicos y revistas) que realizan los hogares españoles ascendió a 2.728 millones de euros, representando un 0,5% del total del gasto anual. De estos, un 73,6% fue realizado por hogares encabezados por hombres y un 26,3% por mujeres. Unas cifras similares a las observadas para el gasto en eventos culturales y deportivos.

El **gasto medio anual** por hogar se situó en los 147 euros, siendo **superior en el caso de aquellos hogares encabezados por hombres que por mujeres** (163 y 116 euros, respectivamente). Por lo tanto, aunque las mujeres leen con mayor frecuencia que los hombres, cuando éstas encabezan el hogar el gasto del domicilio familiar en dichas partidas es menor que cuando

lo hace un hombre, concretamente 48 euros inferior en promedio.

El análisis descriptivo no es suficiente para afirmar que las diferencias encontradas en el gasto en lectura en ambos tipos de hogares se deben al sexo del cabeza de hogar. Para analizar si esta es una variable determinante del gasto, realizamos un análisis econométrico²⁷. Los resultados de este modelo revelan que, controlado por el resto de factores determinantes del gasto en lectura (situación laboral, edad del cabeza de familia y del resto de miembros del hogar, nivel de estudios completados, etc.) la diferencia de género es significativa. Como consecuencia, **los hogares encabezados por hombres gastan 24 euros al año más en lectura que aquellos encabezados por mujeres**.



²⁷ Los resultados pueden consultarse en el anexo.

Figura 31. Gasto anual en lectura de los hogares según el sexo del cabeza de familia, 2017

Fuente: Afi, a partir de Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España (2014-2015). Ministerio de Cultura y Deporte.

	Total	Hombres	Mujeres	Diferencia H-M
Total (millones de euros)	2.728	2.009	719	1.290
% sobre gasto total	0,5%	0,4%	0,1%	
% sobre gasto total en lectura	100%	73,6%	26,3%	
Media por hogar (euros)	147	163	116	48

Este resultado puede estar reflejando, como ocurría con actividades culturales y deportivas, una diferencia de gasto colectivo (el hogar) cuando este tipo de ocio se concibe desde el punto de vista individual. Sin embargo, también puede estar revelando un comportamiento diferencial entre géneros. Como se comentó con anterioridad, las mujeres acuden con mayor frecuencia a bibliotecas y, por lo tanto, el menor

gasto en lectura realizado por los hogares encabezados por mujeres puede no estar reflejando el valor económico que se asignaría al préstamo que realizan de diversos materiales de lectura (libros, periódicos y revistas). La no disponibilidad de información estadística (número de usuarios, miembros del hogar que leen, entre otros) imposibilita la constatación de esta hipótesis.



Figura 32. Estimación de impacto económico de la brecha de género en gasto en lectura, 2017

Fuente: Afi, a partir de EPF del INE



24 euros/año

Diferencia media del gasto en lectura de los hogares encabezados por hombres frente al de mujeres por brecha de género



6,2 millones de hogares

Hogares encabezados por mujeres



149 millones de €

Gasto total adicional en lectura de los hogares encabezados por mujeres si se eliminase la brecha de género

Tomando los 24 euros anuales que gastan de menos los hogares encabezados por mujeres, si éstos estrechasen esta brecha que les separa de aquellos otros encabezados por hombres, **el gasto en lectura se incrementaría en otros 149 millones de euros**, lo que supondría incrementar el gasto en un 5,5%. Aunque esta magnitud apenas representa el **0,01% del PIB**, **representa 15 veces las ventas de la Feria del Libro de Madrid de 2019**.

Escuchar la radio es una actividad principalmente masculina

Escuchar la radio es una actividad de ocio donde los hombres destacan, tanto en cantidad de personas como en horas dedicadas, frente a las mujeres. En términos de cantidad de personas, **por cada hombre que escucha la radio de forma diaria hay 0,6 mujeres en la misma situación**. Por otro lado, **el tiempo dedicado por los hombres a escuchar la radio duplica al de las mujeres (por cada hora dedicada por las mujeres los hombres dedican media hora)**. En número de oyentes (1,3 millones en total) los hombres superan en un 40% las mujeres (800.000).

La mayor diferencia se produce en los grupos de edad entre los 16 y 24 años, donde los hombres dedican diariamente 22 minutos más que las mujeres en promedio, y en los mayores de 65 años, donde los hombres dedican 20 minutos más que las mujeres del mis-



mo grupo de edad de forma diaria. De acuerdo con la última Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales, mientras que el 80,1% de los hombres escucharon la radio en el último mes, el 73,6% de mujeres lo hicieron (ratio H/M 1,1)²⁸. Además, por cada mujer que escucha la radio por Internet hay 1,4 hombres que lo hace.

Los **programas radiofónicos** preferidos por las **mujeres** son los **musicales** (79,6% de las oyentes de radio), los de **noticias e información** (52,9%) y los de **tertulias** (18,8%). Los musicales también son los favoritos de los hombres (71,7%), seguidos por los de noticias e información (60,5%), y los de deportes (33,1%), dejando un ratio de **8,3 hombres por cada mujer** que escucha programas deportivos en la radio. Por el contrario, por cada hombre que escucha programas religiosos en la radio hay 4 mujeres que lo hacen, aunque estos apenas son seguidos por el 1,6% de mujeres oyentes.

²⁸ Fuente: Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España (2014-2015; última disponible). Ministerio de Cultura y Deporte.

En consecuencia...



Menor dedicación de tiempo en mujeres

Las mujeres dedican menos tiempo cada día a cualquiera de las actividades de la vida diaria que se realizan en el tiempo disponible: (i) trabajo voluntario y reuniones (19 minutos); (ii) vida social y diversión (11 minutos); (iii) deportes y actividades al aire libre (23 minutos); (iv) aficiones e informática (27 minutos); y (v) medios de comunicación (17 minutos).



Diferentes formas de liberar horas

El menor tiempo disponible que disfrutaban las mujeres (11,1 millones de horas al día) equivale al 22% de esas 49,5 millones de horas que las mujeres dedican a conciliar cada día. **Liberar estas horas puede realizarse de varias formas, no excluyentes:** por un lado, con un aumento de la dedicación diaria de los hombres en el ejercicio de una **mayor corresponsabilidad**; **por otro, externalizando estos servicios, cuyo valor económico asciende, al menos a 23.190 millones de euros anuales, equivalente al 2,0% del PIB.**



Mayor dedicación de mujeres a trabajo voluntario y reuniones

En conjunto, las mujeres en España dedican cerca de 2 millones de horas al día más que los hombres al trabajo voluntario y reuniones, especialmente en actividades de ayudas informales a otros hogares donde por cada hombre que dedica tiempo de forma diaria, hay 1,6 mujeres haciéndolo.



Brecha de género en hostelería

La brecha de género estimada en el gasto de los hogares en establecimientos de hostelería es de **330 euros al año por hogar**. Si los hogares encabezados por mujeres (6,2 millones) aumentaran su gasto en bares y restaurantes en esta cuantía, **el gasto anual se elevaría en otros 2.000 millones de euros, lo que representa el 0,2% del PIB** del conjunto de la economía española o el 0,8% del VAB del sector del comercio, el transporte y la hostelería. Si se suman los efectos indirectos e inducidos, el impacto se elevaría hasta 2.260 millones de euros de VAB, lo que se traduciría en la creación de unos 34.800 empleos (0,2% del total) y la recaudación de unos 1.130 millones de euros en términos de IRPF, IVA y cotizaciones sociales.



Actividades culturales y asistencia a eventos deportivos

En lo que respecta a las actividades culturales y asistencia a eventos deportivos, mientras que las mujeres realizan en mayor proporción actividades culturales relacionadas con la danza, la música clásica, el teatro e ir a una biblioteca, los hombres frecuentan en mayor proporción los conciertos de música actual, los archivos y los espectáculos deportivos. Sin embargo, en términos de gasto anual realizado en actividades culturales y asistencia a eventos deportivos, no se observa que la diferencia en gasto de los hogares esté causada por el sexo de la persona que encabeza el hogar. Las variables determinantes de este gasto son (i) el nivel educativo del cabeza de familia, la renta del hogar, la residencia en municipios de más de 50.000 habitantes y el número de miembros con edades comprendidas entre los 16 y 34 años.



Menor actividad en mujeres de ejercicio físico diario

Las mujeres dedican 4 millones de horas menos al día al ejercicio físico que los hombres, practicándolo también un 12,3% menos que ellos. Las motivaciones de practicar deporte son comunes (estar en forma), pero no están exentas de estereotipos. El sedentarismo es mayor entre las mujeres que entre los hombres, lo que repercute de forma directa en su salud. **En términos del gasto anual en la práctica de actividades deportivas, no se ha encontrado evidencia de que exista una brecha por cuestión de género**, ya que existen otros determinantes de este gasto del hogar, como pueden ser (i) la renta del mismo o (ii) el número de miembros del hogar menores de 16 años.



No existe diferencia de género en ver la TV

Ver la televisión es la opción de ocio número 1 en España, a la que dedicamos casi la mitad de nuestro tiempo libre, no existiendo diferencia por género. Sin embargo, sí hay diferencia en el contenido: los programas de televisión de noticias e información son los favoritos de los hombres, mientras que las series, películas y largometrajes son los favoritos de las mujeres.



Mayor proporción de lectoras que de lectores

A la lectura hombres y mujeres dedican 5 millones de horas al día cada uno, pero la proporción de lectoras es mayor que de lectores (66,5% M frente a 57,6% H). Ahora bien, cuando se analiza el gasto por hogar, la diferencia se encuentra a favor de los hogares encabezados por hombres, que gastan 24 euros más al año por razón de género. Este resultado puede estar en consonancia con el mayor uso de préstamos de libros que realizan las mujeres y que, por tanto, no implica un desembolso económico. **Si los hogares encabezados por mujeres estrechasen esta brecha que les separa de aquellos otros encabezados por hombres, el gasto en lectura se incrementaría en otros 149 millones de euros.** Aunque esta magnitud apenas representa el 0,01% del PIB de España, representa, por ejemplo, 18,2 veces las ventas de la Feria del Libro de Madrid de 2018.



Los hombres duplican a las mujeres en tiempo de escucha de radio

Por último, el tiempo dedicado por los hombres a escuchar la radio (1,5 millones de horas) duplica al de las mujeres. Igualmente, el número de hombres oyentes de radio supera en un 40% al de las mujeres. Los programas radiofónicos preferidos por las mujeres son los musicales, los de noticias e información y los de tertulias. Los dos primeros son compartidos por los hombres, pero la diferencia reside en que estos se decantan en tercer lugar por los deportivos.



03

Conclusiones



La capacidad y libertad que las personas tenemos para distribuir nuestro tiempo entre las actividades de la vida diaria se encuentra condicionada por los horarios establecidos para el inicio y finalización de aquellas que desempeñamos con mayor frecuencia y que son, por su naturaleza, irrenunciables.

Las mujeres disponen de menos tiempo libre que los hombres, lo que supone un menor tiempo disponible para poder dedicarlo a actividades de ocio. Pero más allá de la cantidad, la calidad de dicho tiempo libre también condiciona las opciones o alternativas de ocio, teniendo en cuenta los atributos básicos por los que el ocio pueda ser considerado como tal: libertad de elección, disfrute o satisfacción reportada y autotelismo. No en vano, la literatura académica con perspectiva de género identifica los términos contaminación (tiempo de ocio en presencia de hijos) y fragmentación (interrupción del tiempo de ocio para atender a los hijos) cuando analiza la dimensión del ocio desde una perspectiva de la calidad. Es de hecho en la esfera privada o familiar donde los roles de género afectan en mayor medida a la distribución que del tiempo hacen – o pueden hacer- hombres y mujeres en su día a día, y por lo tanto, cuánto tiempo “residual” pueden disponer y utilizar para dedicarlo al ocio.



De este modo, las mujeres dedican menos tiempo cada día a cualquiera de las actividades de la vida diaria que se realizan en el tiempo disponible: (i) trabajo voluntario y reuniones (19 minutos); (ii) vida social y diversión (11

minutos); (iii) deportes y actividades al aire libre (23 minutos); (iv) aficiones e informática (27 minutos); y (v) medios de comunicación (17 minutos).

El menor tiempo disponible que disfrutan las mujeres (11,1 millones de horas al día) equivale al 22% de esas 49,5 millones de horas que las mujeres dedican a conciliar cada día. Liberar estas horas puede realizarse de varias formas, no excluyentes: por un lado, con un aumento de la dedicación diaria de los hombres en el ejercicio de una mayor corresponsabilidad; por otro, externalizando estos servicios, cuyo valor económico asciende, al menos a 23.190 millones de euros anuales, equivalente al 2,0% del PIB.

A estas desigualdades en términos de cantidad y calidad de tiempo disponible se unen condicionantes como la oferta de ocio existente y otras barreras que, como los estereotipos de género, siguen presentes en nuestra sociedad y desvelan diferentes contenidos en los que ocupar el tiempo de ocio:

- Pese a disponer de menos tiempo de ocio, las mujeres dedican cerca de 2 millones de horas más al día que los hombres al trabajo voluntario y a reuniones. Es la única actividad de ocio a la que las mujeres, por la cantidad de ellas que la ejercen, dedican una cantidad significativamente mayor que los hombres.



- Analizando la brecha de género en el gasto de los hogares en restauración (330 euros al año por hogar) se concluye que si los hogares encabezados por mujeres (6,2 millones) aumentaran su gasto en restauración en esta cuantía, el gasto anual se elevaría en otros 2.000 millones de euros (0,2% del PIB) o el 0,8% del VAB del sector del comercio, el transporte y la hostelería. Sumando efectos indirectos e inducidos, el impacto se elevaría hasta 2.260 millones de euros de VAB, lo que se traduciría en la creación de unos 34.800 empleos (0,2% del total) y la recaudación de unos 1.130 millones de euros en términos de IRPF, IVA y cotizaciones sociales.
- Mientras que los contenidos de las actividades culturales son distintos en función del género (las mujeres realizan en mayor proporción actividades relacionadas con la danza, la música clásica, el teatro, ir a una biblioteca mientras que los hombres frecuentan en mayor proporción los conciertos de música actual, los archivos y los espectáculos deportivos), no se observa en términos de gasto diferencia significativa por el género que encabeza el hogar.



- Las mujeres dedican 4 millones de horas menos al día al ejercicio físico que los hombres, y lo hacen además con un 12,3% menos de presencia femenina. Este mayor sedentarismo femenino repercute de forma directa en su salud, como se adelantó en el Informe ClosinGap sobre salud. Dicho esto, no se ha encontrado evidencia de que exista una brecha por cuestión de género en la dimensión del gasto en este tipo de actividades.
- En la dedicación a artes y aficiones se observa un condicionante por estereotipos de género: mientras que las mujeres realizan con mayor frecuencia danza y canto, teatro y otras artes plásticas, los hombres destacan en diseño de páginas web, tocar instrumentos y hacer vídeos y fotografías.
- La televisión es la opción preferente de ocio en España, a la que dedicamos casi la mitad de nuestro tiempo libre tanto hombres como mujeres, aunque consumimos contenidos diferentes: noticias e información son preferidos por los hombres mientras que las series, películas y largometrajes lo son por las mujeres.
- Si bien hombres y mujeres dedican un volumen similar de horas al día a la lectura (5 millones de horas cada uno), leen contenidos distintos. Además, el gasto de los hogares en lectura está condicionado por el sexo del cabeza del hogar. Si los hogares encabezados por mujeres estrechase la brecha que les separa de aquellos encabezados por hombres, el gasto en lectura se incrementaría en España en 149 millones de euros.
- Escuchar la radio es una actividad eminentemente masculina, en la medida en que los hombres dedican el doble de tiempo al día que las mujeres, a quienes superan en número en un 40%. En relación a los contenidos de los programas escuchados, entre las mujeres destacan las tertulias mientras que entre los hombres son los programas deportivos.

Coste de oportunidad

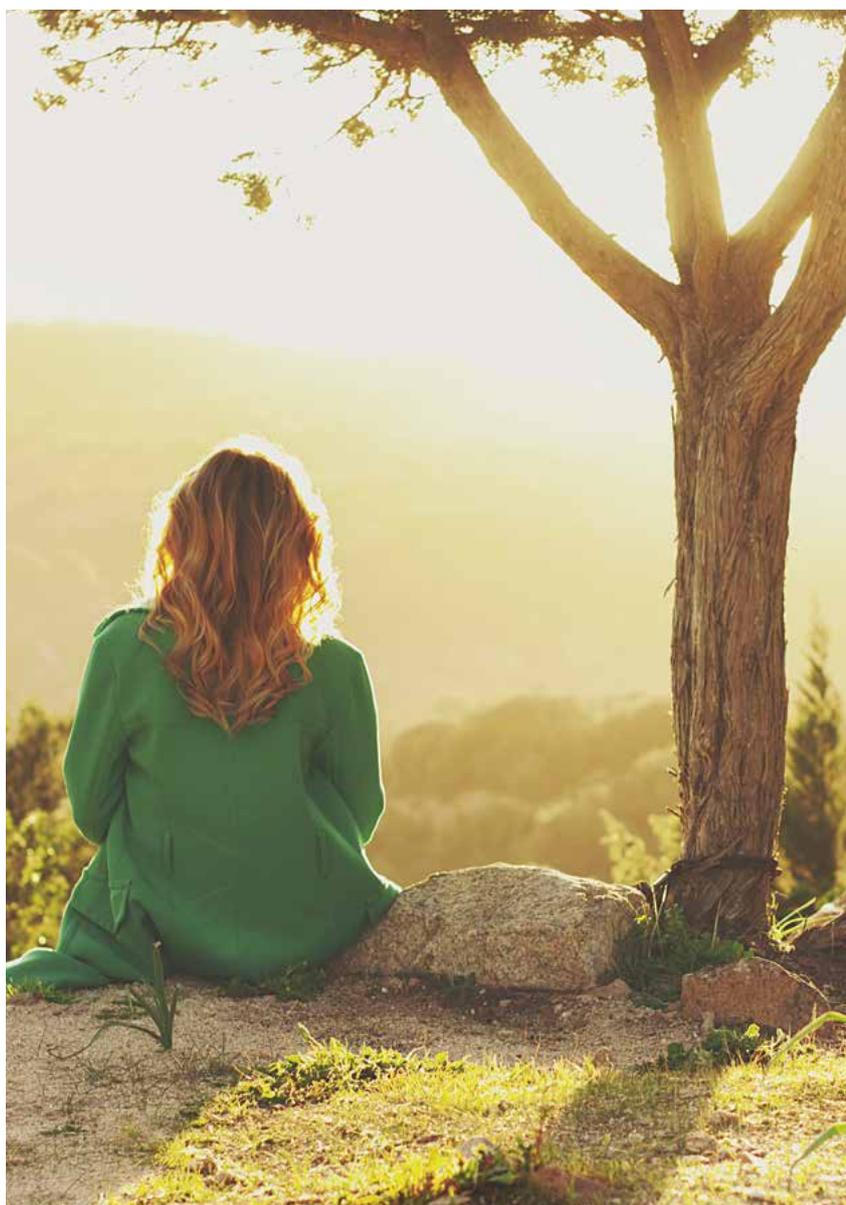
	Ámbito personal/familiar	Conjunto de la economía y la sociedad	Presupuestos públicos
El ocio, una cuestión de disponibilidad (cantidad y calidad) de tiempo libre	Cada mujer dispone de 1 hora y 37 minutos menos al día de tiempo libre que los hombres.		
	Las mujeres disponen de 11,1 millones de horas diarias menos que los hombres dedicadas a actividades de ocio (4.064 millones de horas/año > todas las horas trabajadas en la industria manufacturera en España en 2018). Valor económico de tiempo libre no disponible: 23.190 millones de euros/año > 2,0% del PIB	Menor capacidad de consumo de productos y servicios de ocio por menor disponibilidad de tiempo disponible para ello.	Renuncia a ingresos fiscales derivados de un mayor consumo de opciones de ocio entre las mujeres.
	Mayor contaminación (tiempo de ocio en presencia de hijos) y fragmentación (interrupción del tiempo de ocio para atender a los hijos) del tiempo libre de las mujeres.	Desaprovechamiento del talento femenino	
	Inhibición impuesta a relajación efectiva y disponibilidad plena de elección de actividades de ocio por condicionantes de género en esfera privada. Ocio a menudo percibido como trabajo.	Estrés, salud mental	Mayor necesidad de inversión pública en salud por efectos de mayor prevalencia de sedentarismo entre mujeres.
	Diferencias en dedicación diaria agregada entre H y M (millones de horas): Trabajo voluntario y reuniones (-1,9)		
Contenido del tiempo libre disponible	Menor gasto en restauración en hogares encabezados por mujeres: 831 euros / año. Atribuible a la variable sexo: 330 euros/año	2.260 millones de euros -> 0,2% del PIB de 2018 34.800 empleos (0,2% del total).	Renuncia a IRPF, cotizaciones sociales e IVA: 1.130 millones de euros
	Menor gasto en actividades deportivas en hogares encabezados por mujeres: 62 euros / año. No atribuible al sexo del cabeza del hogar.		
	Menor gasto en actividades culturales y asistencia a eventos deportivos en hogares encabezados por mujeres: 24 euros / año. No atribuible al sexo del cabeza del hogar.		
	Menor gasto en lectura entre los hogares encabezados por mujeres: 48 euros/año. Atribuible a la variable sexo: 24 euros/año	149 millones de euros -> 0,01% del PIB de 2018	

Proyección cualitativa

Estimación cuantitativa

04

Reflexiones finales



El análisis realizado evidencia el coste de oportunidad que para el conjunto de la sociedad española impone la actual brecha de género en ocio. Como se evidenció en el Informe ClosinGap de Conciliación, la disponibilidad y uso del tiempo libre en mujeres y hombres es un tema de vital importancia por su repercusión económica, laboral, personal y social.

El ocio es un factor determinante del bienestar de las personas y un recurso clave para el desarrollo pleno de las capacidades personales, profesionales, sociales y familiares.

Una de las particularidades de las experiencias derivadas del ocio es que permiten adquirir competencias a las ofrecidas por la educación formal, de modo que las combinaciones de actividades físico-deportivas, socio-culturales, entre otras, fomentan la adquisición de capacidades, habilidades y competencias orientadas a distintas metas y objetivos, ya sean estos personales, sociales, profesionales o académicos, por mencionar algunos.

La desigualdad de género existente hoy en día en la disponibilidad de tiempo libre y en su disfrute en opciones de ocio supone, en definitiva, una renuncia a alcanzar mayores cotas de bienestar, crecimiento económico y aprovechamiento del talento para todos y todas.

El análisis realizado evidencia el coste de oportunidad que para el conjunto de la sociedad española impone la actual brecha de género en ocio.

Racionalización de horarios para una mejor gestión y organización del tiempo libre, y una mejor conciliación

La disponibilidad de tiempo es condición necesaria –pero no suficiente– para poder ejercitar actividades de ocio.

Una **mayor sincronización de horarios** laborales y escolares, una racionalización de los mismos y un acompañamiento de horarios de otras actividades de la vida diaria, como el horario prime time en televisión, principal actividad de ocio para hombres y mujeres en España, permitiría una mayor disponibilidad y gestión del tiempo libre –recordemos que es un resultado residual– y una disminución de condicionantes de horarios establecidos.

Sería oportuno analizar y reflexionar sobre el impacto de innovaciones y reformas de situaciones y reglas de juego establecidas que tienen una incidencia en la capacidad de gestionar el tiempo personal de las mujeres.

- Duración y organización de la jornada laboral
 - Evaluación de impacto de jornada partida, especialmente para trabajadores asalariados (encuestas de clima laboral).
 - Avance del teletrabajo en sectores público y privado.
 - Cambio cultural que atienda menos a los horarios (“presentismo”) y más al cumplimiento de objetivos, a resultados y mejora de la productividad.
 - Evaluación por objetivos en desempeño laboral.
 - Limitación de celebración de reuniones a partir de las 5 de la tarde.
 - Trabajo y horario flexible.
 - Bancos de tiempo.
 - Formación en gestión del tiempo.
- Armonización con países de nuestro entorno.
- Sincronización de calendarios laborales y escolares:
 - Conciliación de días laborables y lectivos, vacaciones y no lectivos.
 - Extensión de uso de equipamientos escolares en días laborables no lectivos.
- Sincronización de horarios laborales y escolares:
 - Horarios de entrada y de salida.

- Fomento de la autonomía infantil en los traslados al colegio.
- Acompañamiento de horarios de otras actividades de la vida diaria: horario prime time en televisión, etc.
- Revisión de las políticas de conciliación, centradas en la mujer y que perpetúan la asunción de que el conflicto laboral y personal / familiar debe ser asumido casi exclusivamente por las mujeres. Dado que las soluciones tienden a centrarse en las mujeres, ignorando en gran medida el papel del hombre, sería oportuno no diferenciar entre hombres y mujeres en el diseño de políticas de conciliación: neutralidad y lectura de demandas de ellos y ellas.

Impulso a la corresponsabilidad entre hombres y mujeres

En la medida en que, como han constatado diversos estudios académicos referenciados, es en la esfera privada o familiar donde los roles de género afectan en mayor medida a la distribución que del tiempo hacen – o pueden hacer– hombres y mujeres en su día a día, y por lo tanto, cuánto tiempo “residual” pueden disponer y utilizar para dedicarlo al ocio, con la maternidad / paternidad influyendo de forma determinante en la asignación del tiempo y en la elección de las actividades que hacen padres y madres, una segunda reflexión apunta al **fomento de la corresponsabilidad en el cuidado de los hijos y del hogar entre ambos miembros de la pareja** para alcanzar un reparto equilibrado de responsabilidades y ejecución de tareas irrenunciables y no remuneradas.

Ello, con el objetivo de que la maternidad no suponga tantas renuncias para las mujeres (analizadas ya las relacionadas con la salud, la conciliación y las pensiones), incluyendo las renuncias a la disponibilidad de tiempo libre, en cantidad y calidad suficiente para disfrutar en igualdad de condiciones que los hombres de las distintas actividades de ocio.

En definitiva, que los costes de la maternidad y el cuidado de los hijos y el hogar se encuentre mejor redistribuido entre familia, sociedad y Estado, y equitativamente entre ambos progenitores (corresponsabilidad). Sería por tanto razonable tomar acciones en favor de:

- El fomento del ejercicio de la corresponsabilidad en el cuidado de los hijos y del hogar entre ambos miembros de la pareja: reparto equilibrado de responsabilidades y ejecución de tareas irrenunciables y no remuneradas.
- La incorporación de la educación para la igualdad en centros educativos para aumentar la cultura de la corresponsabilidad y eliminar los estereotipos desde las edades más tempranas.

- La priorización de la inversión en escuelas infantiles de 0 a 3 años para garantizar oferta adecuada a las necesidades.

Puesta en valor de la labor de los cuidados

El número de personas dependientes crece año a año, y esta es una tendencia de futuro asociada a la longevidad, por lo que es preciso cambiar la percepción, consideración y valoración que de la labor de los cuidados se tiene actualmente en la sociedad.

El cuidado de terceros es una tarea realizada mayoritariamente por mujeres, reduciendo significativamente, o incluso eliminando, el tiempo disponible para realizar actividades de ocio.

Por ello sería conveniente avanzar en:

- Una previsión de las necesidades de cuidados en edades avanzadas. Planificación de la dotación y provisión de cuidados en edades avanzadas y sus implicaciones en formación, mercado laboral y desarrollo de ámbitos de actividad desde el sector público, privado, el tercer sector y la sociedad en su conjunto.
- Una dotación presupuestaria suficiente de la Ley de Dependencia, la contingencia del S.XXI.
- El reconocimiento social y económico del ejercicio de los cuidados de terceros.
- El reconocimiento de permisos especiales para cuidados de terceros dependientes.

Estereotipos sociales y sesgos

Los estereotipos de género siguen presentes en nuestra sociedad y determinan, aún de forma considerable, decisiones y comportamientos en distintos ámbitos de la vida, entre ellos, la elección de opciones de ocio.

Para reducir o eliminar los estereotipos de género habría de considerarse la **incorporación de la educación para la igualdad en centros educativos para aumentar la cultura de la corresponsabilidad y eliminar los estereotipos desde las edades más tempranas**, incluidos aquellos que se evidencian en las opciones de ocio elegidas por niños y niñas. Para ello, se sugiere fomentar:

- La normalización y universalización de la educación con enfoque de género, fomentando los valores de igualdad, respeto mutuo entre niños y niñas, jóvenes y adultos, en un contexto de diversidad.
- Velar por la eliminación de estereotipos de género en publicidad y medios de comunicación, físicos y digitales que condicionan la elección de alternativas de ocio desde edades tempranas.
- Una mayor visibilidad de las mujeres en medios de comunicación, actividades deportivas federadas, entrenadoras, etc.
- El análisis de las motivaciones por las que el sedentarismo es mayor en mujeres que en hombres.

- Estilos de vida y conductas de riesgo

La elección de alternativas de ocio se encuentra muy interrelacionada con los estilos de vida y las potenciales conductas de riesgo que puedan desarrollarse entre la población, con prevalencia diferenciada entre hombres y mujeres. Contar con información estadística segmentada por sexo permite el diseño más preciso de medidas de salud pública, como por ejemplo:

- Campañas de prevención de conductas de riesgos para la salud, tanto tradicionales (tabaquismo, consumo responsable de alcohol, consumo de drogas, prácticas sexuales de riesgo, accidentes de tráfico) como nuevos (ludopatía online, nomofobia y otras inminentes o próximas), con enfoque en igualdad de género.
- Promoción e información de las actividades deportivas y sus beneficios sociales y saludables desde las edades tempranas así como la diversificación de la oferta deportiva en los centros educativos.

Acceso y uso de información

El análisis ha enfrentado algunas carencias en relación a la variedad de datos disponibles, por lo que **sería deseable que las administraciones públicas y otras entidades elaboraran y publicaran estadísticas que recojan el comportamiento individual en todas las dimensiones** (no solo a nivel de hogar), para contrastar si los resultados obtenidos para la unidad familiar se mantienen cuando se analiza al individuo, en este caso, en su condición de hombre o de mujer, como ocurre en el gasto en partidas relacionadas con el ocio.

- Priorizar la recogida de información estadística necesaria para mejorar y precisar los necesarios diagnósticos de desigualdades con objeto de facilitar el análisis, como el recogido en este Informe (ocio con perspectiva de género).
- Segmentar por sexo la información y el análisis de la información estadística recogida en la actualidad, tanto por administraciones o entidades públicas como privadas.

Agradecimientos

El presente informe sobre el coste de oportunidad de la brecha de género ha sido elaborado en colaboración con Afi.

ANEXO

Metodología

Enfoque

Para cada una de las brechas se han identificado las causas y efectos más relevantes, sin ánimo de exhaustividad pero sí de representatividad, y así lo reflejan las estimaciones presentadas.

El perímetro y profundidad del coste de oportunidad estimado por la existencia de brechas de género en ocio busca destacar aquellos efectos más relevantes provocados por las brechas más evidentes en función de su dimensión, del número de personas afectadas o de su capacidad transformadora para la economía.

Descripción metodológica

Brecha 1. Cálculo de la cantidad de tiempo libre

Para estimar la cantidad de tiempo dedicado a las diferentes actividades de ocio por hombres y mujeres se han analizado los datos de la última Encuesta de Empleo del Tiempo 2009-2010 realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

Esta encuesta estudia la utilización del tiempo de las personas con el objetivo de dimensionar el trabajo no remunerado realizado por los hogares, la distribución de las responsabilidades familiares del hogar, la participación de la población en actividades culturales y de ocio, y demás actividades realizadas por los miembros de los hogares de 10 o más años.

Sobre esta población, la Encuesta de Empleo del Tiempo (EET)²⁹ aporta información sobre:

- El porcentaje de personas que realizan una actividad en el transcurso del día.
- El promedio de tiempo diario dedicado a una actividad (en horas y minutos).
- La distribución de actividades en un día promedio por tipo de día (laborable o fin de semana).
- El porcentaje de personas que realizan la misma actividad en el mismo momento del día (ritmos de actividad diaria).

Con esta información se calcula la diferente dedicación en tiempo de hombres y mujeres a las actividades de ocio mediante los siguientes pasos:

- Se calcula el número de hombres y mujeres que dedican tiempo al ocio

²⁹ Para más información sobre esta encuesta consultar: <https://www.ine.es/metadologia/125/125304471.pdf>

³⁰ Se emplea el promedio de los datos aportados en los siguientes códigos de la CNAE-09: 87. Asistencia en establecimientos residenciales, 88. Actividades de servicios sociales sin alojamiento, 94. Actividades asociativas.

³¹ 40 horas semanales. Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/pdf/2015/BOE-A-2015-11430-consolidado.pdf>

por tipo de actividad, multiplicando la proporción de personas que realizan estas actividades (información aportada por la EET) por el total de población en edad de trabajar (16 años o más) (datos de población del INE).

- Se calcula la diferencia en el tiempo dedicado por hombres y mujeres para cada tipo de actividad de ocio, multiplicando el tiempo promedio dedicado por cada sexo (información aportada por la EET) por el total de personas que dedican tiempo a esas actividades (calculado en el anterior punto).

La cantidad total de personas y el tiempo total dedicado por las mismas al trabajo voluntario y reuniones no se realiza mediante la suma de la participación y tiempo dedicado por las personas de 16 años o más en cada una de las actividades que forman parte del grupo "trabajo voluntario y reuniones" sino tomando los datos agregados que aporta el Instituto Nacional de Estadística en la Encuesta de Empleo del Tiempo bajo esta rúbrica. Esto es así porque a mayor grado de desagregación por tipo de actividad hay grupos de edad cuya participación en dichas actividades no resulta significativa, por lo que se omite la información. Para garantizar homogeneidad entre grupos, se toma como referencia los datos agregados en "trabajo voluntario y reuniones".

Brecha 2. Estimación del coste de oportunidad del trabajo voluntario y reuniones

Con la información obtenida de la Encuesta de Empleo del Tiempo, se calcula el valor económico de la diferente dedicación de hombres y mujeres en edad de trabajar (de 16 años o más) a las actividades de trabajo voluntario y reuniones mediante los siguientes pasos:

- Se calcula el coste laboral bruto de 2017 de la Encuesta anual de coste laboral (INE) de los sectores económicos relacionados con los servicios de cuidados (semejantes a las ayudas informales a otros hogares) y con las actividades asociativas (similares al trabajo voluntario en organizaciones y actividades participativas)³⁰ para la valoración económica del coste agregado de las actividades de trabajo voluntario y reuniones. El salario por hora trabajada se obtiene de la división del salario bruto anual entre el número de horas máximo que se puede trabajar en un año (1.826, según el Estatuto de los Trabajadores³¹).
- Se multiplica el número de personas que realizan estas actividades, por el número de horas dedicadas a las mismas, por el coste bruto que supondría convertir estas horas trabajadas en servicios de mercado.

Brecha 3. Estimación del efecto del sexo en el gasto en ocio

Para cuantificar el impacto económico de la brecha de género en las diferentes actividades de ocio descritas en este informe, analizamos cómo las decisiones de gasto en estas partidas que realizan los hogares españoles varían según el sexo del sustentador principal del hogar.

De la última Encuesta de Presupuestos Familiares (EPF) del INE, referente al año 2017, seleccionamos las siguientes partidas de gasto:

- Gasto en restauración:** se han seleccionado las partidas relacionadas con comidas y bebidas realizadas fuera del hogar (no se contemplan las comidas y bebidas realizadas en la residencia de otros hogares) y fuera

del horario laboral (no se consideran los menús diarios o comedores escolares):

- 11.1.1.2. COMIDAS Y CENAS EN RESTAURANTES.
- 11.1.1.3. CONSUMICIONES EN BARES Y CAFETERÍAS.
- 11.1.1.4. CONSUMICIONES EN PUBS Y DISCOTECAS.
- 11.1.1.5. BANQUETES, CEREMONIAS Y OTRAS CELEBRACIONES.
- 11.1.1.6. SERVICIOS DE COMIDA RÁPIDA Y COMIDA PARA LLEVAR.

- **Gasto en actividades culturales y asistencia a eventos deportivos:** se incluyen las siguientes partidas, tomando como referencia aquellas que son consideradas como cultura y eventos deportivos por el Ministerio de Cultura y Deporte en sus correspondientes estadísticas, de tal forma que exista un cierto paralelismo:

- 09.4.2.1. CINES, TEATROS Y ESPECTÁCULOS
- 09.4.2.2. MUSEOS, BIBLIOTECAS Y PARQUES ZOOLOGICOS.
- 09.4.1.1. SERVICIOS RECREATIVOS Y DEPORTIVOS – ASISTENCIA.

- **Gasto en actividad deportiva:** tomando como referencia la metodología que emplea el Ministerio de Cultura y Deporte para estimar el gasto en deporte, se considera aquel que conlleva la propia realización de esta actividad deportiva, así como el gasto previo realizado por el hogar para conseguir material y equipamiento deportivo, necesarios para la realización del ejercicio físico:

- 09.2.1.0. GRANDES EQUIPOS PARA EL OCIO Y LA CULTURA AL AIRE LIBRE.
- 09.2.2.2. GRANDES EQUIPOS PARA EL OCIO Y LA CULTURA EN LUGARES CUBIERTOS.
- 09.2.3.0. MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE OTROS BIENES DURADEROS PARA EL OCIO Y LA CULTURA.
- 09.3.2.1. EQUIPO PARA DEPORTE (TANTO AL AIRE LIBRE COMO EN LUGARES CUBIERTOS).
- 09.3.2.2. EQUIPO PARA ACAMPADA Y OCIO AL AIRE LIBRE.
- 09.3.2.3. REPARACIÓN DE EQUIPO PARA DEPORTE, ACAMPADA Y OCIO AL AIRE LIBRE.
- 09.4.1.2. SERVICIOS RECREATIVOS Y DEPORTIVOS – PARTICIPACIÓN.
- 07.1.3.0. BICICLETAS.

- **Gasto en lectura:** se toma como referencia la metodología del Ministerio de Cultura y Deporte para estimar el gasto en cultura, pero, dado que este concepto se restringe a lectura exclusivamente, se trata de acotarlo a aquellas partidas de gasto que estén relacionadas con el tiempo dedicado a lectura que contempla la EET del INE:

- 09.5.1.1. LIBROS INFANTILES Y NOVELAS.
- 09.5.1.2. LIBROS DE TEXTO.
- 09.5.1.3. OTROS LIBROS DE NO FICCIÓN.
- 09.5.1.4. DESCARGA DE LIBROS ELECTRÓNICOS Y OTROS SERVICIOS RELACIONADOS CON LOS LIBROS.
- 09.5.2.1. PERIÓDICOS.
- 09.5.2.2. REVISTAS.
- 09.5.3.0. IMPRESOS DIVERSOS.

Para analizar en qué medida el género del cabeza del hogar explica las diferencias de gasto en las cuatro partidas de ocio, hemos realizado un análisis econométrico controlado por una serie de variables socioeconómicas determinantes del gasto de los hogares. En este ejercicio, estimamos, para cada partida de gasto, un modelo de regresión lineal mediante Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO) con microdatos de sección transversal procedentes de la Encuesta de Presupuestos Familiares del INE.

La ecuación a estimar en cada modelo de gasto viene determinada a continuación:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_i + u_i$$

Donde Y_i representa el gasto realizado por el hogar en la partida de ocio en cuestión, β_0 es la constante, el vector X_i representa las variables explicativas incluidas en los modelos econométricos y u_i es el término de error. La descripción de las variables explicativas se encuentra en la siguiente tabla:

Tabla. Variables explicativas incluidas en el modelo econométrico y descripción de las mismas

	Educación Secundaria Obligatoria (ESO)
Sexo sustentador principal	Variable que toma el valor 1 cuando el sustentador principal del hogar es hombre, 0 cuando es mujer.
Ocupado sustentador principal	Variable que toma el valor 1 cuando el sustentador principal está ocupado, 0 en cualquier otro caso.
Casado sustentador principal	Variable que toma el valor 1 cuando el estado civil del sustentador principal es casado, 0 en cualquier otro caso.
Separado sustentador principal	Variable que toma el valor 1 cuando el estado civil del sustentador principal es separado, 0 en cualquier otro caso.
Divorciado sustentador principal	Variable que toma el valor 1 cuando el estado civil del sustentador principal es divorciado, 0 en cualquier otro caso.
Viudo sustentador principal	Variable que toma el valor 1 cuando el estado civil del sustentador principal es viudo, 0 en cualquier otro caso.
Edad sustentador principal	Variable que recoge de forma continua la edad del sustentador principal.
Estudios bajos sustentador principal	Variable que toma el valor 1 cuando el sustentador principal ha completado la ESO, EGB, Bachiller Elemental o hasta un nivel educativo inferior, 0 en cualquier otro caso.
Estudios medios sustentador principal	Variable que toma el valor 1 cuando el sustentador principal ha completado Bachiller, BUP, COU, Bachiller Superior, FP de Grado Medio, FP Básica y otros estudios de grado medio, FP de Grado Superior, FPII y equivalentes, 0 en cualquier otro caso.
Estudios universitarios sustentador principal	Variable que toma el valor 1 cuando el sustentador principal ha completado Grado, Diplomatura, Licenciatura, Másteres o Doctorado universitario, 0 en cualquier otro caso.
Renta hogar	Variable que recoge la renta neta anual del hogar, calculada como la suma de la renta mensual de cada uno de los miembros del hogar declarada por los mismos en la encuesta. En caso de no haber declarado la renta exacta se utiliza para su cálculo el intervalo de ingresos mensuales netos totales, asumiendo el valor intermedio del intervalo.
Número miembros menores 16 años	Variable que aporta información sobre el número de miembros menores de 16 años en el hogar.
Número miembros 16-34 años	Variable que aporta información sobre el número de miembros entre 16 y 34 años en el hogar.
Número miembros 35-64 años	Variable que aporta información sobre el número de miembros entre 35 y 64 años en el hogar.
Número miembros mayores 65 años	Variable que aporta información sobre el número de miembros mayores de 65 años en el hogar.
Persona sola	Variable que toma el valor 1 si el hogar se encuentra formado únicamente por el sustentador principal, 0 en cualquier otro caso.
Persona sola con hijos	Variable que toma el valor 1 si el hogar se encuentra formado por el sustentador principal que vive con hijos (y quizá otros), 0 en cualquier otro caso.
Pareja sin hijos	Variable que toma el valor 1 si el hogar se encuentra formado por el sustentador principal con sólo la pareja, 0 en cualquier otro caso.
Pareja con hijos	Variable que toma el valor 1 si el hogar se encuentra formado por el sustentador principal con la pareja e hijos (y quizá otros), 0 en cualquier otro caso.
Municipio grande	Variable que toma el valor 1 si el hogar se encuentra en un municipio con una población de 50.000 habitantes o más, 0 en cualquier otro caso.
Constante	

Tabla. Estadísticas descriptivas de las variables explicativas incluidas en el modelo econométrico

Variable	Número de observaciones	Media	Desviación estándar	Mínimo	Máximo
Gasto en restauración	22.043	2.369,2	3.312,661	0	67.012,0
Gasto en actividades culturales y eventos deportivos	22.043	144,4	632,056	0	20.824,6
Gasto en actividad deportiva	22.043	285,5	1.448,351	0	72.090,8
Gasto en lectura	22.043	165,0	445,801	0	13.736,3
Sexo sustentador principal	22.043	0,68	0,468	0	1
Ocupado sustentador principal	22.043	0,57	0,495	0	1
Casado sustentador principal	22.043	0,59	0,491	0	1
Separado sustentador principal	22.043	0,03	0,167	0	1
Divorciado sustentador principal	22.043	0,07	0,257	0	1
Viudo sustentador principal	22.043	0,12	0,322	0	1
Edad sustentador principal	22.043	56,2	14,967	18	85
Estudios bajos sustentador principal	22.043	0,50	0,500	0	1
Estudios medios sustentador principal	22.043	0,28	0,447	0	1
Estudios universitarios sustentador principal	22.043	0,22	0,414	0	1
Renta hogar	21.286	28.517,1	18.121,650	336,0	309.162,0
Número miembros menores 16 años	22.043	0,44	0,788	0	8
Número miembros 16-34 años	22.043	0,49	0,753	0	5
Número miembros 35-64 años	22.043	1,21	0,853	0	6
Número miembros mayores 65 años	22.043	0,43	0,705	0	4
Persona sola	22.043	0,19	0,393	0	1
Persona sola con hijos	22.043	0,14	0,347	0	1
Pareja sin hijos	22.043	0,24	0,428	0	1
Pareja con hijos	22.043	0,43	0,495	0	1
Municipio grande	22.043	0,50	0,500	0	1

Tabla. Resultados de los modelos econométricos

	Gasto en restauración	Gasto en actividades culturales y eventos deportivos	Gasto en actividad deportiva	Gasto en lectura
Sexo sustentador principal	330,2246***	-3,437476	-0,7082279	24,04329***
(Robust Std. Err.)	(62,45755)	(27,6216)	(18,50016)	(8,332529)
Ocupado sustentador principal.	382,165***	8,72148	-5,767116	20,67488***
(Robust Std. Err.)	(64,67786)	(27,25358)	(22,78035)	(8,403992)
Casado sustentador principal.	354,9472***	57,00997*	-17,54814	10,00285
(Robust Std. Err.)	(97,81667)	(35,50139)	(34,09654)	(12,31282)
Separado sustentador principal.	177,0881	-40,25857	-29,23772	-8,5324
(Robust Std. Err.)	(119,5214)	(36,84688)	(28,0344)	(16,73026)
Divorciado sustentador principal.	399,6454***	51,24354	-20,97657	-7,777068
(Robust Std. Err.)	(93,82129)	(45,76084)	(24,35667)	(12,3752)
Viudo sustentador principal.	486,227***	5,389816	-29,18587	-22,732***
(Robust Std. Err.)	(103,2831)	(33,09315)	(22,32222)	(10,74178)
Edad sustentador principal.	-12,74225***	-1,721608*	0,0278081	2,492027***
(Robust Std. Err.)	(2,875035)	(1,159597)	(0,952617)	(0,3542332)
Estudios bajos sustentador principal.	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
(Robust Std. Err.)				
Estudios medios sustentador principal.	89,53429*	62,94905***	36,36747***	52,76058***
(Robust Std. Err.)	(61,23805)	(28,16067)	(18,35388)	(7,806478)
Estudios universitarios sustentador principal.	209,5591***	75,49684**	113,9635***	119,4379***
(Robust Std. Err.)	(85,07303)	(42,56583)	(32,50929)	(11,8047)
Renta hogar	0,0650674***	0,0118363***	0,0034867***	0,003461***
(Robust Std. Err.)	(0,0026927)	(0,0015536)	(0,0007584)	(0,0003322)
Número miembros menores 16 años	-138,3877***	129,1891***	32,19984*	84,05534***
(Robust Std. Err.)	(45,48529)	(26,93639)	(22,24438)	(8,844213)
Número miembros 16-34 años	581,2918***	26,48866	65,89***	26,24471***
(Robust Std. Err.)	(54,18335)	(23,96766)	(19,95037)	(8,318657)
Número miembros 35-64 años	350,4302***	16,29274	22,83267	28,27016***
(Robust Std. Err.)	(57,61808)	(17,06488)	(16,49148)	(6,855281)
Número miembros mayores 65 años	138,5952***	-21,10845	9,640267	18,92853***
(Robust Std. Err.)	(59,2189)	(21,0581)	(15,61842)	(7,066662)
Persona soa	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
(Robust Std. Err.)				
Persona sola con hijos	-368,6103***	-62,41529*	-19,05961	7,645204
(Robust Std. Err.)	(87,235)	(41,35861)	(31,61651)	(12,83738)
Pareja sin hijos	-158,0311***	-109,2175***	-14,26351	-44,42993***
(Robust Std. Err.)	(106,1443)	(42,95319)	(41,45249)	(13,45925)
Pareja con hijos	-453,9138***	-156,6199***	-15,44389	-35,76722**
(Robust Std. Err.)	(143,6711)	(72,80288)	(48,86568)	(20,58778)
Municipio grande	-53,13434***	-31,78571*	37,08396***	27,33016***
(Robust Std. Err.)	(48,23448)	(21,36052)	(14,39654)	(6,49216)
Constante	7,1462	10,97315	-46,21341	-233,2031***
(Robust Std. Err.)	(183,3143)	(76,8333)	(73,93209)	(25,24653)

Los asteriscos hacen referencia a la significatividad individual de los parámetros estimados. Así, * indica que el parámetro es significativo al 90% de confianza, ** al 95% de confianza y *** al 99% de confianza.

Brecha 4

Para el cálculo del impacto económico de la brecha de género sobre el Valor Agregado Bruto (VAB) y sobre la creación de empleo se ha aplicado la metodología de las Tablas Input-Output (TIO), empleando para ello los datos provistos por el Instituto Nacional de Estadística (INE), siendo los últimos disponibles del año 2015.

Las TIO son usadas con frecuencia para la obtención de medidas de impacto económico, ya que analizan la actividad económica de los sectores productivos más relevantes de la economía, centrándose en el proceso de compras y ventas intersectoriales y en la satisfacción de la demanda final, además de la coherencia entre producción total (facturación de las unidades productivas), rentas (o su equivalente, el Valor Añadido Bruto-VAB) y empleo.

El enfoque desarrollado a partir del modelo Input-Output se ha centrado en el modelo de demanda, que permite estudiar las consecuencias que las variaciones en el consumo de los hogares, de las empresas para su proceso productivo, o la inversión en bienes de capital tienen sobre otros agregados como la producción total, el valor añadido bruto, la renta (que contempla salarios, rentas del capital, de la propiedad, beneficios y remuneración de trabajadores no asalariados) y el empleo. Estos impactos se estudian a través de los efectos directos, indirectos e inducidos.

Los **efectos directos** son los que se producen en los sectores que tienen contacto directo con las mujeres pensionistas a través de la demanda realizada por las mismas de bienes y/o servicios. Como consecuencia, la menor capacidad de consumo se vería repercutida de forma directa en la producción de estos sectores.

Los **efectos indirectos** se generan a través de los consumos intermedios a suministradores de los sectores afectados de forma directa por la merma en la capacidad de consumo de las mujeres pensionistas. Como consecuencia del menor consumo de las mujeres pensionistas, los sectores afectados de forma directa generan menor actividad económica lo que disminuye a su vez la demanda de estos a sus proveedores. Esto tiene efectos tanto en términos de producción como de empleo.

Los **efectos inducidos** son producidos a través del uso de las rentas generadas en el impacto directo e indirecto para la compra de bienes y servicios al conjunto de actividades de la economía. Los trabajadores de las empresas afectadas dejan de percibir un salario como causa de la reducción de la producción de la empresa, lo que a su vez merma la capacidad de compra de estos trabajadores.

Para más información, consultar: <http://www.ine.es/dynt3/metadatos/es/RespuestaDatos.html?oe=30033>

Definiciones de trabajo

Enfoque de género³² es el “concepto que hace referencia a las diferencias sociales -por oposición a las biológicas- entre hombres y mujeres que han sido aprendidas, cambian con el tiempo y presentan grandes variaciones tanto entre diversas culturas como dentro de una misma cultura, responden a construcciones sociales, modificables por consenso social”.

El género es por tanto la **construcción social de las diferencias basadas en el sexo**, y atiende a las funciones, comportamientos y atributos que las sociedades consideran apropiadas para hombres y mujeres.

Ocio, según la RAE, significa “el tiempo libre de una persona; la cesación del trabajo, inacción o total omisión de actividad; y la diversión u ocupación reposada como descanso de otras tareas, fuera de las obligaciones y ocupaciones habituales”. Con mayor precisión, la Asociación Internacional de Ocio y Recreación (WLRA, World Leisure & Recreation Association), define el ocio

como un área específica de la experiencia humana con beneficios propios: (i) la libertad de elección, (ii) la creatividad y (iii) la satisfacción; y que comprende formas de expresión cuyos elementos son de naturaleza física, intelectual, social, artística o espiritual.

Brecha de género en ocio, definida como el conjunto de desigualdades por condición de género -y, por tanto, susceptibles de ser evitables- determinantes de la disponibilidad y uso del tiempo libre que hacen hombres y mujeres, y que evidencia que “**las mujeres disponen de menos tiempo libre que los hombres**”, concretamente, y de acuerdo con la más reciente Encuesta de Empleo del Tiempo del INE, de más de una hora y media menos al día de tiempo libre.

Coste de oportunidad es el valor económico de la alternativa a la que se renuncia al decidirse por una determinada actuación o gasto. El valor económico citado iguala a los beneficios que se habrían obtenido de haber elegido la mejor alternativa posible. Existe siempre un coste de oportunidad porque los recursos disponibles son limitados (ya se trate de dinero o tiempo) ya que es precisamente esta circunstancia la que obliga a elegir entre las opciones posibles.

³²Comisión Europea (1998) “100 words for equality - A glossary of terms on equality between women and men”, disponible en <https://rm.coe.int/16805atcb6>.

Bibliografía

- 100 words for equality - A glossary of terms on equality between women and men (1998). Comisión Europea. Disponible en: <https://rm.coe.int/16805a1cb6>
- Aitchison, C. C. (2013). *Gender and leisure: Social and cultural perspectives*. Routledge.
- Arbide, S. S. H. (2008). La importancia de la perspectiva de género en la psicología del ocio. *Anales de Psicología/Annals of Psychology*, 24(1), 64-76.
- Alday, M. Á., & Ara, A. F. V. (2012). Impacto económico del ocio en el siglo XXI. *Arbor*, 188(754), 351-363. Disponible en: <http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/1468/1477>
- Bella, L. (1989). Women and leisure: Beyond androcentrism. Understanding leisure and recreation: Mapping the past, charting the future, 151-179.
- Bittman, M., Craig, L., & Folbre, N. (2004). Packaging care: What happens when parents utilize non-parental child care? *Family time: The social organization of care*, 133-151. Codina, N., Pestana, J. V., Castillo, I., & Balaguer, I. (2016). Ellas a estudiar y bailar, ellos a hacer deporte: un estudio de las actividades extraescolares de los adolescentes mediante los presupuestos de tiempo. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 16(1), 233-242.
- Coste de oportunidad de la brecha de género en la salud, Informe 1 - Closingap, Noviembre 2018, Disponible en: http://closingap.com/wp-content/uploads/2018/11/Informe_Salud.pdf
- Craig, L., & Mullan, K. (2009). "The Policeman and the Part-Time Sales Assistant": Household Labour Supply, Family Time and Subjective Time Pressure in Australia 1997-2006. *Journal of Comparative Family Studies*, 547-561. Craig, L., & Mullan, K. (2012). Shared parent-child leisure time in four countries. *Leisure Studies*, 31(2), 211-229. Differences in men's and women's work, care and leisure time. Policy Department C: Citizens' Rights and Constitutional Affairs (2016). Disponible en: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/556933/IPOL_STU\(2016\)556933_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/556933/IPOL_STU(2016)556933_EN.pdf)
- Erickson, R. J. (2005). Why emotion work matters: Sex, gender, and the division of household labor. *Journal of marriage and family*, 67(2), 337-351. Fraguera Vale, R., Varela Garrote, L., & Sanz Arazuri, E. (2016). Ocio deportivo, imagen corporal y satisfacción vital en jóvenes españoles. *Revista de psicología del deporte*, 25(4), 0033-38.
- Fundación Europea para la Mejora de las Condiciones de Vida y de Trabajo (Eurofound).
- Gender Equality Index 2017 - Measuring gender equality in the European Union 2005-2015
- Informe Ymedia sobre el consumo audiovisual en España (2018). Disponible en: <http://www.colpublirp.com/wp-content/uploads/2018/06/Consumo-medios-de-comunicacion-audiovisuales-Espana.pdf>
- La acción voluntaria en 2018. Plataforma de Voluntariado de España, Observatorio del Voluntariado. Disponible en: <https://plataformavoluntariado.org/wp-content/uploads/2019/02/ultima2018-accionvoluntaria.pdf>
- Larson, R. W., Gillman, S. A., & Richards, M. H. (1997). Divergent experiences of family leisure: Fathers, mothers, and young adolescents. *Journal of Leisure Research*, 29(1), 78-97. Las AMPAS en el sistema escolar español: cómo son, qué necesitan y en qué creen. Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD), BBVA y la Comisión Nacional de Cooperación con la UNESCO. Disponible en: <https://www.fad.es/sites/default/files/AMPAS.PDF>
- Living Conditions in Europe (2018). Eurostat.
- Mattingly, M. J., & Bianchi, S. M. (2003). Gender differences in the quantity and quality of free time: The US experience. *Social forces*, 81(3), 999-1030. Usos del tiempo, estereotipos, valores y actitudes. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (2007).
- Munné, F., & Codina, N. (2002). Ocio y tiempo libre: consideraciones desde una perspectiva psicosocial. *Revista Licere-Brasil*, 5(1), 59-72.
- Perfil de voluntarios 2018. Coordinadora estatal de ONGD.
- de León Elizondo, A. P., Arazuri, E. S., & San Emeterio, M. A. V. (2015). Ocio familiar y actividad física en estudiantes de bachillerato: ¿alianza, rivalidad o independencia? *Pedagogía social: revista interuniversitaria*, (25), 3-17.
- Sayer, L. C., Bianchi, S. M., & Robinson, J. P. (2004). Are parents investing less in children? Trends in mothers' and fathers' time with children. *American journal of sociology*, 110(1), 1-43. Shaw, S. M., & Dawson, D. (2001). Purposive leisure: Examining parental discourses on family activities. *Leisure sciences*, 23(4), 217-231. Shaw, S. M. (2008). Family leisure and changing ideologies of parenthood. *Sociology Compass*, 2(2), 688-703. Craig, L., & Mullan, K. (2013). Parental leisure time: A gender comparison in five countries. *Social Politics*, 20(3), 329-357.
- Special Eurobarometer 465 (2017): Gender Equality. European Union. Disponible en: <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/ResultDoc/download/DocumentKy/80678>
- Special Eurobarometer 472 (2017): Sports and physical activity. European Union. Disponible en: <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/ResultDoc/download/DocumentKy/82432>
- Strazdins, L., & Broom, D. H. (2004). Acts of love (and work) gender imbalance in emotional work and women's psychological distress. *Journal of Family Issues*, 25(3), 356-378. Sullivan, O. (1997). Time waits for no (wo)man: An investigation of the gendered experience of domestic time. *Sociology*, 31(2), 221-239. The Global Gender Gap Report (2017). World Economic Forum (WEF), Disponible en: <https://www.weforum.org/reports/the-global-gender-gap-report-2017>
- The Global Gender Gap Report (2006). World Economic Forum, Disponible en: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GenderGap_Report_2006.pdf
- The Global Gender Gap Report (2018). World Economic Forum, Disponible en: <https://www.weforum.org/reports/the-global-gender-gap-report-2018>
- Women Matter 2017: A way forward for Spain, McKinsey & Company (2017), Disponible en: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/gender-equality/women-matter-2017-a-way-forward-for-spain/es-es>

Fuentes de información

- AIMC Marcas (2018)
- Asociación Internacional de Ocio y Recreo (WLRA, World Leisure & Recreation Association)
- Contabilidad Nacional (Instituto Nacional de Estadística, 2018)
- Cuentas de los hogares de la Economía Española (Banco de España, 2018)
- Encuesta anual de coste laboral (Instituto Nacional de Estadística, 2017)
- Encuesta de Empleo del Tiempo (Instituto Nacional de Estadística, 2009-2010)
- Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España (2014-2015). Ministerio de Cultura y Deporte.
- Encuesta de Población Activa (Instituto Nacional de Estadística, 2018)
- Encuesta de Presupuestos Familiares (Instituto Nacional de Estadística, 2017)
- Fundación Europea para la Mejora de las Condiciones de Vida y de Trabajo (Eurofound)
- Gender Equality Index 2017 (European Institute for Gender Equality)
- Spain Physical Activity Factsheet 2018 (World Health Organization)
- Tablas Input-Output (Instituto Nacional de Estadística, 2015)

Women for a healthy economy

Qué es ClosinGap. Women for a healthy economy

A iniciativa de Merck, diez grandes empresas se han unido con el objetivo de crear un clúster que analice, de forma constructiva y rigurosa, cuál es el coste de oportunidad que tiene para la economía el hecho de que no se aproveche todo el talento femenino por el hecho de que sigan persistiendo brechas de género.

Quiénes formamos este clúster

Las empresas que se han unido a este clúster son Merck, MAPFRE, Repsol, Vodafone, Meliá Hotels International, Mahou San Miguel y Solán de Cabras, BMW Group, L'Oreal, Inditex, PwC y Bankia.

Board de ClosinGap: Marieta Jiménez (Merck), Begoña Elices (Repsol), Antonio Huertas (MAPFRE), Francisco Román (Vodafone), Manuel Terroba (BMW Group), Gabriel Escarrer (Meliá Hotels International), Eduardo Petrossi (Mahou San Miguel y Solán de Cabras), Juan Alonso de Lomas

(L'Oréal), Begoña López Cano (Inditex), Manuel Martín (PwC) y José Ignacio Goirigolzarri (Bankia).

Comité Ejecutivo de ClosinGap: Ana Polanco (Merck), María Pilar Rojas (Repsol), Eva Piera (MAPFRE), Rebeca Navarro (Vodafone), Natalia González-Valdés (L'Oréal), Pilar García de la Puebla (BMW Group), Lourdes Ripoll (Meliá Hotels International) Patricia Leiva (Mahou San Miguel y Solán de Cabras), Mireia Gimeno (Inditex), Isabel Linares (PwC) y Amalia Blanco (Bankia).

Cuál es el trabajo que estamos desarrollando

Con una periodicidad bimestral, el clúster va a publicar informes detallados sobre cuál es la repercusión que tiene para el PIB la persistencia de las distintas brechas de género en ámbitos como la salud, las pensiones, la conciliación, las tecnologías de la información, el turismo, el ocio o la movilidad, además de desarrollar otras acciones comunes.

Cuáles son nuestros objetivos

Generar conocimiento y datos sobre las brechas de género, compartir buenas prácticas que ya se están llevando a cabo, crear nuevas iniciativas que sirvan para ir cerrando las brechas de género y hacer su aportación para que el debate de la igualdad siga en la agenda pública.

Dónde puedes saber más sobre nosotros

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



Agradecimientos

El presente informe sobre el coste de oportunidad de la brecha de género ha sido elaborado en colaboración con Afi.