



FUNDACIÓN **vida**
sostenible

Análisis y perfiles de huella ecológica: exploración de los datos desde una perspectiva de género (2021-2023)

Informe 2024

Mayo, 2025

Fundación Vida Sostenible

C/ Melquíades Biencinto, 7. 28053 Madrid
fundacion@vidasostenible.org
www.vidasostenible.org
+34 637 816 260

Análisis y perfiles de huella ecológica: exploración de los datos desde una perspectiva de género (2021-2023).

Este informe forma parte del proyecto “Desarrollo de la Adaptación y Resiliencia del ecosistema doméstico frente a la crisis global: Estilos de vida hacia la sostenibilidad” (DARVIDAS) realizado con el apoyo económico del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico dentro de la concesión de subvenciones a entidades del Tercer Sector u Organizaciones no Gubernamentales que desarrollen actividades de interés general consideradas de interés social en materia de investigación científica y técnica de carácter medioambiental 2024.

Informe realizado por la Fundación Vida Sostenible, mayo 2025

Fundación Vida Sostenible

Melquíades Biencinto, 7 • 28053 Madrid

www.vidasostenible.org

Equipo de trabajo:

Jesús Alonso Millán, Cecilia Barrera Gamarra, M^a Dolores Hermida Quesada y Darío Montes Santamaría

Expertos-asesores:

José Vicente de Lucio Fernández (UAH)

Juan Carlos Salazar Elena (UAM)

Diseño y maquetación:

Fundación Vida Sostenible

Índice

Resumen	4
1. Introducción	5
2. Resultados: análisis de los datos	9
2.1. Datos globales de la encuesta	9
2.2. Análisis de los datos según género	12
2.2.1. Datos descriptivos	12
2.2.2. La huella total	17
2.2.3. Energía	19
2.2.4. Transporte	24
2.2.5. Agua	29
2.2.6. Materiales	33
3. Perfiles femenino y masculino	39
4. Conclusiones	45
Anexos:	46
Anexo I: Estimaciones de huella ecológica personal en planetas	46
Anexo II: Resultados de huella ecológica personal de las personas que eligieron la opción otro género	47

Resumen

Este informe, “Análisis y perfiles de huella ecológica: exploración de los datos desde una perspectiva de género (2021-2023)”, se enmarca en el proyecto “Desarrollo de la Adaptación y Resiliencia del ecosistema doméstico frente a la crisis global: Estilos de vida hacia la sostenibilidad” (DARVIDAS) realizado con el apoyo del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.

Su contenido es fruto de la revisión de un primer informe realizado en junio de 2024, “[Análisis y perfiles de huella ecológica 2018 – 2023. Exploración de los datos desde una perspectiva de género](#)” a partir de la exploración de los datos recogidos con la encuesta de estimación de huella ecológica de la Fundación Vida Sostenible, entre febrero de 2018 y diciembre de 2023. A lo largo de este periodo se realizaron 803.463 estimaciones procedentes de, según las personas que han utilizado la encuesta, 191 países.

En él se facilitan inicialmente los datos generales recogidos en la base de datos de la encuesta. Tratándose estos de número de estimaciones por países y datos totales de huella estimada en planetas equivalentes para los países desde los que se recogieron más de 1.000 estimaciones realizadas. En una segunda parte se analizan los resultados entre marzo de 2021 y diciembre de 2023, a partir de la variable género, cruzándose esta con el conjunto de preguntas de la encuesta organizadas en bloques temáticos (véase la estructura de la encuesta en el apartado 3.1. Metodología). Esta muestra es de 490.656 estimaciones, al haberse introducido la pregunta sobre género en marzo del 2021.

Por último, se caracterizan los perfiles femenino y masculino de las personas que han completado y enviado la encuesta.

1. Introducción

El concepto de huella ecológica fue acuñado por Wackernagel y Rees en 1996¹, con objeto de expresar de una forma intuitiva y sintética los efectos de la demanda de recursos naturales. Se expresa en términos de superficie de tierra equivalente y se traduce habitualmente en planetas necesarios para satisfacer las necesidades de la población humana si todas las personas hicieran el mismo uso de los recursos naturales.

Esta idea de calcular la huella ecológica se ha aplicado en distintos aspectos de la incidencia humana sobre el medio ambiente, con distintos propósitos.

Así en 2002 surge el concepto de huella hídrica en el Instituto UNESCO-IHE², enfocado a la educación en temas relacionados con el agua, como herramienta para la gestión de este recurso esencial para la vida. Creciendo el interés por este término rápidamente: “En 2007, las empresas, en particular las de alimentación y bebidas como Unilever, SABMiller, Heineken, Coca-Cola, Nestlé y Pepsico, empezaron a ser cada vez más conscientes de su dependencia del agua y del riesgo relacionado con el agua al que se enfrentaban sus empresas.” (Water Footprint Network, n.d.), y en 2004 la industria petrolera lanzó la primera calculadora de huella de carbono y el propio concepto de huella de carbono (Kaufman, 2020; Solnit, 2021).

Desde 2003 la ONG internacional Global Footprint Network³ tiene como misión el cálculo de la huella ecológica de los países, y publica anualmente las cuentas de huella de cada país y su biocapacidad. Además de elaborar otros indicadores que nos informan y ayudan a reflexionar sobre nuestro estilo de vida en relación al uso de los recursos naturales o las desigualdades mundiales en cuánto a pautas de consumo, como son el Earth Overshoot Day o Día de la Sobrecapacidad de la Tierra (por países, regiones y global).

La representación en planetas de la huella ecológica la convierte en un indicador con alto potencial pedagógico al tratarse de una unidad que todas las personas comprendemos y somos capaces de dimensionar o visualizar, frente a otras unidades, como pueden ser los litros de agua o las toneladas equivalentes de CO₂.

La **calculadora de huella ecológica de la Fundación Vida Sostenible** se enmarca dentro de las calculadoras personales. Es decir, se trata de una herramienta que sirve para medir la sostenibilidad ambiental de una persona concreta.

¹ Ress, W. E., & Wackernagel, M. (1996). Ecological footprints and appropriated carrying capacity: measuring the natural capital requirements of the human economy. *Focus*, 6(1), 45–60.

² Página web de IHE Delft Institute for Water Education: <https://www.un-ihe.org/>

³ Página web de Global Footprint Network: <https://www.footprintnetwork.org/>

La calculadora de huella ecológica de la Fundación Vida Sostenible

La Fundación Vida Sostenible está interesada en explorar y difundir estilos de vida sostenible promoviendo el empoderamiento de la ciudadanía frente a la crisis ambiental. Por ello, la calculadora tiene un carácter muy pedagógico. El objetivo de esta herramienta, disponible en abierto en la web de la Fundación, es sensibilizar y estimular la reflexión sobre distintos aspectos de la vida cotidiana de las personas y las consecuencias que, de generalizarse, tendrían sobre el medio ambiente. El resultado de la estimación alienta a las personas interesadas a profundizar mediante la invitación a la acción para reducir o mejorar su huella, y recursos de diversa índole y formato para la transición hacia la sostenibilidad ofrecidos por la propia Fundación y otras entidades.

Para ello, su formulación se encuentra en una complejidad sencilla respecto a otras encuestas actualmente activas, con un formato que puede ser respondido en pocos minutos, sin necesidad de utilizar facturas u otros documentos para obtener una estimación de huella. En cuanto a su precisión, se trata de una encuesta que abarca diferentes campos y aspectos que generan impactos relevantes desde el ecosistema doméstico. La organización en bloques temáticos y preguntas permite otorgar distintos pesos a las respuestas a la vez que analizar más detalladamente los impactos en función de cada aspecto sobre el que se pregunta. De esta manera se consigue un recurso que invita y estimula a las personas a reflexionar y a tomar acción.

Uno de los indicadores que muestra el éxito de esta herramienta es el elevado número de estimaciones realizadas: a cierre del año 2023, este ascendía a 803.463 (febrero 2018 - diciembre 2023), y a cierre de 2024, se le sumarían 95.192 estimaciones enviadas. Siendo otro de estos indicadores, el elevado porcentaje de personas jóvenes que utilizan la encuesta: el 90,7% de personas que completaron la encuesta son menores de 37 años..

Además, de su función didáctica para las personas que hacen uso de ella, la herramienta genera una base de datos con la que la Fundación explora hábitos de comportamiento o patrones de consumo a través del análisis de las diferentes variables (las preguntas de la encuesta). Este trabajo posibilita la elaboración de investigaciones y otros contenidos que, a su vez, pueden facilitar el diseño de acciones, comunicaciones u otros recursos orientados a los diferentes perfiles que se pueden observar entre las personas que han realizado su estimación de huella ecológica personal.

Ejemplo de ello son los *working paper* o documentos de trabajo:

- *Sustainable consumption vs. green consumerism. A study on lifestyle diversity and sustainability (2023)*, elaborado por Juan Carlos Salazar-Elena, José Vicente de Lucio Fernández y Darío Montes Santamaría. En esta investigación se relacionan dos tipos de consumo (lo que ha sido llamado como “consumo sostenible” y “consumismo verde”) en función de la renta, estudios, tamaño del hogar y la vivienda o edad.
En revisión, tras las sugerencias realizadas por la revista científica a la que ha sido enviado.
- *Assessing the Impact of COVID-19 on Sustainable Consumption: A Difference-in-Differences Analysis of Generations X and Z (2025)*, elaborado por Juan Carlos Salazar-Elena, Darío Santamaría y Dolores Hermida. Un análisis clave para entender no solo cómo responden las personas ante grandes crisis, sino también qué grupos sociales sostienen mejor sus compromisos ambientales en contextos adversos.

La encuesta

La **encuesta o calculadora de huella ecológica personal** es un formulario de treinta y cuatro preguntas organizado en cinco bloques:

- **Bloque 1: Define tu situación.** Estas once preguntas están orientadas a conocer detalles de cada persona relacionados con aspectos personales como la edad, el género, los ingresos del hogar o cuántas personas conviven en él.
- **Bloque 2: Energía.** Las nueve cuestiones pretenden recabar información sobre la relación con la energía en el hogar de las personas que calculan su huella. Para ello hay que responder a cuestiones relacionadas con la climatización o la eficiencia de ciertos elementos del hogar.
- **Bloque 3: Transporte.** En un máximo de seis preguntas aborda las prácticas habituales de desplazamiento: cuál es el medio más habitual utilizado, el tiempo de los desplazamientos al trabajo o centro escolar o si se utiliza mucho el coche sin acompañante son algunas de las cuestiones.
- **Bloque 4: Agua.** Para conocer el impacto del consumo de agua en el hogar, se realizan tres preguntas sobre la cantidad de plantas, los métodos de riego y los sistemas economizadores de agua disponibles en el hogar.
- **Bloque 5: Materiales.** Sus cinco preguntas hacen referencia a las prácticas de compra y alimentación. Entre ellas: qué tipo de alimentos se consume (desde frescos hasta procesados) o con qué frecuencia se hace la compra.

El primer bloque es descriptivo de la muestra, mientras que los demás son temáticos. Los bloques funcionan como un indicador, capaz de recoger la mayor cantidad de información posible a partir de algunos aspectos cruciales del ecosistema doméstico.

Las respuestas a cada una de las preguntas de los bloques temáticos llevan asociadas una puntuación. Esta es directamente proporcional a la cantidad de impactos medioambientales negativos que ocasionan cada una de sus opciones. Es decir, a mayores impactos, mayor es la puntuación de la respuesta. Así, por ejemplo, una persona que responda que se traslada al trabajo en coche de combustión, obtendrá una puntuación mayor que una persona que se desplaza caminando. De la misma manera, una persona que conduzca un coche eléctrico, obtendrá menor puntuación que la que conduce un coche de motor térmico.

Del sumatorio de las puntuaciones de las preguntas temáticas resulta puntuación final que puede ascender hasta un máximo de 100 puntos (equivalente a 5 planetas). Esta escala se relaciona de la siguiente manera.

Puntuación	Número de planetas	Puntuación	Número de planetas
0		75	
25		100	
50			

El resultado final de huella en planetas es acompañado de un informe de diagnóstico con comentarios y recomendaciones ad hoc para reducir o mejorar la huella ecológica personal, generado automáticamente según las respuestas de cada usuario o usuaria que completa la encuesta. Un ejemplo de dichas recomendaciones son las que se muestran a continuación:

- Si se marca la opción “no” a la pregunta “¿tienes algún electrodoméstico con etiqueta energética A?”, el diagnóstico obtenido será: “si ninguno de tus electrodomésticos tiene etiqueta energética superior, comienza por el frigorífico. Si no tiene etiqueta energética superior o no tiene etiqueta energética de ninguna clase, lo más seguro es que sea un modelo antiguo que está derrochando energía las 24 horas del día. Si es de tamaño estándar te saldrá a cuenta cambiarlo y, si es posible, por uno de tamaño menor. Lo amortizarás en cuatro o cinco años”.
- Para la pregunta “¿cuál es tu estilo de uso de la climatización?”, al seleccionar “uso la calefacción y/o el aire acondicionado con mucha moderación”, el diagnóstico refleja “tu habilidoso comportamiento con la climatización contribuye a reducir tu huella ecológica y también te hace ahorrar mucho dinero”.

Por último, queremos señalar que la encuesta está en abierto con su diseño actual desde febrero de 2018, siendo en marzo de 2021 cuando se introduce la pregunta sobre género. En este año también se posibilita la realización de la encuesta en tres idiomas: español, inglés y portugués.

Objetivos

Si bien el objetivo de la encuesta, como indicamos anteriormente, es sensibilizar e invitar a la reflexión a la ciudadanía para fomentar una conciencia ambiental y una adopción generalizada de prácticas sostenibles, con este informe se pretende analizar las diferencias entre la huella ecológica y las variables del comportamiento generador de huella en función de la variable género.

Es decir, se desea avanzar en la exploración de la información que recoge la base de datos de la encuesta para comprobar si los comportamientos cotidianos con incidencia ambiental declarados por las personas que completaron la encuesta tienen una diferenciación en función del género.

Metodología

En el análisis de los datos expuestos en este informe se han cruzado los datos de las respuestas a cada una de las preguntas de la encuesta con la variable descriptiva de género, y se han analizado mediante gráficos de red o “telaraña”. Estos gráficos representan una comparativa normalizada de las respuestas dadas (véase apartado 2.2). Es decir, se han transformado los datos de cada pregunta a un número comprendido entre 0 y 1, siendo 0 el valor de menor impacto, ingresos, edad, etc., y 1 el de mayor (véase apartado 3). Una vez obtenido este número se ha calculado el promedio para cada pregunta en función del género.

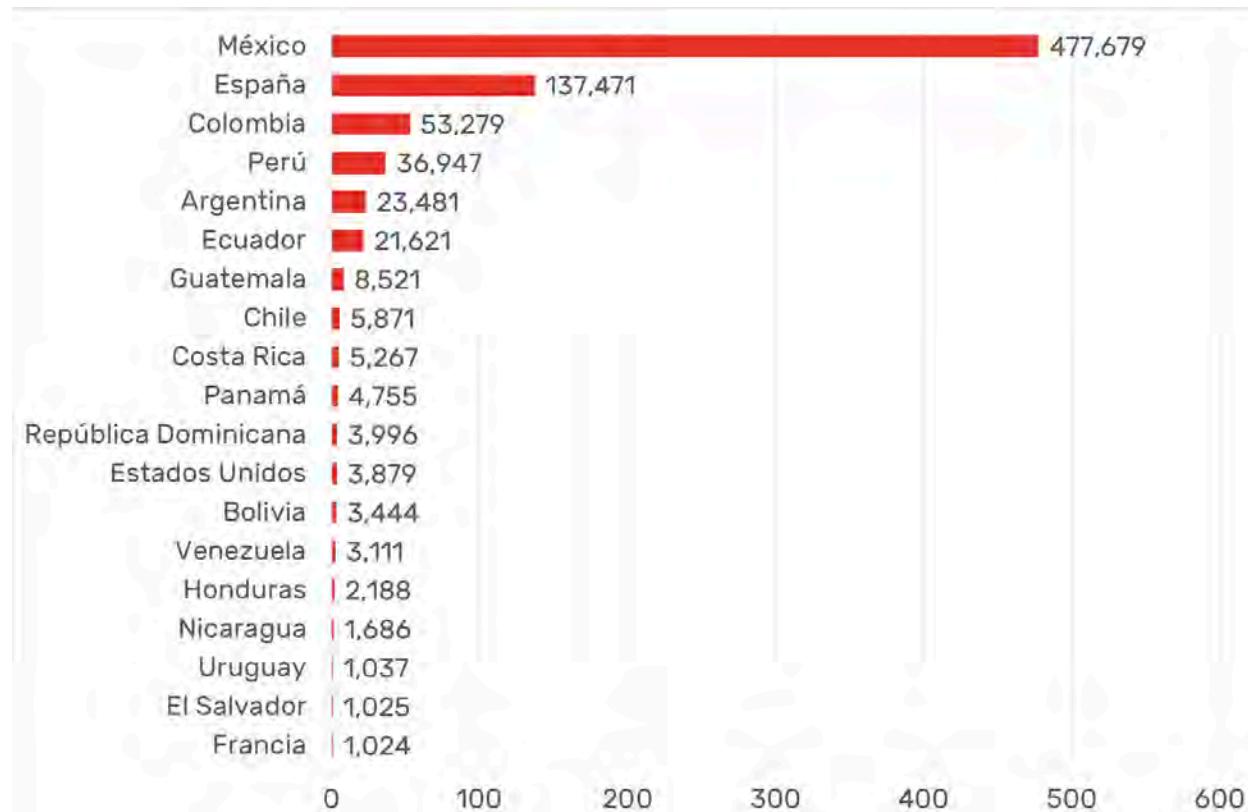
Esta normalización se ha realizado con los datos descriptivos que tenían una progresión (por ejemplo, la edad de menor a mayor) y los valores numéricos asociados a cada respuesta de los bloques temáticos.

2. Resultados: análisis de los datos

2.1. Datos globales de la encuesta

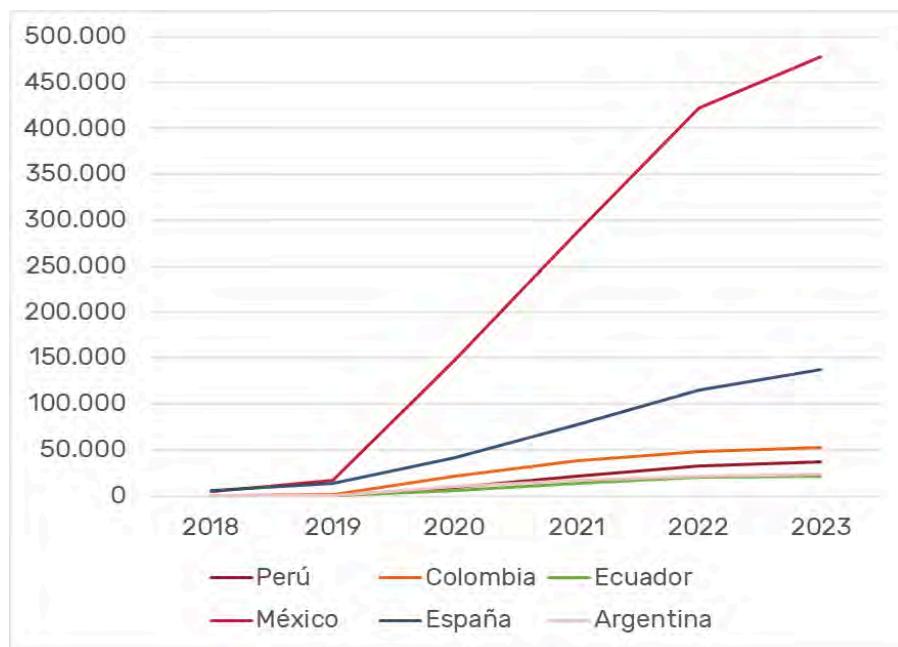
Entre febrero de 2018 y diciembre de 2023 se recogieron 803.463 estimaciones de huella ecológica realizadas en 191 países. De ellos, 19 países han realizado 1.000 o más encuestas. Entre ellos, Estados Unidos y Francia, cuya lengua oficial no es el español.

Figura 1. Total de estimaciones realizadas: países con más de 1.000. Febrero 2018 - diciembre 2023. Tamaño muestra: 796.282 estimaciones.



En la Figura 2 se representa la evolución del número de cuestionarios cumplimentados en los países con más de 20.000 respuestas. Como se puede observar, en 2019 se produce un fuerte despegue de las encuestas realizadas desde México. Pensamos que esto es debido al interés mostrado por el [World Resources Institute – México \(WRI – México\)](#) y diferentes centros formativos mexicanos en utilizar la herramienta como instrumento de trabajo y comunicación social.

Figura 2. Evolución del número de cuestionarios cumplimentados en países con más de 20.000 estimaciones realizadas. Febrero 2018 - diciembre 2023.



En la Figura 3 hemos representado la huella ecológica personal media estimada en planetas equivalentes conforme a las respuestas recogidas entre febrero de 2018 y diciembre de 2023 para los países con más de 1.000 encuestas enviadas. Todos los países superan una huella ecológica de dos planetas y medio.

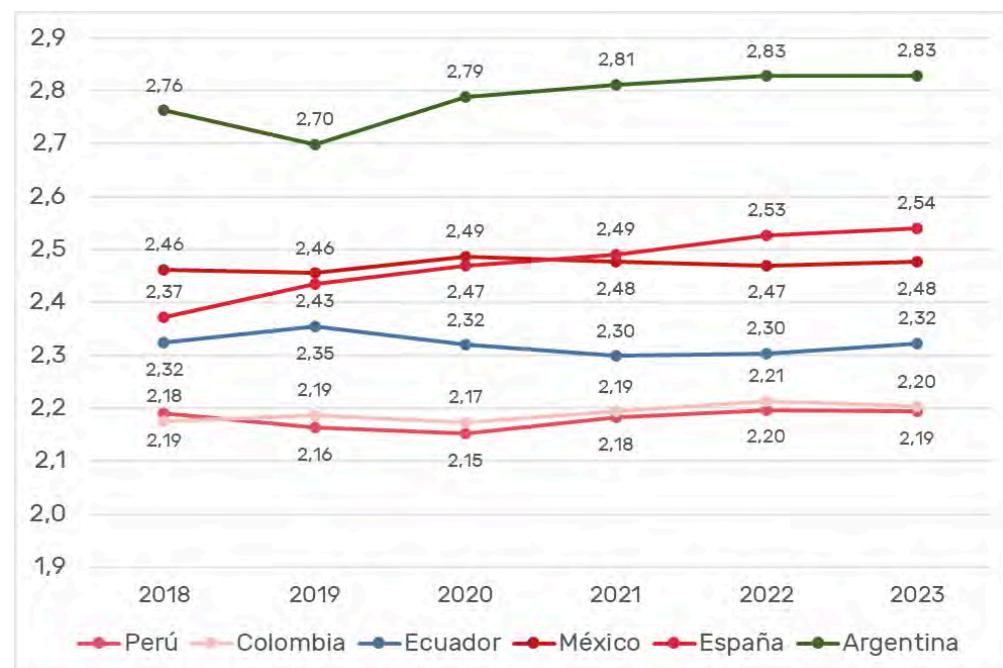
Figura 3. Huella ecológica personal media en planetas equivalentes para los países con más de 1.000 estimaciones realizadas. Febrero 2018 - diciembre 2023. Tamaño muestra: 796.282 estimaciones.



Es importante destacar que este indicador responde al perfil de las personas que han realizado la encuesta, basándose sus resultados en las respuestas a una serie de preguntas sobre pautas de consumo cotidiano, tenencia o no de ciertos equipamientos y su modo de utilización. Como veremos a lo largo del informe, además de su función sensibilizadora y de invitación a la reflexión, su mayor interés reside en la posibilidad que nos abre de poder estudiar cómo interactúan sus variables en la configuración de los comportamientos ambientalmente responsables.

En la siguiente figura se observa cómo ha ido evolucionando la huella de los países con más de 20.000 estimaciones realizadas. En cada año se representa la huella ecológica media, en planetas, obtenidas de todas las estimaciones realizadas dicho año.

Figura 4. Comparativa de la evolución de la huella ecológica personal media anual en planetas equivalentes de los países con más de 20.000 estimaciones realizadas. Febrero 2018 - diciembre 2023. Tamaño muestra: 750.478 estimaciones.



En el Anexo I de este informe se puede consultar la evolución de la huella ecológica personal de los 19 países con más de 1.000 estimaciones realizadas con nuestra encuesta. Para cada país se representa la huella ecológica personal media anual y la media del periodo objeto de este informe, en planetas.

2.2. Análisis de los datos según género

La encuesta ha sido realizada por más mujeres que hombres. Para el total de 499.566 estimaciones recogidas desde marzo del 2021 –año de inclusión de la pregunta en relación al género– y diciembre de 2023, han declarado ser del género femenino 281.598 personas (un 56,4%) y 209.058 del masculino, y 8.910 personas eligieron la opción de otro género (un 1,8%).

En esta exploración no se han incluido los resultados de las 8.910 personas que seleccionaron la opción otro género (un 1,8%), estos se pueden consultar en el Anexo II.

2.2.1. Datos descriptivos

Este bloque de preguntas está orientado a conocer detalles de cada persona relacionados con aspectos personales como la edad, el género, los ingresos del hogar o cuántas personas conviven en él.

País de residencia

Se observa como España y México son los países de procedencia más representativos de las personas que completaron la encuesta. Les siguen cuatro países con más de 10.000 encuestas realizadas desde marzo del 2021 en cada país –Colombia, Perú, Argentina y Ecuador. En todos ellos completaron más encuestas las mujeres, salvo en Ecuador donde hay un mayor número de encuestas completadas por hombres.

Tabla 1. País de procedencia de las personas que declararon ser del género femenino o masculino. Marzo 2021 - diciembre 2023. Tamaño muestra: 490.656 estimaciones.

País de residencia	Masculino	Femenino
México	123.722	174.498
España	37.512	45.874
Colombia	12.260	15.858
Perú	11.484	15.053
Argentina	4.544	7.725
Ecuador	6.276	5.835
Resto de países	13.260	16.755

Nivel de renta

La Figura 5 representa la media de respuestas a la pregunta sobre cuál es la renta de las personas que completan la encuesta. En ella vemos que las personas que se declararon tanto femeninas como masculinas se encuentran algo por encima de la opción 3 (entre 10.000 y 20.000 euros) con una pequeña diferencia entre ellas, aunque las estimaciones respondidas por el género femenino cuentan con menores rentas que las masculinas.

En la distribución de respuestas para esta pregunta, vemos como la mayor diferencia entre ambos géneros es el porcentaje por encima de 40.000 euros donde el género masculino supera al femenino en 2,4 puntos. En el otro extremo, menos de 5.000 euros, el género femenino supera en 1,3 puntos al masculino.

En términos estadísticos se puede afirmar que el nivel de renta es dependiente del género, declarando los hombres que cumplimentaron la encuesta un mayor nivel de renta.

Figura 5. Media de renta en el hogar por género. Marzo 2021 - diciembre 2023.

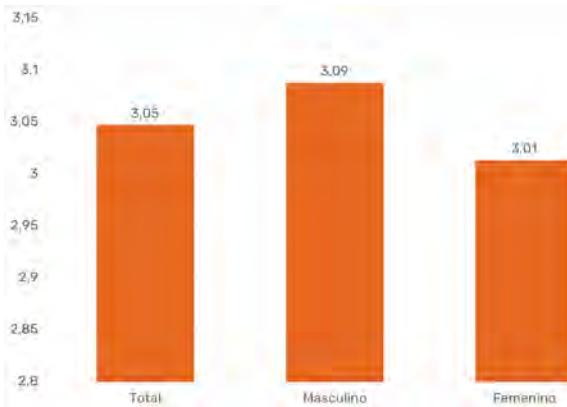
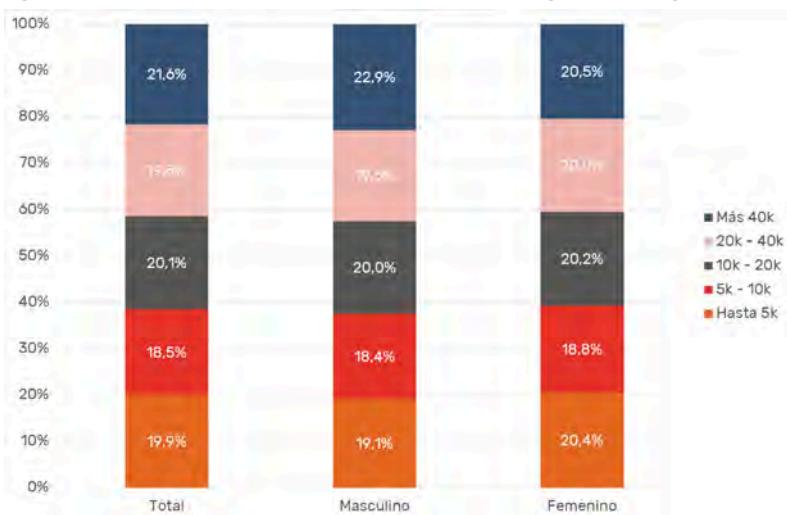


Figura 6. Distribución porcentual de tramos de ingresos por género. Marzo 2021 - diciembre 2023.



Edad

Más del 90% de las personas que respondieron la encuesta tiene menos de 36 años. Así vemos que ambos géneros están solo a dos centésimas de diferencia, para hacer una media en el rango de entre 17 y 36 años. Siendo algo más joven el género masculino.

Figura 7. Distribución porcentual de rangos de edad por género. Marzo 2021 - diciembre 2023.



Nivel de estudios

Más del 90% de las personas que cumplimentaron la encuesta señala tener estudios secundarios o universitarios, teniendo las personas femeninas de nuestra muestra un mayor recorrido que las personas masculinas (un 93,7% frente a un 91,4%). Así hay un mayor porcentaje de hombres que no tienen estudios (1,1%) y, entre ellas se alcanza más la titulación universitaria, un 30,7 % frente a un 29,6%.

El nivel de estudios declarado es dependiente del género, teniendo las mujeres que cumplimentaron la encuesta un mayor nivel de estudios que los hombres.

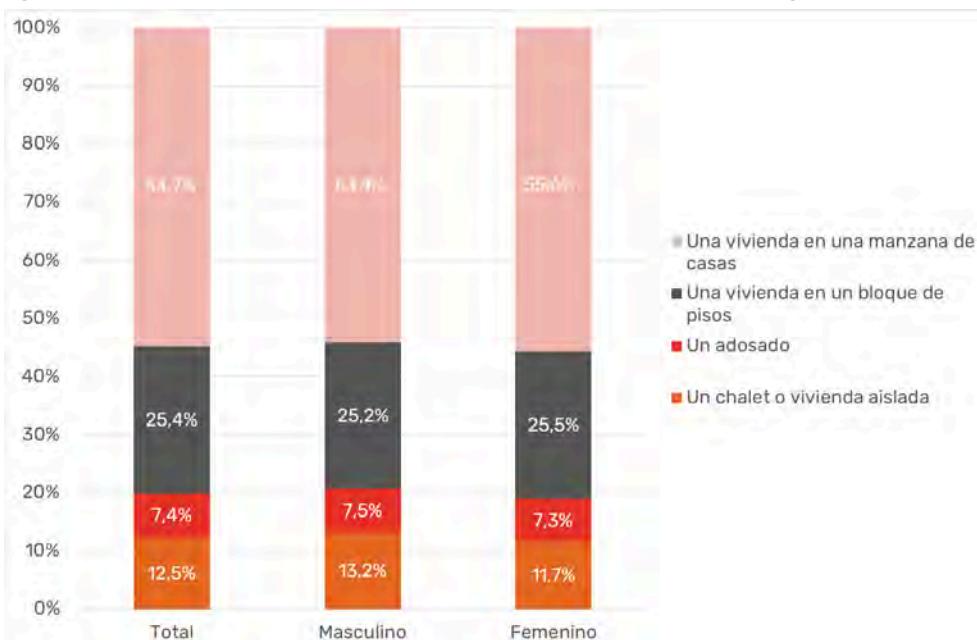
Figura 8. Distribución porcentual de nivel de estudios. Marzo 2021 - diciembre 2023.



Tipo de vivienda de residencia

Si distinguimos entre viviendas unifamiliares (chalets o viviendas aisladas y adosados) y multifamiliares (bloque de pisos o manzanas de casas), hay un mayor número de personas masculinas viviendo en viviendas unifamiliares: 20,7% de personas que eligieron la opción masculino frente al 19% que eligieron femenino.

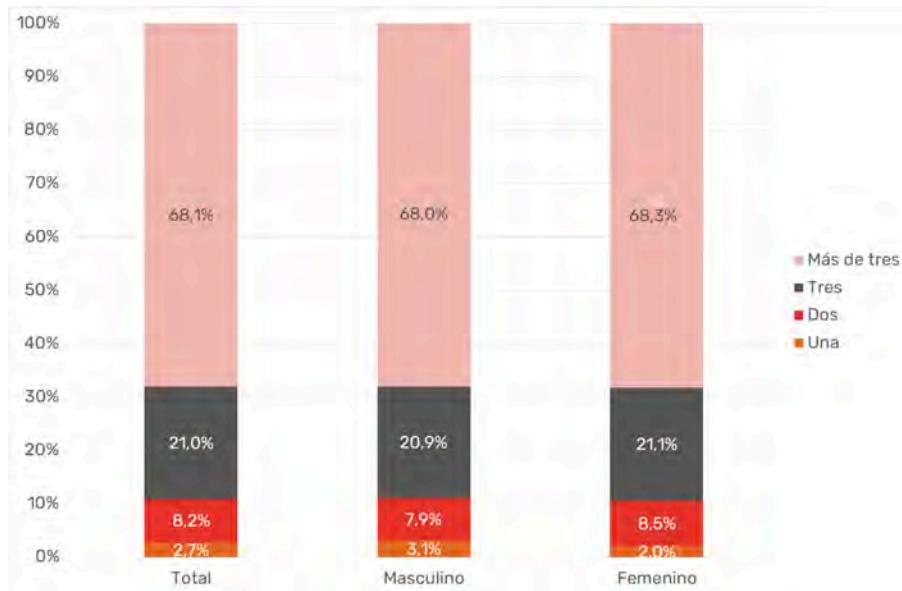
Figura 9. Distribución porcentual de tipo de vivienda de residencia por género. Marzo 2021 - diciembre 2023.



Número de personas que viven en el hogar

Siendo la relación porcentual la representada en la Figura 10, se observa que la gran mayoría de los hogares tienen cuatro o más miembros, independientemente del género de la persona que estimó su huella.

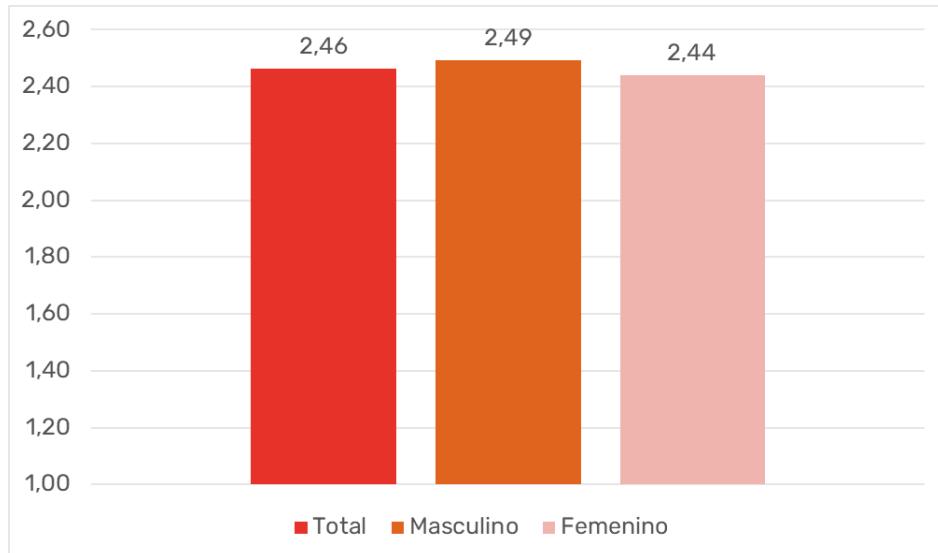
Figura 10. Distribución porcentual del número de personas que viven en el hogar por género. Marzo 2021 - diciembre 2023.



2.2.2. La huella total

Para el total de los datos de la encuesta, la media de huella ecológica personal es de 2,46 planetas. Las personas de género masculino que estimaron su huella están por encima de esa media con 2,49 y, las de género femenino, por debajo con 2,44 planetas. Hay una diferencia en la huella, pero aparentemente esta es muy pequeña entre las personas que eligieron una u otra opción: tan solo un 0,05%.

Figura 11. Huella ecológica personal media en planetas equivalentes por género. Marzo 2021 - diciembre 2023.



Como en nuestro caso, los resultados concuerdan con algunos estudios que sostienen que las mujeres tienden a ser más sostenibles que los hombres.⁴ La literatura que afirma esta conclusión aborda múltiples factores: el menor acceso a recursos y oportunidades, la socialización de género o la participación política en actividades que tienen influencia en la toma de decisiones.^{5 6} Las mujeres muestran un mayor compromiso a través de acciones cotidianas (toma de decisiones en las compras, boicots, firma de peticiones o donaciones).⁷ Adicionalmente, un estudio realizado en Suiza quiso analizar si esto se daba para diferentes edades ya que mucha de la literatura científica se centraba, sobre todo, en estudiar a la población más joven. Así el estudio desvela que para edades por encima de los 64 años, esta diferencia de género se sigue dando en los hábitos cotidianos del día a día, aunque no en lo referente a firmas o protestas por el medio ambiente.⁸

Hunter et al. justifican también esta realidad basándose en las formas más privadas y menos conspicuas de consumo de las mujeres ya que se ocupan más de los aspectos privados de la vida, tratando de hacer más sostenibles los hogares a través del ahorro de consumos o la reutilización de los

⁴ Zelezny, L. C., Chua, P. P., & Aldrich, C. (2000). Elaborating on gender differences in environmentalism. Special Issue: Promoting environmentalism. *Journal of Social Issues*, 56(3), 443-457.

⁵ El Khoury, C., Felix, A., Lorenzini, J., & Rosset, J. (2023). The gender gap in pro-environmental political participation among older adults. *Swiss Political Science Review*, 29(1), 58-74.

⁶ Schlozman, K. L., Burns, N., & Verba, S. (1994). El género y las vías de participación: el papel de los recursos. *El Diario de la Política*, 56(4), 963-990.

⁷ Coffé, H., & Bolzendahl, C. (2010). El juego, reglas diferentes? Diferencias de género en la participación política. *Roles sexuales*, 62(5), 31 -333.

⁸ El Khoury, C., Felix, A., Lorenzini, J., & Rosset, J. (2023). The gender gap in pro-environmental political participation among older adults. *Swiss Political Science Review*, 29(1), 58-74.

recursos de los que se dispone.⁹ Además, aunque existe un mayor consumo por parte de las mujeres de alimentos, comida u otros, estas compras muchas veces se hacen para lo colectivo (para ellas y las familias), por lo que sus impactos de compra no se pueden cargar exclusivamente a ellas.¹⁰

Un factor al que apuntan algunos estudios para tener una huella más reducida es el poder adquisitivo. Las rentas más altas tienden a consumir más que las bajas y, las mujeres, a nivel global, tienen menos ingresos.^{11 12 13 14} En la muestra analizada para este estudio hemos visto como las encuestas recibidas de personas que han seleccionado la opción de género femenino tienen rentas ligeramente inferiores a las masculinas (véanse Fig. 5 y Fig. 6).

Otras investigaciones han querido relacionar la igualdad con los impactos sobre el planeta suponiendo que la diferencia de los impactos según el género es debido al estatus y los campos que, históricamente, han habitado cada uno. Por eso, orientar la igualdad a conseguir que todas las personas tengan el mismo estatus que los hombres, nos llevaría a unos patrones de consumo mayores de combustibles fósiles (por ejemplo por viajar más) o alimentos procesados y empaquetados (por tener menos tiempo para las tareas domésticas), así como a un mayor uso de metales pesados o escasos (por el mayor consumo de electrodomésticos).¹⁵ Soper K. habla de que transitar hacia un modelo de sociedad donde la igualdad se alcance tratando que los hombres abracen las características tradicionalmente asociadas a las mujeres y no al revés, ello podría tener un impacto positivo de cara a reducir nuestra huella.

Desde este enfoque se podría decir que el género afecta desde los roles que llevan asociados. No se trata tanto del género biológico, sino de la identidad y estereotipos que socialmente se asocian a cada género. Esta identidad conlleva unas responsabilidades y comportamientos que hacen que nuestros patrones y decisiones de consumo sean diferentes. Pero podría ser que romper la brecha de desigualdad (salarial, tareas domésticas, autopercepción de cada persona...) rompa también la diferencia en la huella ecológica, lo que podría ser el caso de nuestra muestra: las personas que han completado nuestra encuesta, hayan elegido la opción femenino o masculino en la pregunta sobre género, cuentan con perfiles muy similares en relación a su renta, edad, tamaño del hogar, tipo de vivienda o nivel de estudios (véanse figuras del apartado 2.2.1).

⁹ Hunter, L. M., Hatch, A., & Johnson, A. (2004). Cross-national gender variation in environmental behaviors. *Social Science Quarterly*, 85(3), 677-694

¹⁰ Johnsson-Latham, G. (2007). A study on gender equality as a prerequisite for sustainable development. *Report to the Environment Advisory Council*, 2.

¹¹ Ki-moon, B., & Ibrahim, H. O. COMBATIR LA DESIGUALDAD DE LAS EMISIONES DE CARBONO.

¹² Carbon dioxide emissions by income level. Our World in Data. Gráfico [aquí](#).

¹³ BOYCE, James K. Inequality as a cause of environmental degradation. *Ecological economics*, 1994, vol. 11, no 3, p. 169-178.

¹⁴ BERTHE, Alexandre; ELIE, Luc. Mechanisms explaining the impact of economic inequality on environmental deterioration. *Ecological economics*, 2015, vol. 116, p. 191-200.

¹⁵ Soper, K. (2013). Beyond consumerism: Reflections on gender politics, pleasure and sustainable consumption1. In *Relational Architectural Ecologies* (pp. 127-138). Routledge.

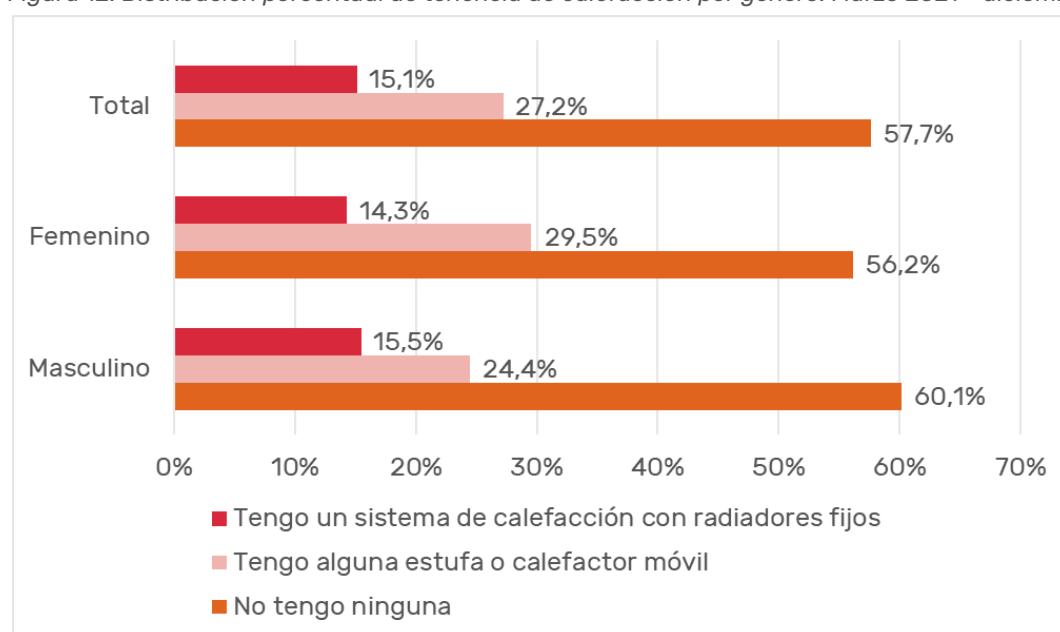
2.2.3. Energía

Como ya señalamos anteriormente, este bloque de preguntas se orienta a conocer la relación con la energía en el hogar de las personas que estiman su huella ecológica personal. Para ello se ha de responder a cuestiones sobre tenencia de equipamiento y hábitos relacionados con la climatización.

Calefacción

En la Figura 12, vemos que el género masculino ha declarado más veces no tener ningún sistema de calefacción, un 60,1% frente a un 56,2% del género femenino. Entre las personas que sí lo tienen, las mujeres cuentan con una mayor proporción de sistemas de calefacción no fijos (estufas, radiadores portátiles, etc.).

Figura 12. Distribución porcentual de tenencia de calefacción por género. Marzo 2021 - diciembre 2023.



Existe información sobre cómo afectan las temperaturas en función del género. Así en el informe “Género y cambio climático. Un diagnóstico de situación”¹⁶ del Instituto de las Mujeres se señala:

“El estudio de The Lancet Planetary Health (como se cita en ISGlobal, 2019), realizado entre los años 1980 y 2016, muestra que la mortalidad en España producida por enfermedades cardiovasculares como consecuencia del calor disminuyó un 36% en el caso de las mujeres y un 42% en los hombres. Igualmente, las muertes atribuibles al frío descendieron un 30% en el caso de las mujeres y un 45% en el de los hombres. Es decir, se aprecia que, tanto ante el calor extremo como ante el frío, las mujeres siguen siendo más vulnerables que los hombres”.¹⁷

En el siguiente apartado sobre la tenencia o no de aire acondicionado, se abordan otros aspectos sobre cómo se perciben o afectan las temperaturas en función del género.

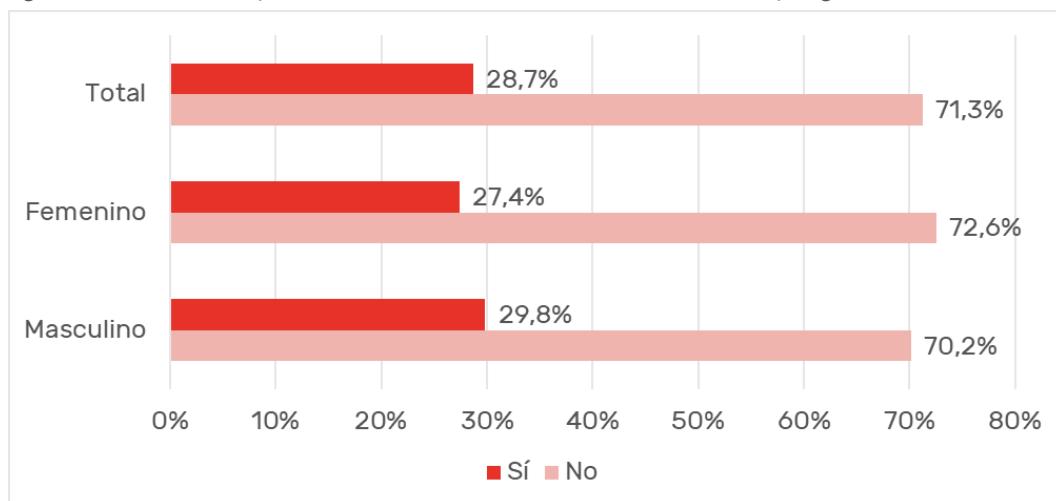
¹⁶ RED2RED (2020). *Género y cambio climático. Un diagnóstico de la situación*. Instituto de las Mujeres. Ministerio de Igualdad 2020. <https://www.inmujeres.gob.es/actualidad/noticias/2020/Junio/generoycambioclima.htm>

¹⁷ Página web Instituto de Salud Global Barcelona: <https://www.isglobal.org/>

Aire acondicionado

En la Figura 13 se aprecia que las mujeres declaran disponer de menos aparatos de aire acondicionado que los hombres, un 71,3% frente a un 70,3%.

Figura 13. Distribución porcentual de tenencia de aire acondicionado por género. Marzo 2021 - diciembre 2023.



Un estudio de Du, H. et al. concluye que los hombres de su muestra encontraron más desconfort térmico ante temperaturas altas cuando no corre el aire, es decir, un día caluroso sin corriente cruzada o ventilador.¹⁸ Las mujeres muestran más desconfort a temperaturas más bajas en las que corre el aire, por ejemplo un día ventoso de invierno o al estar directamente debajo del equipo de aire acondicionado.

Otro estudio sobre cómo la temperatura nos afecta en función del género es el de Chang, T. Y. et al.: en él indican, en un rango de temperaturas entre los 16 y 33°C, que las mujeres muestran mejor desempeño matemático y verbal en temperaturas más elevadas y los hombres en rangos inferiores.¹⁹

Desde otra perspectiva, Sustainable Energy For All (SEforALL), estima que en el mundo 719 millones de mujeres y 448 millones de hombres están en riesgo de no tener acceso a servicios de refrigeración, afectando a su salud y seguridad. Aunque la muestra de SEForAll incluye otros factores que no son el género (como la pobreza, el acceso a la electrificación, etc.), sus resultados apuntan en que las mujeres tienen menos acceso al aire acondicionado.^{20 21}

Considerando el aire acondicionado como algo tecnológico, mencionamos en este punto un informe de la Unión Europea. En este Informe del 2020 sobre el uso de tecnologías, se mencionan en varios estudios, la percepción sobre el uso ante las tecnologías.²² En él se apunta a que las mujeres

¹⁸ Du, H., Zhao, Z., Lyu, J., Li, J., Li, X., Yang, Y., ... & Lian, Z. (2023). Gender differences in thermal comfort under coupled environmental factors. *Energy and Buildings*, 295, 113345.

¹⁹ Chang, T. Y., & Kajackaite, A. (2019). Battle for the thermostat: Gender and the effect of temperature on cognitive performance. *Plos one*, 14(5), e0216362.

²⁰ Página de Sustainable Energy For All (SEforALL): <https://www.seforall.org/>

²¹ SEFORALL (2023). Chilling Prospects Special: Gender and Access to Cooling. Acceso [aquí](#).

²² European Institute for Gender Equality (2020). *Gender Equality Index 2020: Digitalisation and the future of work*. Acceso [aquí](#).

infravaloran su capacidad para utilizarlas, al revés que los hombres: ellos la sobreestiman. Aunque pudiéramos pensar que en las generaciones más jóvenes esta diferencia está diluyéndose, cabe destacar que este estudio sobre las tecnologías se centra en jóvenes europeos.

Uso de la climatización

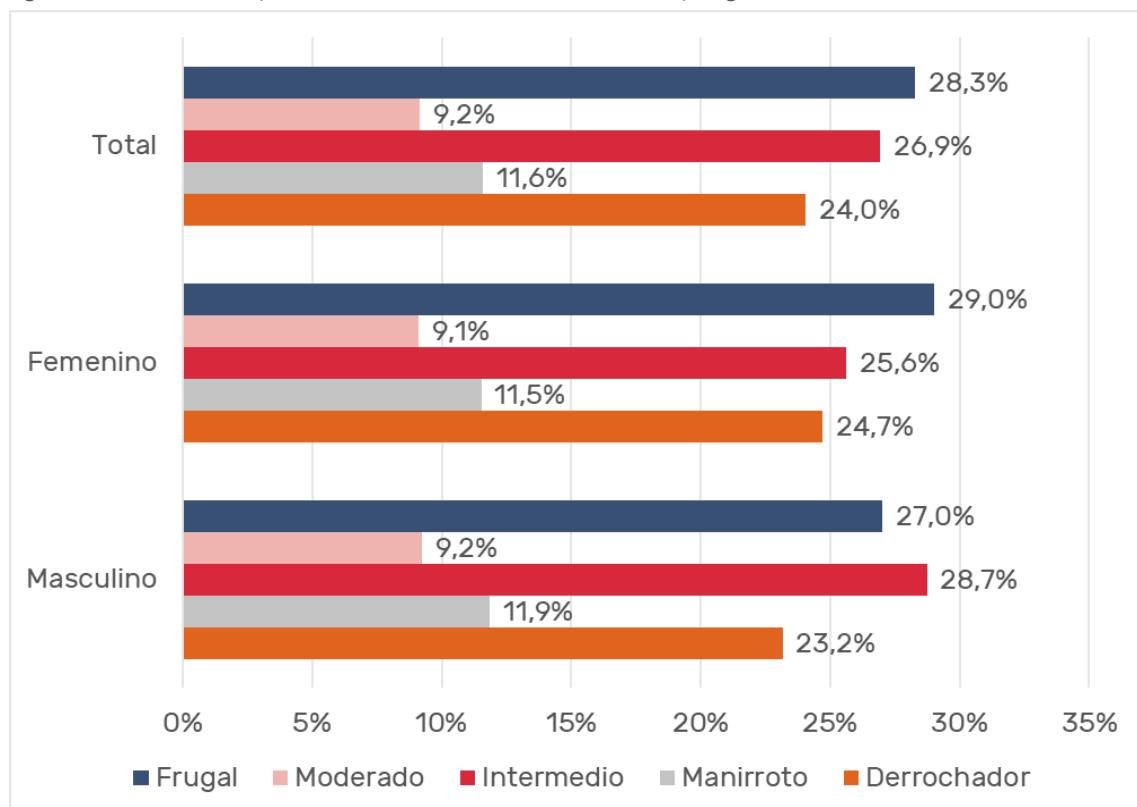
Con este dato nos referimos a la percepción de cómo se usa la calefacción y la refrigeración. La respuesta a esta cuestión es muy subjetiva por lo que, junto a la percepción del calor según la biología del cuerpo, también afectarán las costumbres o qué ha determinado cada persona que ha completado la encuesta como “bien calentito”, “casi helado” o “uso con moderación”.

Por simplificación a la hora de visualizar las preguntas, las respuestas a estas se han reducido a cinco perfiles que, en orden decreciente de uso de climatización son: derrochador, manirroto, intermedio, moderado y frugal. Derrochador, el mayor gasto, se asocia a la respuesta “me gusta estar bien calentito en invierno y casi helado en verano” y el perfil frugal, el menor gasto, a “uso la calefacción y/o el aire acondicionado con mucha moderación”.

En la Figura 14 se exponen estas respuestas habiéndose denominado como derrochador al perfil de las personas que marcaron la opción de mayor uso de climatización (“me gusta estar bien calentito en invierno y casi helado en verano”) y frugal a quienes marcaron la de menor uso (“la uso con moderación”). El resto de perfiles se han denominado, según orden decreciente del uso de la climatización: manirroto, intermedio y moderado.

Deteniéndonos en ella puede decirse que el género femenino ha tendido más a los extremos. Aunque las diferencias porcentuales no son muy grandes, en los extremos (perfil frugal y derrochador) se observa que tienen una proporción mayor en 2 y 1,5 puntos más que los hombres. Esta diferencia se compensa, sobre todo, en el uso intermedio donde el género masculino tiene una representación de 3,1 puntos porcentuales más.

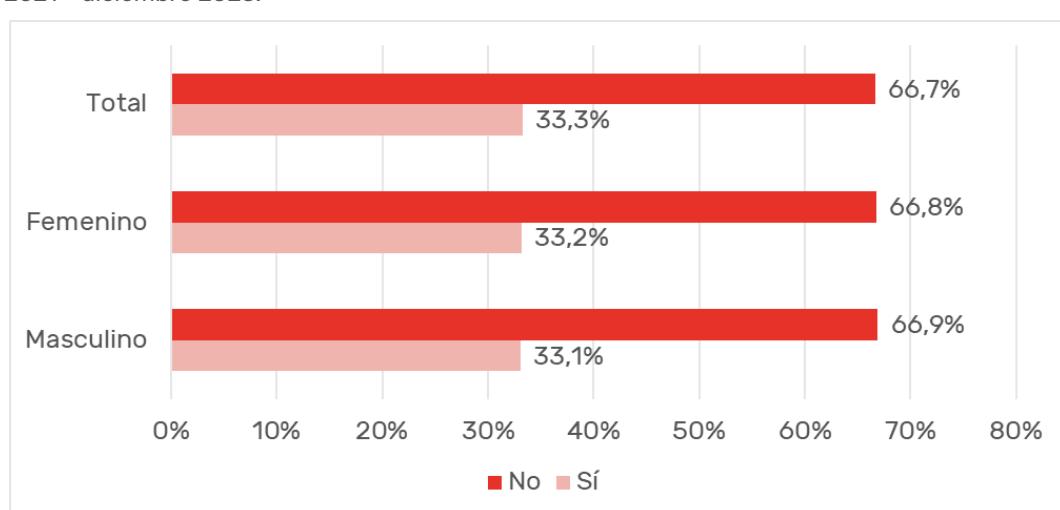
Figura 14. Distribución porcentual de uso de la climatización por género. Marzo 2021 - diciembre 2023.



Dobles ventanas o ventanas con doble cristal

Las diferencias entre géneros son mínimas para este aspecto. Aunque ya hemos visto similitud en algunas preguntas anteriores, en este caso es todavía más pronunciado.

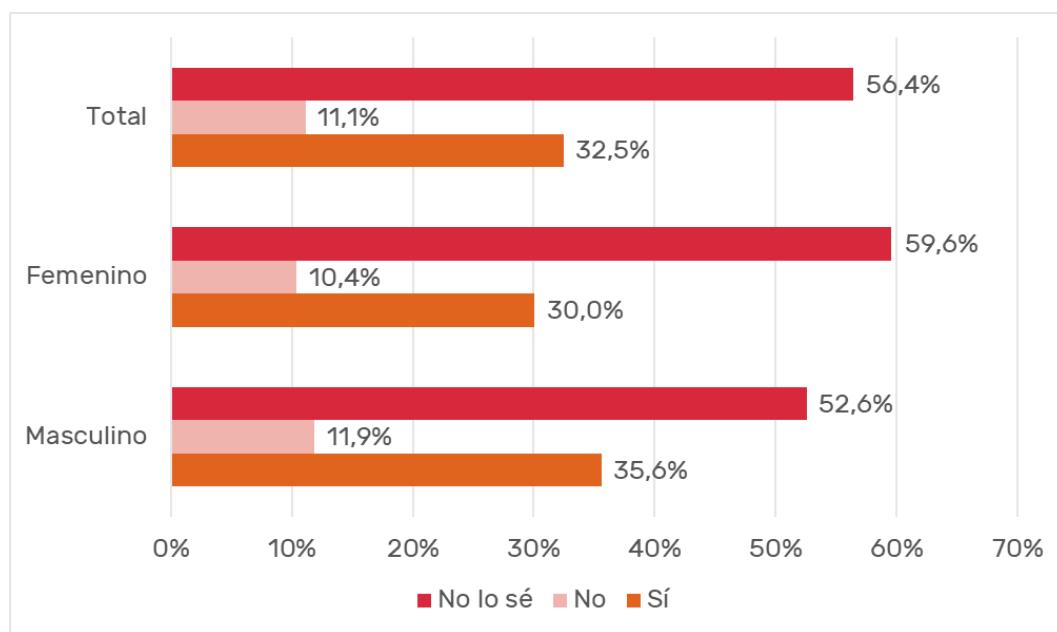
Figura 15. Distribución porcentual de tenencia de ventanas dobles o ventanas con doble cristal por género. Marzo 2021 - diciembre 2023.



Eficiencia energética en electrodomésticos

En la encuesta se pregunta sobre la tenencia de electrodomésticos con etiqueta energética A. Los hombres declaran tener más electrodomésticos de alta eficiencia energética, además de tener menor porcentaje de respuestas “no lo sé”. Esto puede responder al planteamiento de Dahl et al. sobre estereotipos de género donde señala que las reformas del hogar, estereotípicamente las realizan los hombres, incluyendo la instalación de tecnologías energéticamente más eficientes.²³

Figura 16. Distribución porcentual de tenencia de electrodomésticos de alta eficiencia energética por género. Marzo 2021 - diciembre 2023.



Ligado con la eficiencia energética de estos aparatos, tiene sentido volver a señalar el estudio que ya hemos mencionado con anterioridad en el que los hombres se sobreestiman en sus capacidades a la hora de hacer uso de tecnologías.

Por otro lado, la eficiencia energética es también una de las razones por las que se produce pobreza energética (junto a los ingresos y los precios de la energía): mayor eficiencia energética, implica menor consumo de energía. Teniendo en cuenta que la pobreza está feminizada (brecha salarial, mayores dificultades de acceso a puestos remunerados, etc.) o que hay un mayor riesgo de exclusión en hogares monomarentales^{24 25}, es importante hablar de la eficiencia energética con enfoque de género.

²³ Dahl, J. L., Vescio, T. K., Swim, J. K., & Johnson, S. L. (2013). *Masculinity and pro-environmental engagement*. Unpublished manuscript.

²⁴ Parlamento Europeo (2023). *Gender Aspects of Energy Poverty*. Documento en castellano disponible [aquí](#).

²⁵ Federación de Asociaciones de Madres Solteras (2021). *Las familias monoparentales en España: una retrospectiva*. Instituto de las Mujeres. Ministerio de Igualdad. Acceso al informe [aquí](#).

El informe Gender Equality Index 2023 así lo dice al ser las mujeres las que más habitan viviendas en malas condiciones.²⁶ Igualmente, indica, que eso mismo sucede con las personas inquilinas (no propietarias) y precisamente las mujeres son las que menos probabilidades tienen de ser propietarias y, por ende, también tener menor desempeño en la toma de decisiones de renovación de viviendas.

2.2.4. Transporte

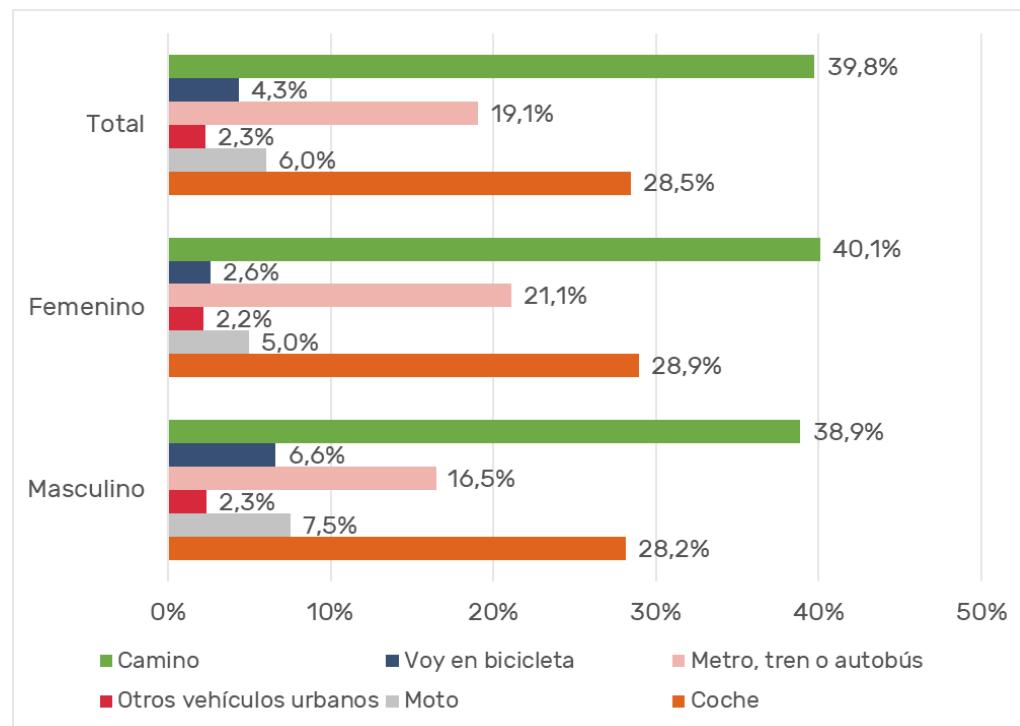
Este bloque de preguntas aborda las prácticas habituales en los desplazamientos, los tiempos de desplazamiento y algunas características del vehículo utilizado, en el caso de que este sea un coche privado.

Medios de transporte

Caminar es el medio de desplazamiento más utilizado por las personas que estimaron su huella ecológica, un 39,8%. El siguiente es el coche con un 28,5%. No llegando a un 7% las que señalaron utilizar la bicicleta y otros vehículos tipo segway o patinete. En cambio, los vehículos motorizados (coche y moto) son más de un tercio de la muestra. A la hora de obtener conclusiones, es relevante recordar que la edad media de la muestra es muy joven.

Por género, el femenino camina más, utiliza más el transporte público y el coche que el masculino. El masculino, en comparación con el femenino, usa más la bicicleta, otros vehículos urbanos y la moto.

Figura 17. Distribución porcentual de medios de transporte utilizados para desplazamientos cotidianos por género. Marzo 2021 - diciembre 2023.



²⁶ European Institute for Gender Equality. *Gender Equality Index 2023: Towards a green transition in transport and energy*. Disponible [aquí](#).

En España, en 2018, el proyecto Mares Madrid destacó las diferencias entre hombres y mujeres a la hora de desplazarse por las urbes.²⁷ Señalaba que las mujeres tienden más a ir caminando y que utilizan más el transporte público. Las razones a las que apunta se refieren a los roles establecidos para el género y a las mayores responsabilidades del hogar y de los cuidados de las mujeres.

También apunta a un menor uso de la bicicleta (algo que también se refleja en nuestra muestra) dada la percepción de miedo e inseguridad por comportamientos agresivos hacia las mujeres en bicicleta. Además, señala:

“Por otra parte, la poca consideración de la movilidad de los cuidados en los sistemas de transporte público y privado está relacionada con un número reducido de mujeres en la toma de decisiones, la planificación y la operación del transporte, así como las políticas públicas de movilidad, energía y medio ambiente, la infraestructura y la ejecución de proyectos orientados al desarrollo de la movilidad sostenible.”

Otro estudio realizado en Madrid en 2020 también apunta a un mayor uso del transporte público por parte de las mujeres y una mayor utilización del transporte privado por los hombres, algo que también se cumple en nuestra muestra si sumamos el coche y la moto (y más todavía si incluimos la bicicleta).²⁸ También señala que las mujeres tienen mayor percepción de peligro dada la alta proporción (un 52%) que han sufrido un hurto, robo, acoso o agresión mientras se desplazaba por el día. Un 41% de las mujeres declaró haber sufrido acoso físico o verbal.

La investigación “Soluciones de movilidad urbana con perspectiva de género” de la Fundación Woman Forward también señala cómo las motivaciones de movilidad afectan al uso del transporte. De este modo, las mujeres realizan trayectos más “circulares”, cortos y cercanos al realizar más cantidad de tareas de cuidados y responsabilidades del hogar. En cambio, los hombres realizan trayectos más lineales que consisten en desplazarse de casa al trabajo y viceversa.²⁹ Esta investigación también reveló que hay más mujeres que tienen en cuenta el factor sostenibilidad a la hora de elegir el transporte (un tercio de las mujeres frente a un 11,7% de los hombres).

El Estudio de la Movilidad en la Comunidad Autónoma del País Vasco 2021 también refleja un mayor uso de vehículos motorizados privados por los hombres (coches y motos) y de transporte público y trayectos caminando por las mujeres.³⁰ Las razones coinciden, los hombres los usan más para el trabajo y los centros de estudios, y las mujeres más para compras domésticas y acompañamientos lo cual apunta a mayor sostenibilidad en su movilidad.

²⁷ Mares Madrid (2018). *La perspectiva de género ha llegado para quedarse*. Disponible [aquí](#).

²⁸ Zurich Seguros (2020). *El 40% de las mujeres han sufrido acoso físico o verbal mientras caminaban de día por las calles de Madrid, más del triple que los hombres*. Publicación disponible [aquí](#).

²⁹ Página web de la Fundación Woman Fordward: <https://womanforward.org/>

³⁰ Departamento de planificación territorial, vivienda y transportes (2023). *Estudio de Movilidad en la CAPV de 2021*. Disponible [aquí](#).

Existen más publicaciones en relación con la movilidad y el género en España como la Encuesta de Movilidad en Día Laborable de 2017 de Barcelona y las Encuestas Domiciliarias de Madrid que apuntan en la misma dirección que lo escrito hasta ahora sobre este tema.^{31 32} En definitiva, se cumple que las diferencias de movilidad son palpables viendo dos claros pilares (aunque no únicos): la seguridad y los motivos de desplazamiento.

En otros países también se encuentra documentación sobre el transporte en función del género. El 2019, el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires publicaba en su web, con motivo del primer Plan de Género y Movilidad de la Ciudad de Buenos Aires, que el 58% del pasaje del transporte público eran mujeres (el 100% había sufrido acoso en este transporte), y representaban un 60% de los peatones.³³

El reconocimiento de la necesidad de implementar políticas con enfoque de género y dados los comportamientos diferentes en la conducción el volante, con una accidentalidad mayor por parte de los hombres y estereotipos de género en la conducción, llevó a que en 2021 el gobierno argentino aprobara una Disposición por la que incluía en el contenido para obtener la licencia de conducir, una sección de género en la relación de temas.³⁴

En Colombia también existen estudios de género y movilidad y llevan varios años incluyendo el enfoque de género en los planes de movilidad y transporte a nivel nacional.³⁵

Hemos consultado la Encuesta de Movilidad 2023 de la región de Bogotá, donde se analiza la movilidad de Bogotá y 19 municipios de su entorno.³⁶ La tenencia de motos es la mitad que la de bicicletas, aunque en nuestra encuesta, el porcentaje de traslados diarios en bicicleta es menos de la mitad que los traslados en moto.

Por último, en un estudio realizado por WRI México sobre movilidad y género se repiten estos patrones entre hombres y mujeres.^{37 38}

³¹ Autoridad del transporte metropolitano (2017). *Encuesta de movilidad en día laborable*. Artículo disponible [aquí](#).

³² Comunidad de Madrid (2014, 2018). *Encuestas domiciliarias de Movilidad*. Informes disponibles [aquí](#).

³³ Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (2019). *Plan de género y movilidad de la ciudad de Buenos Aires*. Noticia y acceso al plan [aquí](#).

³⁴ Boletín Oficial de la República Argentina (2021). *Disposición 152/2021*. Acceso [aquí](#).

³⁵ Página web del Gobierno de Colombia. Acceso al espacio de *Enfoque de género* [aquí](#).

³⁶ Gobierno de Bogotá. *Encuesta de Movilidad 2023 Bogotá Región*. Informe disponible [aquí](#).

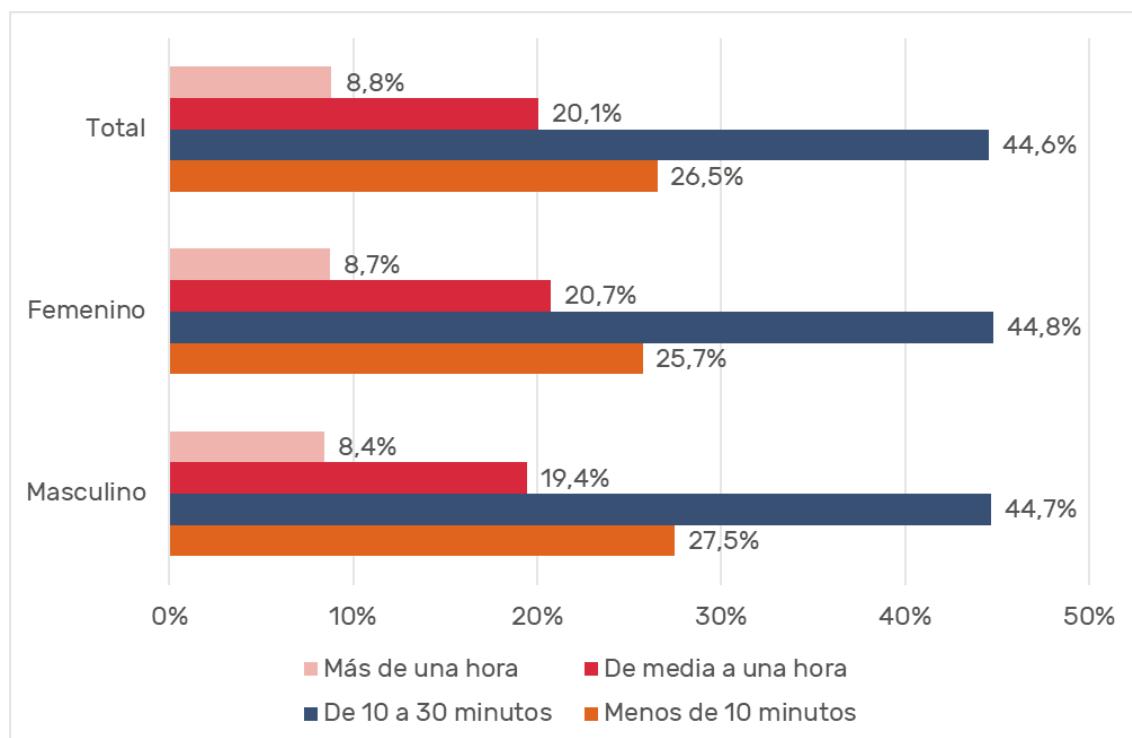
³⁷ WRI México (2023). *Movilidad Urbana: Equidad e Inclusión*. Informe disponible [aquí](#).

³⁸ Página web de World Resources Institute (WRI): <https://es.wri.org/>

Tiempo de desplazamientos

El género masculino es el que, proporcionalmente, ha señalado vivir más a 10 minutos o menos del trabajo (esto puede incluir el teletrabajo), que el género femenino. Aunque en nuestra muestra destaca el hecho de que ambos géneros solo difieren un 0,1% entre ellos en la opción predominante: de 10 a 30 minutos. Este dato puede estar relacionado con el rango mayoritario de edad de nuestra muestra (un 70,0% tiene entre 17 y 36 años) y el medio de transporte utilizado con mayor frecuencia, el 39,8% ha seleccionado la opción caminar.

Figura 18. Distribución porcentual de tiempo de desplazamientos cotidianos por género. Marzo 2021 - diciembre 2023.



Lo anteriormente señalado se asemeja a lo que apunta el informe del WRI México: "De las mujeres que se desplazan para trabajar, poco más del 35% invierte menos de 15 minutos; casi 29%, entre 16 y 30 minutos; cerca de 22%, de 31 minutos a una hora, y alrededor de 11%, más de una hora, porcentajes que para los hombres son de cerca del 31%, 29%, 22% y 13%, respectivamente (datos de INEGI). En ambos casos, la mayoría de los viajes son menores a 15 minutos, aunque los desplazamientos de las mujeres son más cortos en comparación con los de los hombres."^{39 40}

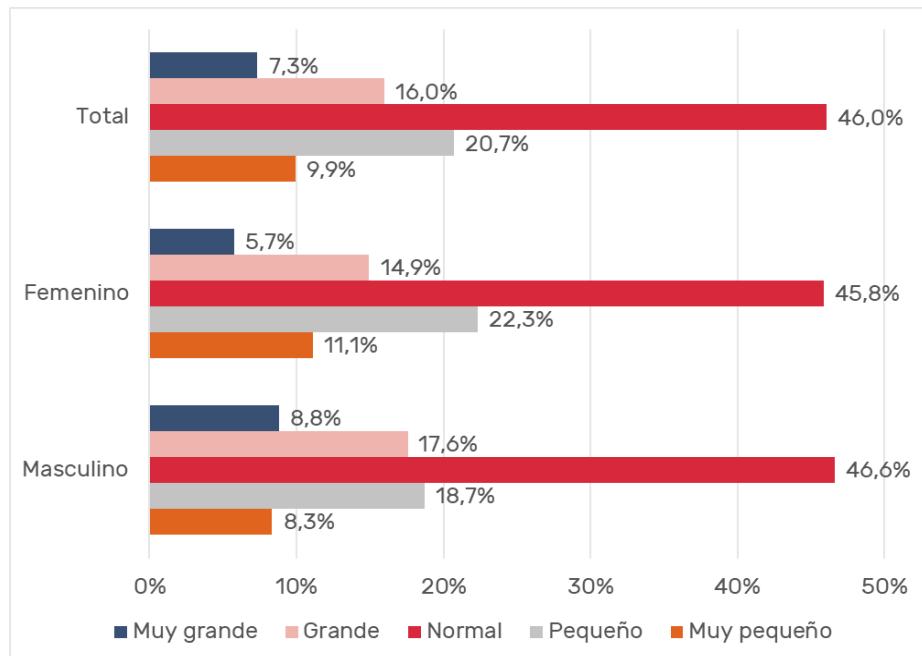
³⁹ WRI México (2023). *Movilidad Urbana: Equidad e Inclusión*. Informe disponible [aquí](#).

⁴⁰ Instituto Nacional de Estadística y Geografía de México (2021). *Censo de Población y Vivienda 2020*. Disponible [aquí](#).

Tamaño de coche

El género masculino es el que más veces respondió tener un coche "muy grande" y "grande". Sumando ambos porcentajes se obtiene un 26,4% de las encuestas frente al 20,6% del género femenino. En el otro extremo, sumando coches "pequeños" y "muy pequeños", las mujeres suman un 33,4% de las respuestas frente a 27,0% de los hombres.

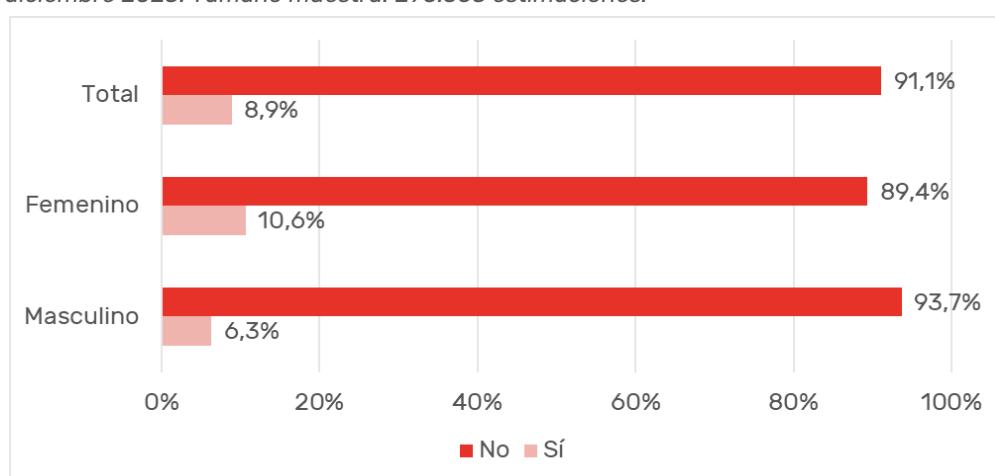
Figura 19. Distribución porcentual de tamaño del coche por género. Marzo 2021 - diciembre 2023. Tamaño muestra: 295.563 estimaciones.



Coches eléctricos o híbridos

Las personas del género femenino han indicado tener más coches eléctricos e híbridos (10,6%), que las que eligieron la opción masculino (6,3%).

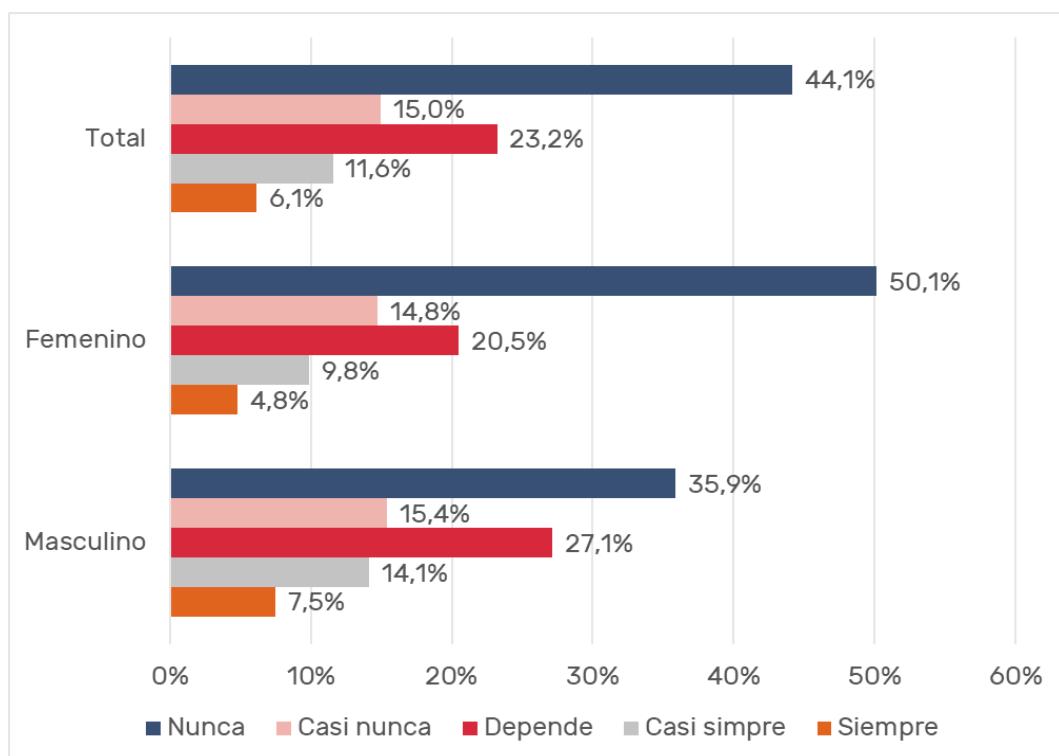
Figura 20. Distribución porcentual de tenencia de vehículos eléctricos o híbridos por género. Marzo 2021 - diciembre 2023. Tamaño muestra: 295.563 estimaciones.



Acompañamiento en coche

Las mujeres declararon más veces (50,1%), proporcionalmente, el no viajar nunca sin compañía en el coche con una diferencia de algo más de 14 puntos respecto a los hombres (35,9%). Esto es coherente con los informes mencionados anteriormente donde se reflejan las razones y motivos del uso del coche. Así, las mujeres hacen más trayectos relacionados con los cuidados y el acompañamiento por lo que se reduce el número de veces que viajan solas.

Figura 21. Distribución porcentual de acompañamiento en coche por género. Marzo 2021 - diciembre 2023.
Tamaño muestra: 295.563 estimaciones.



2.2.5. Agua

En la encuesta para conocer el impacto del consumo de agua en el hogar, se pregunta sobre la cantidad de plantas de que se dispone, los métodos de riego y los sistemas economizadores de agua disponibles en el hogar.

En cuanto a la pregunta sobre la **tenencia o no de plantas en el hogar**, el género femenino tiene, por escasas décimas, un menor porcentaje en relación a tener jardines que el masculino (Fig. 22): incluyendo las respuestas de gran jardín y jardincito, ellas tienen un 31,5% frente a un 31,7% de ellos. Sí que tienen más macetas que ellos, un 60,2% frente al 58,7%, y el género masculino respondió en más ocasiones no tener plantas. Todos estos porcentajes se relacionan directamente con los porcentajes antes señalados en la Figura 9.

Pero, ¿cómo hacen uso del agua ambos géneros? Si atendemos a la posesión de riegos y griferías economizadoras las mujeres declaran tener más **sistemas de riego economizadores** (Fig. 23) y **griferías economizadoras** por escasas décimas (si sumamos las respuestas de "uno" y "varios" de la Fig. 24).

Figura 22. Distribución porcentual de tenencia de jardín o plantas por género. Marzo 2021 - diciembre 2023.

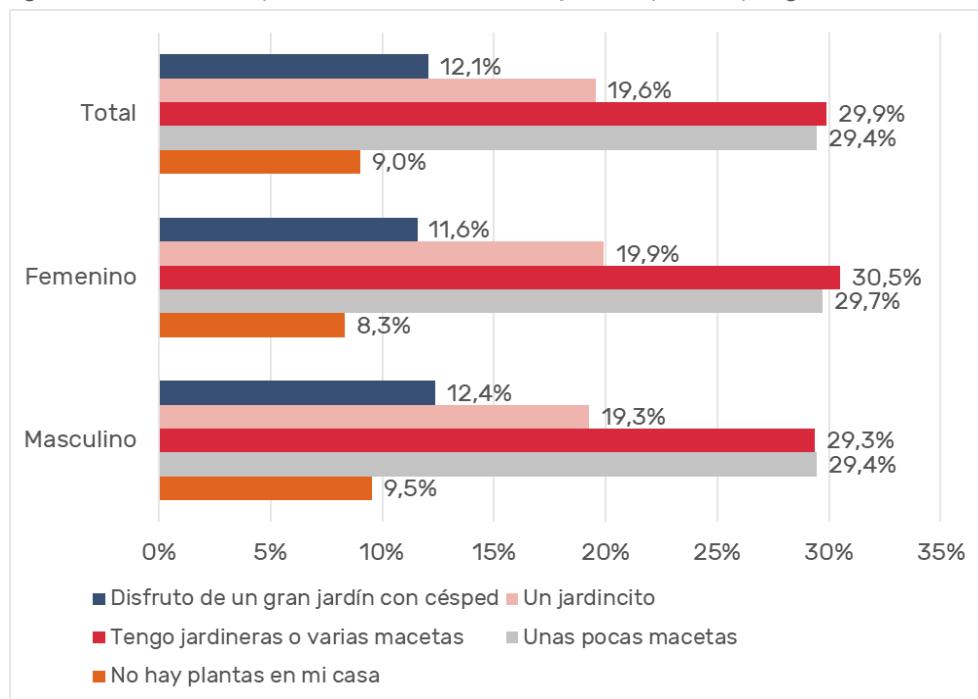


Figura 23. Distribución porcentual de riego economizador por género. Marzo 2021 - diciembre 2023.

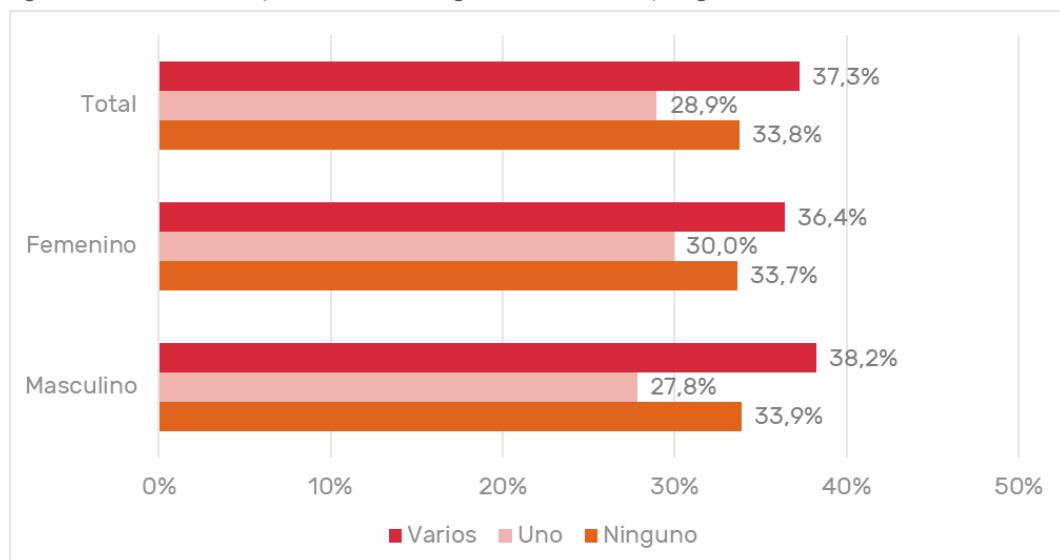
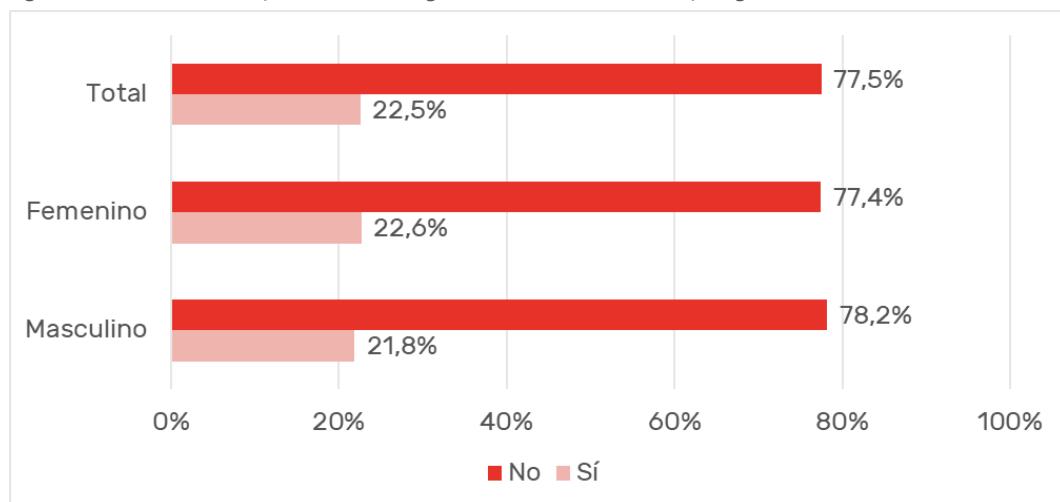


Figura 24. Distribución porcentual de grifería economizadora por género. Marzo 2021 - diciembre 2023.



Podría preguntarse aquí cómo se procura la gestión del agua según el género, qué nos preocupa y cómo actuamos ante el consumo del agua en nuestros hogares. Cabe decir que responder a estas preguntas resulta una tarea compleja. No resulta sencillo encontrar datos desagregados por género sobre cómo gestionamos el agua, aunque existe información de cómo el género afecta a nuestra relación con el agua como veremos a continuación.

Para empezar, el acceso al agua en el hogar no siempre es tan sencillo como abrir un grifo. Muchas personas, para acceder al agua, primero deben desplazarse para adquirirla y después transportarla hasta la vivienda. Esta segunda manera de gestionar el agua está muy feminizada y en grandes regiones del mundo son las mujeres las encargadas de realizarla. Según Water.org, las mujeres y niñas de todo el mundo usan 20 millones de horas al día en ir a por agua.^{41 42}

Para seguir, el agua es un elemento clave para la higiene, tanto del hogar como de nuestros cuerpos. El papel clásico de la mujer incluye los trabajos reproductivos del hogar (fregar vajilla, suelos, lavar la ropa, cocinar...) y, en muchas ocasiones, mantener también aseadas a otras personas (descendientes o familiares dependientes).

Se prueba con esto la necesidad de recopilar datos desagregados por género, como recoge la UNESCO. En 2019 publicó un informe que proponía una serie de indicadores para adaptarse a las diferentes regiones del mundo.⁴³ Estos indicadores apuntan a la gobernanza del agua, acceso al agua para uso doméstico e higiene, conocimiento de los recursos, uso de agua por sectores... Una segregación de datos facilita un conocimiento más exhaustivo de los usos del agua en los hogares y ver sus necesidades.

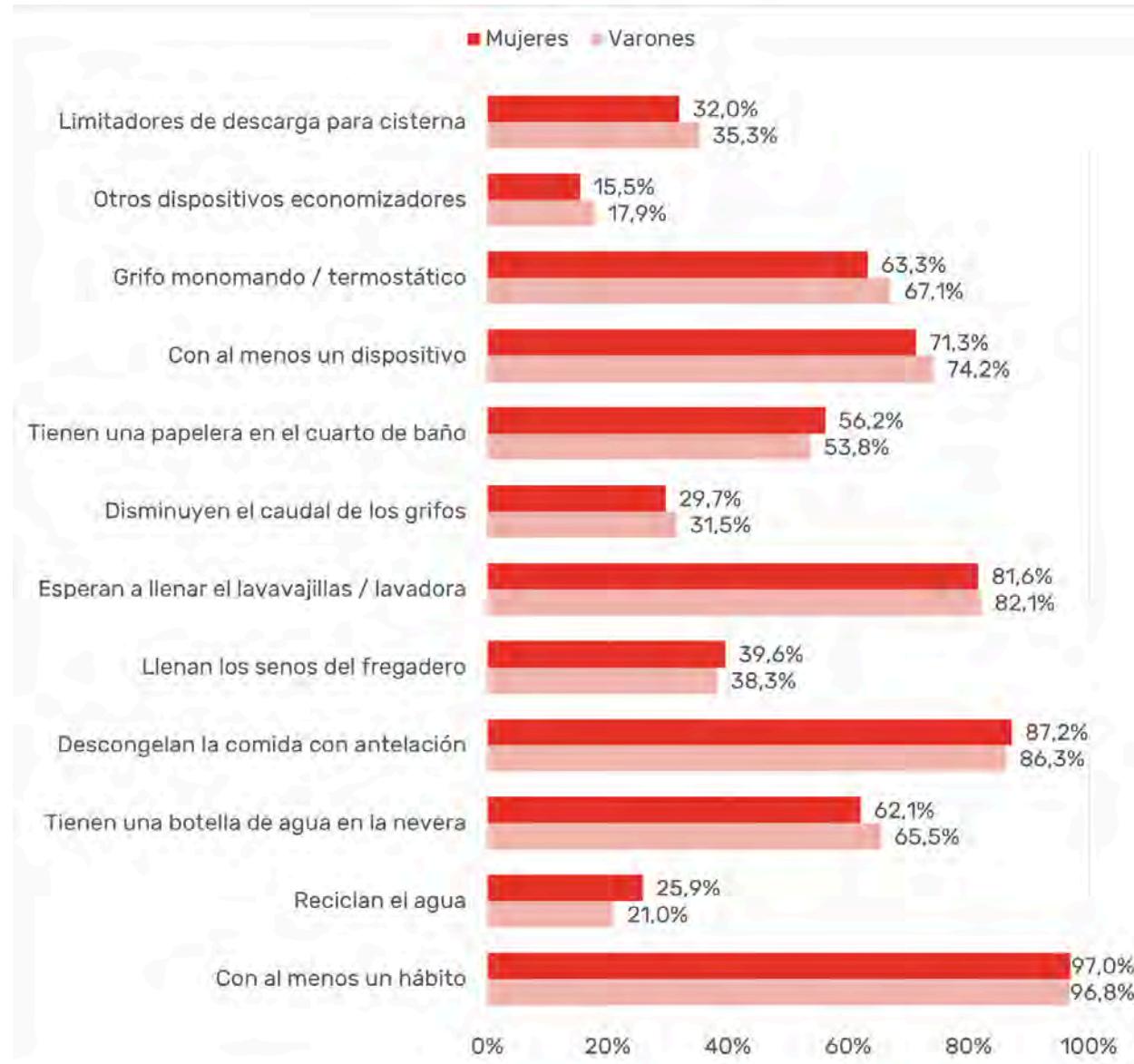
⁴¹ Página web de Water.org: <https://water.org/>

⁴² Water.org. *A women's crisis*. Publicación disponible [aquí](#).

⁴³ Miletto, M., Pangare, V., & Thuy, L. (2019). *Gender-responsive indicators for water assessment, monitoring and reporting* (Vol. 1). UNESCO Publishing. Acceso [aquí](#).

Una vez dicho todo esto, queremos apuntar que sí hemos conseguido acceder a información, segregada para hombres y mujeres, sobre prácticas de ahorro de agua en el hogar en España. Estos datos son de 2008 (Fig. 25) y el INE no ha repetido estas preguntas desde entonces. Vemos en la figura que las mujeres muestran un mayor porcentaje “con al menos un hábito” de ahorro, aunque en esta pregunta y el resto están muy a la par con los hombres.

*Figura 25. Porcentaje de viviendas en España que han tomado alguna medida de ahorro de agua por género.
Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística, INE (2008).⁴⁴*



⁴⁴ Instituto Nacional de Estadística (2008). Encuesta de Hogares y Medio Ambiente. Datos disponibles [aquí](#).

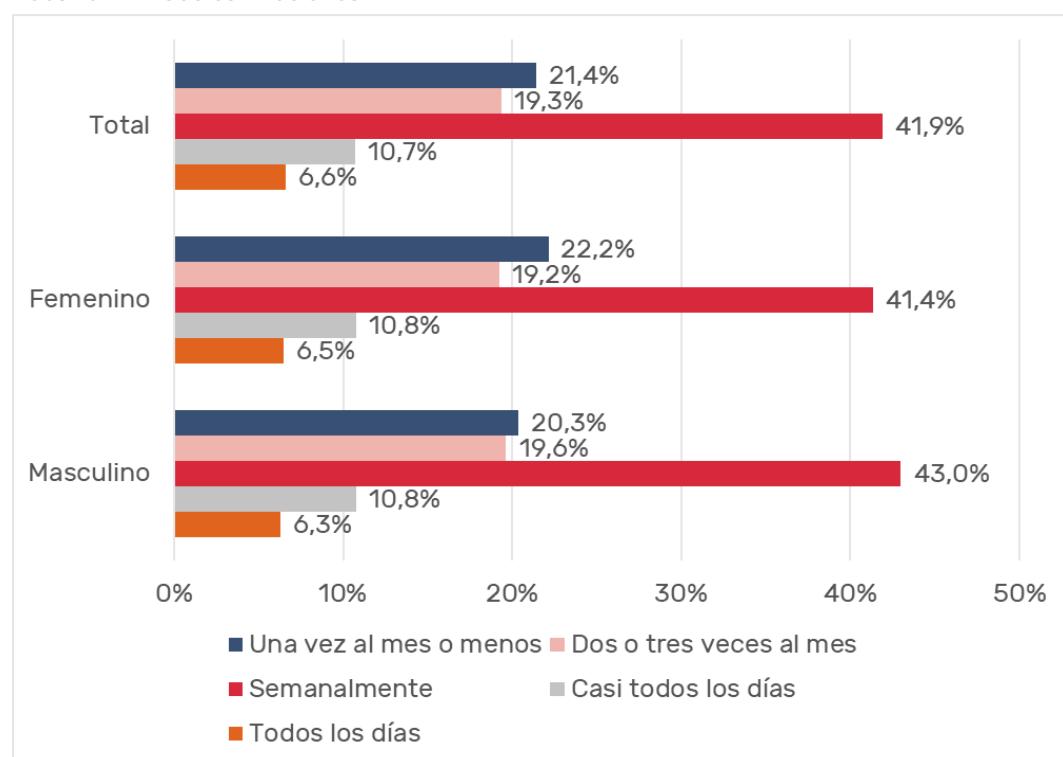
2.2.6. Materiales

Este bloque de preguntas contempla tres cuestiones relacionadas con hábitos de compra y alimentación, así como una relacionada con el consumo consciente del riesgo (etiquetado de productos tóxicos y peligrosos) y otra relacionada con la separación de residuos.

Frecuencia de la compra

En el análisis de nuestros datos vemos que el género femenino va más a diario a la compra pero, si consideramos las respuestas hasta una periodicidad semanal, es el masculino el que tiene mayor frecuencia de compra. Sumando las respuestas “una vez al mes o menos” o “dos o tres veces al mes”, ellas tienen una proporción del 41,4% frente al 39,9% de los hombres.

Figura 26. Distribución porcentual de frecuencia de compra por género. Marzo 2021 - diciembre 2023. Tamaño muestra: 499.566 estimaciones.



Aunque no cuenta con los datos exactos organizados por tareas, el INE pone de manifiesto el hecho de que las mujeres en España dedican más tiempo a las tareas domésticas que los hombres⁴⁵. Se ve como en “cocinar o hacer tareas domésticas” las mujeres dedican 20 horas por 11 de los hombres.

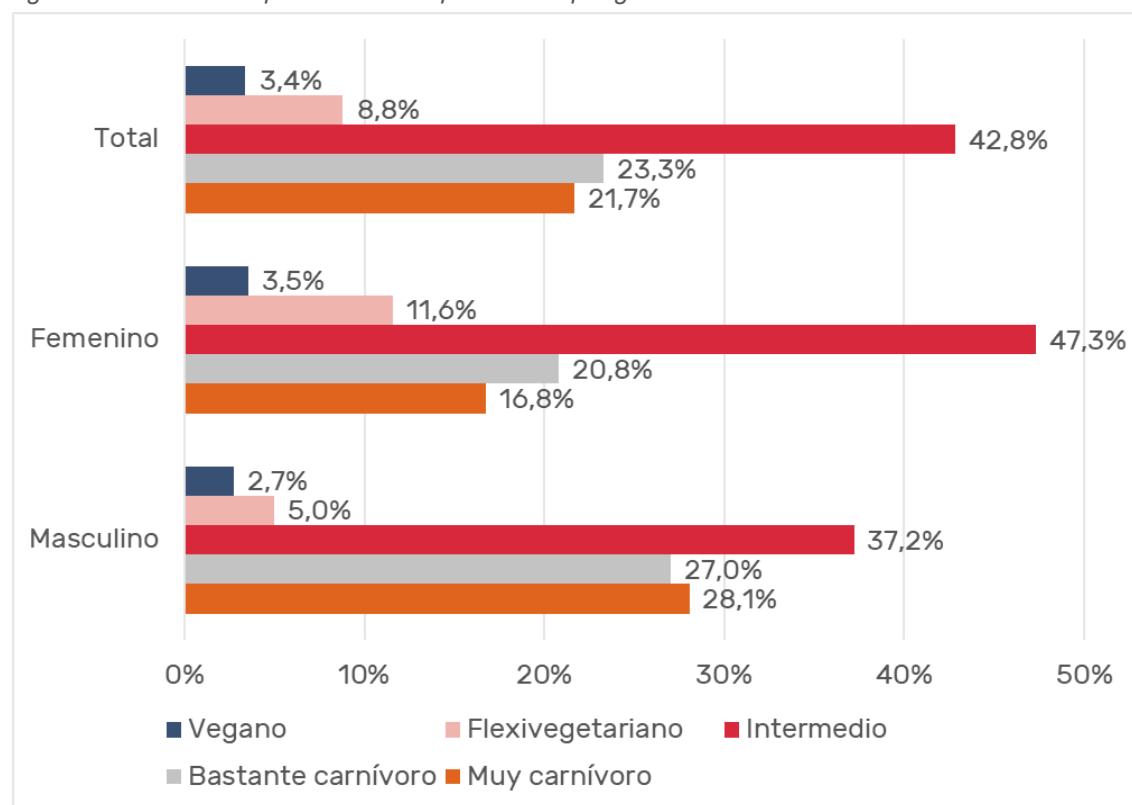
⁴⁵ Instituto Nacional de Estadística (2016). *Mujeres y hombres en España*. Datos disponibles [aquí](#).

Respecto a la compra de alimentos, las investigadoras Lídia Farré y Libertad González en la realización de cuestionarios para investigaciones sobre el comportamiento en las tareas domésticas durante la pandemia de la COVID-19, vieron como la compra fue, con creces, la tarea doméstica en donde hubo mayor cambio en la distribución (de mujeres a hombres), siendo esta la única tarea en la que los hombres participaban más que las mujeres.⁴⁶ Pero, ¿por qué se da esto? La subida en la dedicación a comprar de los hombres durante la pandemia, ¿puede ser debida a razones de socialización, salir del hogar, autocuidado, etc. y no tanto de una mayor dedicación a los cuidados del hogar? O, a lo mejor, ¿las mujeres tienen menos tiempo para comprar dado la mayor carga de trabajo laboral y los hombres se han ido introduciendo en esta? O, quizás, ¿una mezcla de ambas?

Consumo de carne

Aunque los datos nos muestran muy claramente que predomina la opción de una dieta basada en un consumo intermedio de carne, que podríamos identificar como una dieta equilibrada, se aprecia muy bien las diferencias por género si tenemos en cuenta las otras opciones a la pregunta ¿cuál es tu relación con la carne? Las personas que seleccionaron la opción masculino son más carnívoras: 11,3% más para muy carnívoro y 6,2% para bastante carnívoro. Para dietas veganas, aunque la diferencia no es tan alta, ellas muestran un porcentaje mayor. Todavía más grande es la diferencia en dietas vegetarianas donde el género femenino tiene 6,6% puntos porcentuales más.

Figura 27. Distribución porcentual de tipo de dieta por género. Marzo 2021 - diciembre 2023.



⁴⁶ Farré, L., & González, L. (2020). ¿Quién se encarga de las tareas domésticas durante el confinamiento? Covid-19, mercado de trabajo y uso del tiempo en el hogar. *Nada Es Gratis*. April, 23, 2020.

Este aspecto está ampliamente estudiado e investigado para hombres y mujeres. En Argentina, según COLSECOR, los hombres consideran más veces que la carne es insustituible, comer carne es natural y rechazan más una dieta sin carne;⁴⁷ según Carrie R. Daniel et al., en EEUU los hombres consumen más carne que las mujeres;⁴⁸ en un estudio entre estudiantes universitarios de Medellín, Holmes Rodríguez et al., encuentran mayor cultura de la carne entre los hombres que las mujeres;⁴⁹ Kristen C. Sumpter et al. y Agata Szczebylo et al. hablan en sus artículos sobre el mayor aperturismo de las mujeres a la sustitución de la carne por otros alimentos;^{50 51} Graziani et al., Dominika Adamczyk et al., Ben de Grove et al. relacionan la ingesta de carne con la masculinidad;^{52 53 54} autoras como Klaudia Modlinska tiene varios artículos relacionados con el consumo de carne y el género incluyendo la importancia de lanzar mensajes diferentes en función del género para fomentar la reducción en el consumo de proteína animal;⁵⁵ y el informe "The Green Revolution 2023" de Lantern, también describe a la persona vegana como mujer en su mayoría.⁵⁶ Existe un gran repertorio de información en esta temática. No en balde, ya en 1990, la autora Carol J. Adams escribía "La política sexual de la carne" donde teorizaba sobre la relación de la ingesta de carne con el patriarcado.

Pero la relación entre la dieta y la masculinidad no acaba con la carne. Algunos estudios apuntan que los hombres que han transitado a una dieta vegana lo hacen manteniendo valores tradicionales de la masculinidad: Catalina Olivier, habla sobre esta asociación y Alma Elisabeth et al. analizan cómo cambia la percepción de los hombres de la dieta vegana cuando esta se presentaba con atributos asociados a la masculinidad.^{57 58}

⁴⁷ Fundación COLSECOR (2020). *Estudios sobre consumo de alimentos en Argentina*. Informe disponible [aquí](#).

⁴⁸ Carrie, D., Cross, A., Koebnick, C., & Sinha, R. (2011). Trends in meat consumption in the United States. *Public Health Nutr*, 14(4), 575-583.

⁴⁹ Rodríguez, H., Restrepo, L. F., & Amparo Urango, L. (2015). Caracterización del consumo de productos cárnicos en una población universitaria de la ciudad de Medellín, Colombia. *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética*, 19(2), 90-96.

⁵⁰ Sumpter, K. C. (2015). Masculinity and meat consumption: An analysis through the theoretical lens of hegemonic masculinity and alternative masculinity theories. *Sociology Compass*, 9(2), 104-114.

⁵¹ Szczebylo, A., Rejman, K., Halicka, E., & Laskowski, W. (2020). Towards more sustainable diets—Attitudes, opportunities and barriers to fostering pulse consumption in Polish cities. *Nutrients*, 12(6), 1589.

⁵² Graziani, A. R., Guidetti, M., & Cavazza, N. (2021). Food for boys and food for girls: Do preschool children hold gender stereotypes about food? *Sex Roles*, 84, 491-502.

⁵³ Adamczyk, D., Modlinska, K., Maison, D., & Pisula, W. (2023). Gender, masculinity, and the perception of vegetarians and vegans: a mixed-methods investigation. *Sex Roles*, 89(9), 595-609.

⁵⁴ De Groot, B., Bleys, B., & Hudders, L. (2022). Ideological resistance to veg*n advocacy: An identity-based motivational account. *Frontiers in Psychology*, 13, 7253.

⁵⁵ Perfil de K. Modlinska en Researchgate: <https://www.researchgate.net/profile/Klaudia-Modlinska>

⁵⁶ Lantern (2023). *The Green Revolution 2023. Cambios en el mercado plant-based español*. Informe disponible [aquí](#).

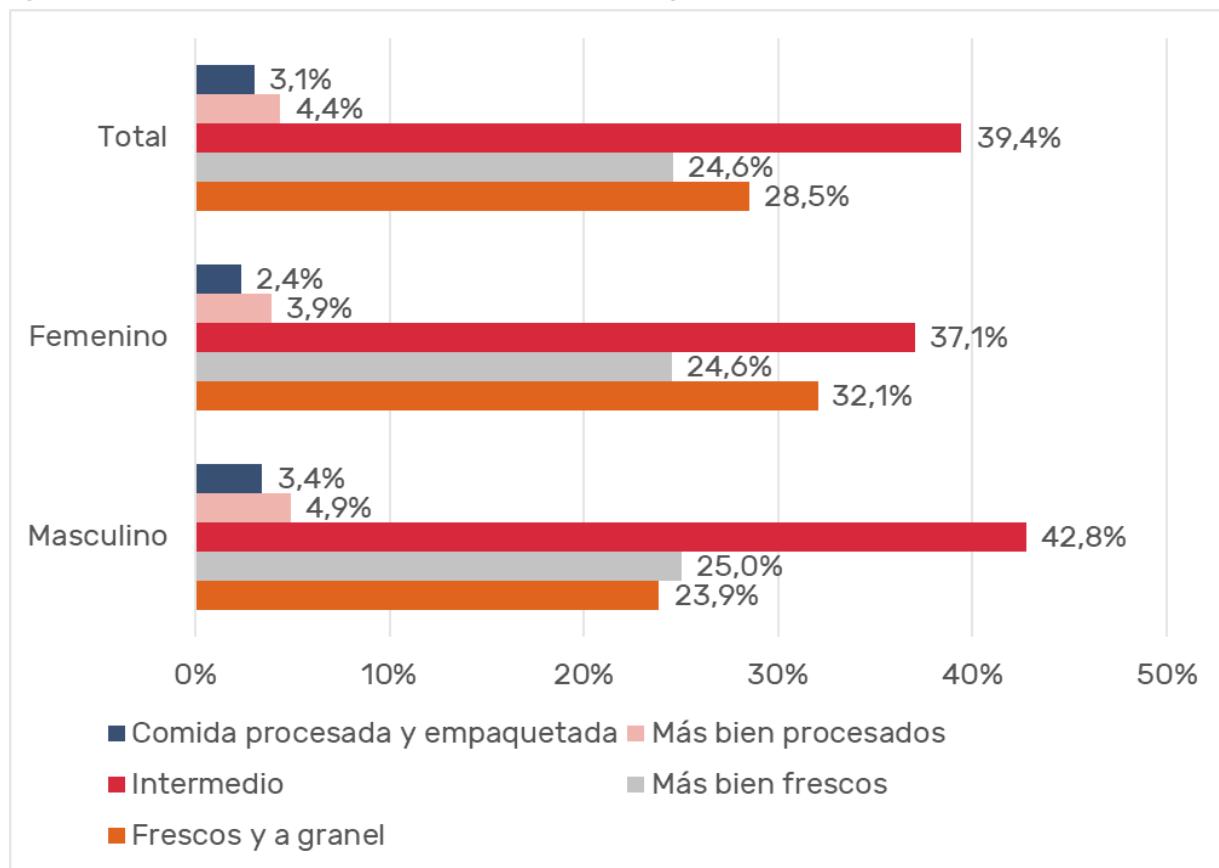
⁵⁷ Oliver, C. (2023). Mock meat, masculinity, and redemption narratives: Vegan men's negotiations and performances of gender and eating. *Social movement studies*, 22(1), 62-79.

⁵⁸ Scholz, A. E., & Lenhart, J. (2023). *Masculinity and veganism: the effect of linking vegan dishes with masculinity on men's attitudes toward vegan food*.

Tipo de alimentos

Si bien un mayor número de personas se sitúa en la opción intermedia en esta pregunta, en la comparación, por género, el femenino seleccionó más veces las opciones “más bien frescos” y “frescos y a granel”, un 56,7%, frente al masculino con un 48,9%. En cuanto a los procesados, el género masculino muestra casi un 1% más en las dos opciones relacionadas con un mayor consumo de alimentos procesados. Una posible explicación de este resultado puede venir determinada por temas ya tratados en este informe: las mujeres dedican más tiempo a las tareas domésticas (en este caso, preparación de comida) y los estereotipos asociados a la dieta.

Figura 28. Distribución porcentual de tipo de alimentos por género. Marzo 2021 - diciembre 2023.

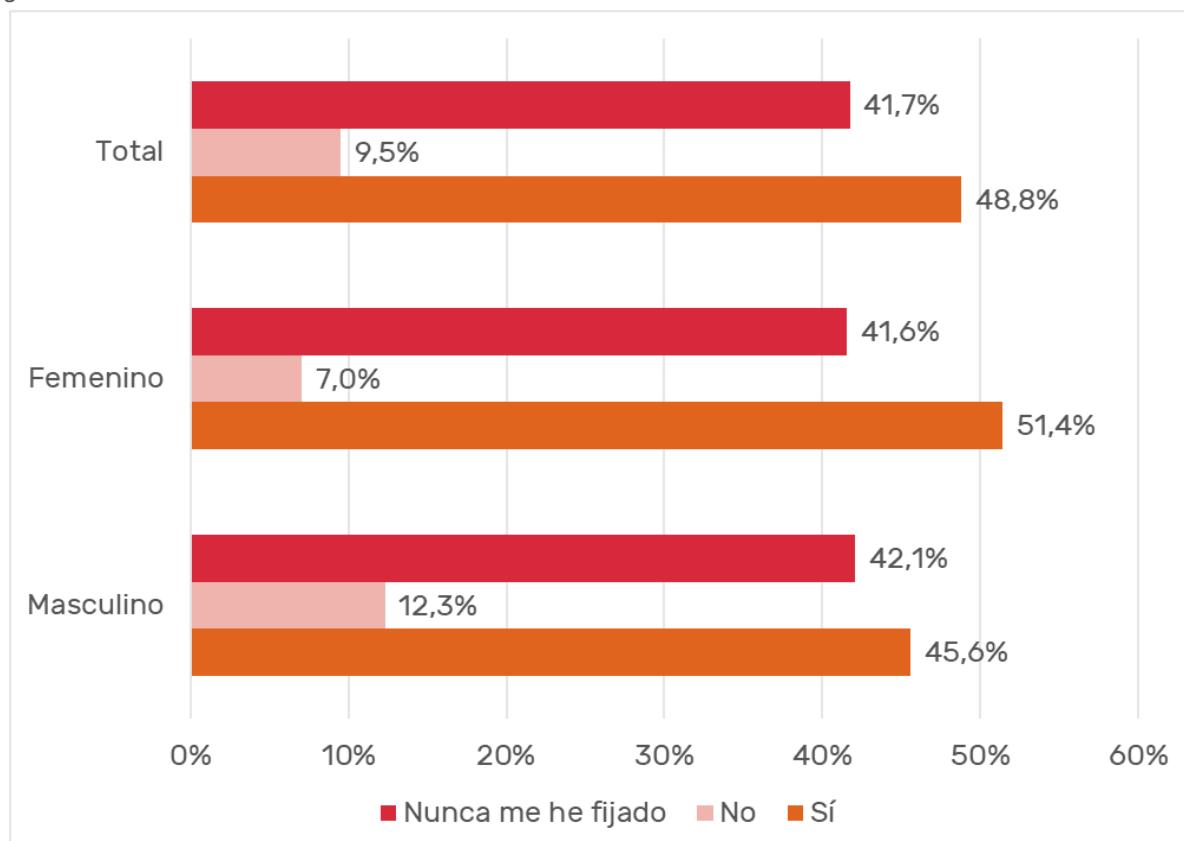


Etiquetado de productos tóxicos y peligrosos

El género femenino muestra una mayor tendencia a un consumo consciente del riesgo, es decir a fijarse en las etiquetas de productos tóxicos y peligrosos al comprar (un 51,4%), frente a las personas que han elegido la opción masculino (un 45,6%). Aunque en menor medida, las mujeres también han elegido menos veces la opción de “nunca me fijo” que el género masculino.

Dado que existen evidencias científicas de que la exposición a estos químicos tiene repercusiones para la salud como el asma.⁵⁹ ⁶⁰ y, como ya hemos visto, que las mujeres dedican más tiempo a las tareas del hogar son ellas quienes más expuestas se encuentran a estas sustancias y, por lo tanto, pueden contar con una mayor sensibilización o mostrar más interés en la identificación de estas etiquetas en los productos que adquieren,

Figura 29. Distribución porcentual de elección en función del etiquetado de productos tóxicos y peligrosos por género. Marzo 2021 - diciembre 2023.



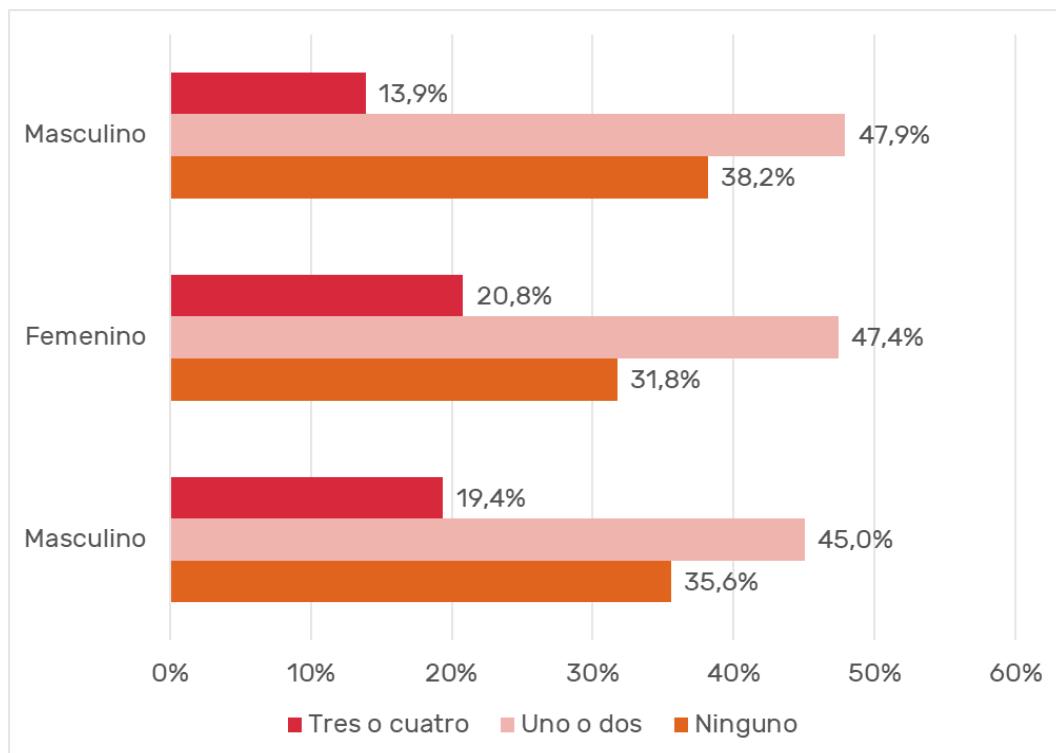
⁵⁹ Dumas, O., Siroux, V., Luu, F., Nadif, R., Zock, J. P., Kauffmann, F., & Le Moual, N. (2014). Cleaning and asthma characteristics in women. *American journal of industrial medicine*, 57(3), 303-311.

⁶⁰ Lee, S. J., Kyung, M., Leung, C., & Hong, O. (2021). Gender differences in experience and reporting of acute symptoms among cleaning staff. *American journal of industrial medicine*, 64(6), 528-539.

Reciclaje

En la muestra las personas de género femenino muestran un mayor porcentaje en las respuestas con más contenedores o cubos para separar sus residuos. Los porcentajes para “tres o cuatro” y “uno o dos” son mayores que las equivalentes en el género masculino, con un 20,8% y un 47,4%, frente a un 19,4% y un 45,0% respectivamente.

Figura 30. Distribución porcentual según el número de contenedores en el hogar por género. Marzo 2021 - diciembre 2023.



3. Perfiles femenino y masculino

A continuación, se caracterizan los perfiles masculino y femenino, mostrando la caracterización social y los impactos normalizados por bloques.

La construcción de estos perfiles es una descripción resumida de los patrones encontrados a lo largo del análisis de este informe. Como tal, cada perfil se define en relación al otro. Es decir, aunque un perfil sea el que “más veces marcó una opción”, no quiere decir que la mayoría de ese perfil seleccionara esa opción sino que, en relación al otro, ha mostrado una mayor tendencia a dicha opción.

Junto a la consideración de los resultados (véase apartado 2.2), se estudian los impactos normalizados de la muestra por bloques de preguntas. Es decir, se han escalado las puntuaciones de tal manera que cada respuesta queda comprendida en un valor comprendido entre 0 y 1, siendo 0 un impacto nulo y 1 el impacto máximo. A continuación se ha realizado la media de cada respuesta por género y se ha procedido a representarlas en un gráfico de telaraña por bloques (perfil social, energía, transporte, agua y materiales). A mayor distancia al centro de la red, mayor puntuación y, por lo tanto, mayores impactos.

Perfil social de hombres y mujeres de nuestra muestra

En cuanto al **país de residencia** de las personas de la muestra este se corresponde principalmente con países de Latinoamérica (México, Colombia, Perú, Argentina y Ecuador) y España. Destacando México con 174.498 personas que declararon ser del género femenino y 123.722 que declararon ser del masculino, y España con 45.874 mujeres y 37.512 hombres.

En relación al **nivel de ingresos** la media se encuentra algo por encima de la opción entre 10.000 y 20.000 euros, con una pequeña diferencia entre hombres y mujeres. Hay menos mujeres que eligieron la opción de más 40.000 euros, un 20% frente a un 23% de hombres, y más mujeres que eligieron la opción hasta 5.000 euros, un 20% frente a un 19% de los hombres. Declarando las mujeres menos ingresos proporcionalmente, aunque la diferencia es poco relevante dado el tamaño de la muestra.

En relación a la **edad**, gran parte de la muestra tiene 36 años o menos de edad, un 91,4%. Siendo muy similar la proporción entre hombres (91,7%) y mujeres (91,6%), aunque las personas que eligieron la opción masculina están algo más representadas en el rango de 16 años y menos (un 22,8% frente a un 20,0% de mujeres).

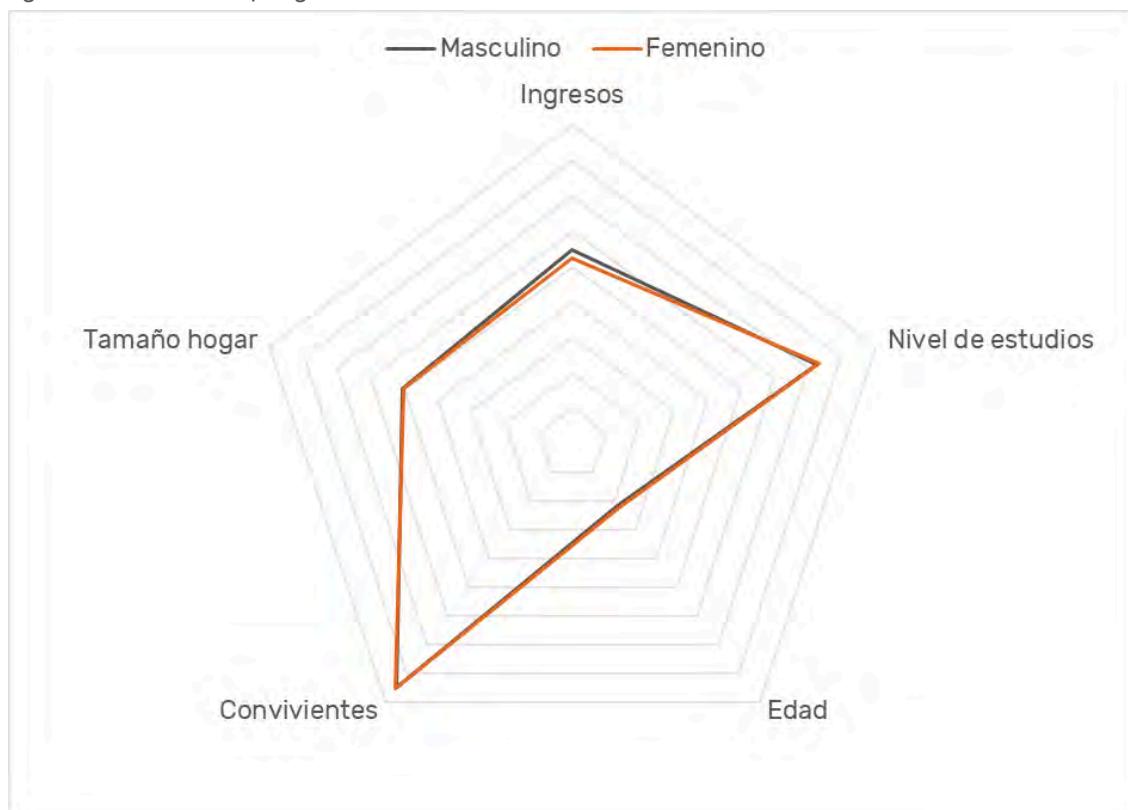
En lo referente al **nivel de estudios** el de las mujeres de la muestra tiene mayor recorrido que el de los hombres. Así hay un mayor porcentaje de hombres que no tienen estudios y, entre ellas se alcanza más la titulación universitaria, un 30,7 % frente a un 29,6%.

Si tenemos en cuenta el **tipo de vivienda de residencia**, la mayoría de las personas que han completado la encuesta viven en pisos o apartamentos, habiendo un mayor número de personas masculinas viviendo en viviendas unifamiliares: 20,7% de personas que eligieron la opción masculino frente al 19% que eligieron femenino.

En cuanto al **número de personas que viven en el hogar o convivientes** la gran mayoría de los hogares tiene tres o más miembros, sobresaliendo en tan solo un 0,5 puntos las respuestas de las personas que declararon ser del género femenino frente al masculino.

Como vemos en el siguiente gráfico el perfil social es muy similar para el género masculino y femenino. La mayor diferencia se aprecia en relación a los ingresos donde el perfil masculino tiene mayor renta que el femenino.

Figura 31. Perfil social por género. Marzo 2021 - diciembre 2023.



El perfil de hombres y mujeres en gráficos de impacto

De una primera mirada, analizando los cuatro bloques de preguntas de la encuesta (sin incluir los datos descriptivos), podemos ver como el promedio de impactos del género masculino es mayor en el bloque de transporte y en el de materiales. El género femenino tiene mayor impacto en energía. Y, en agua, ninguno de ellos destaca sobre el otro.

Figura 32. Impactos normalizados por género para cada bloque temático de la encuesta. Marzo 2021 - diciembre 2023.



Analizándolo de manera pormenorizada, en el **bloque sobre uso de la energía** (Fig. 33) vemos como los perfiles masculino y femenino son bastante similares. El género masculino tiene mayores impactos en relación al aire acondicionado aunque un poquito menos en calefacción. Donde más destaca la diferencia es en materia de tenencia de electrodomésticos con etiqueta energética A donde el género femenino tuvo mayor impacto, es decir, marcó en menos ocasiones la posesión de este tipo de electrodomésticos.

En el **bloque del transporte** (Fig. 34) destaca el uso del coche de combustión, y vemos que el perfil femenino y el masculino se diferencian principalmente en materia del uso del coche. Tienen impactos prácticamente iguales en el medio de transporte utilizado y tiempos de desplazamientos, pero se encuentran diferencias entre los que usan el coche: el género femenino tiene coches más antiguos, pero más pequeños, viaja más acompañado y tiene menos vehículos de combustibles fósiles. Siendo la mayor diferencia la utilización del coche en compañía por parte de las mujeres.

El **bloque del agua** (Fig. 35) nos muestra una gran igualdad entre perfiles. Prácticamente calcan ambos la línea de la gráfica, mostrándose como el aspecto con más impacto en el total de la huella estimada el empleo o no de algún sistema de riego economizador.

En cuanto al **bloque de materiales** (Fig. 36) es en el que más diferencia se observa entre ambos géneros. En él se ve como el género femenino tiene menos impactos en todos los aspectos menos en la frecuencia de compra. Es decir, se alimenta con menos carne y procesados, se fija más en los etiquetados de productos tóxicos y peligrosos y tiene más cubos para el reciclaje.

Figura 33. Impactos normalizados del bloque de la energía por género. Marzo 2021 - diciembre 2023.

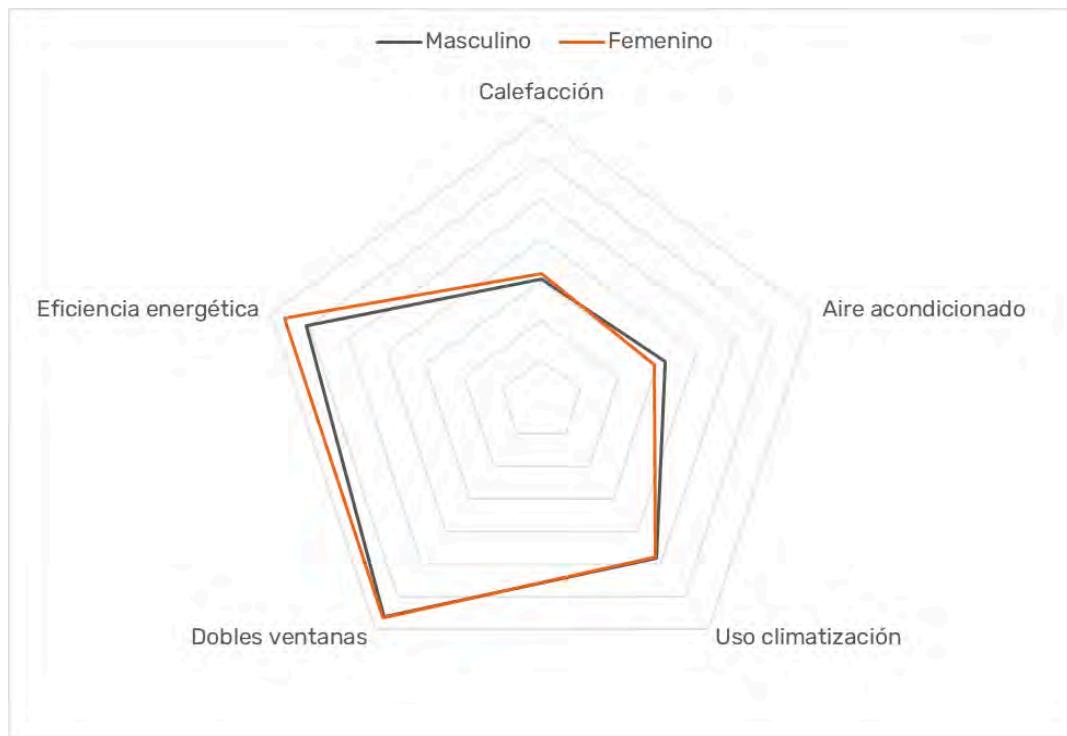


Figura 34. Impactos normalizados del bloque del transporte por género. Marzo 2021 - diciembre 2023.

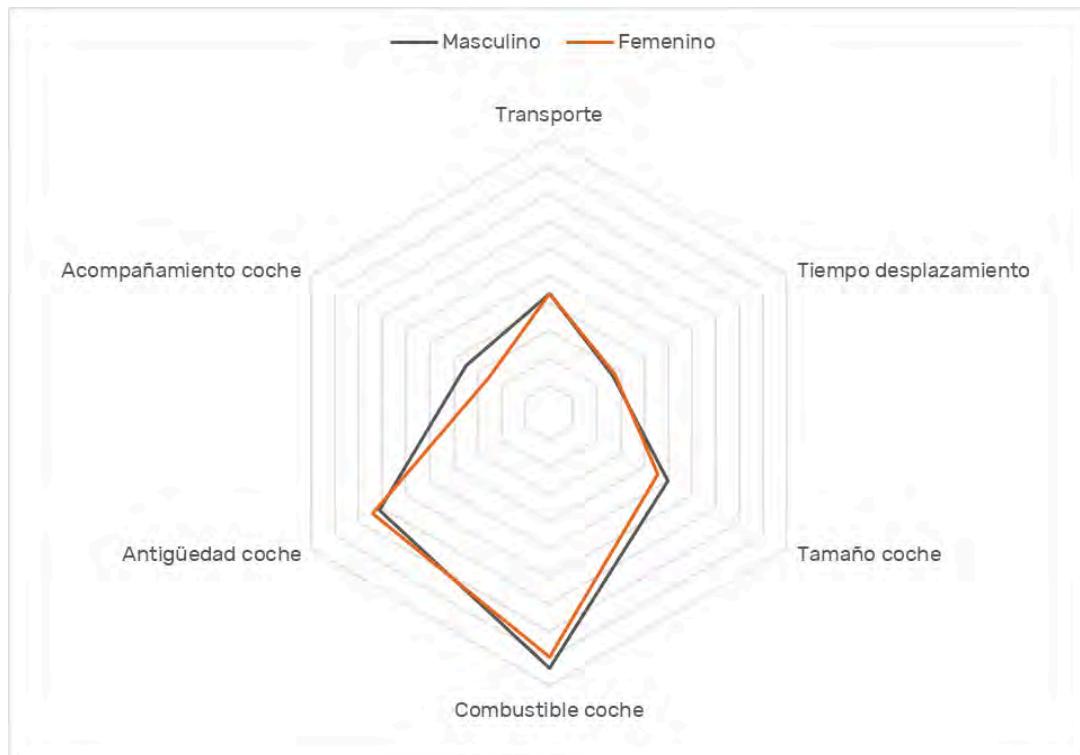


Figura 35. Impactos normalizados del bloque de agua por género. Marzo 2021 - diciembre 2023.

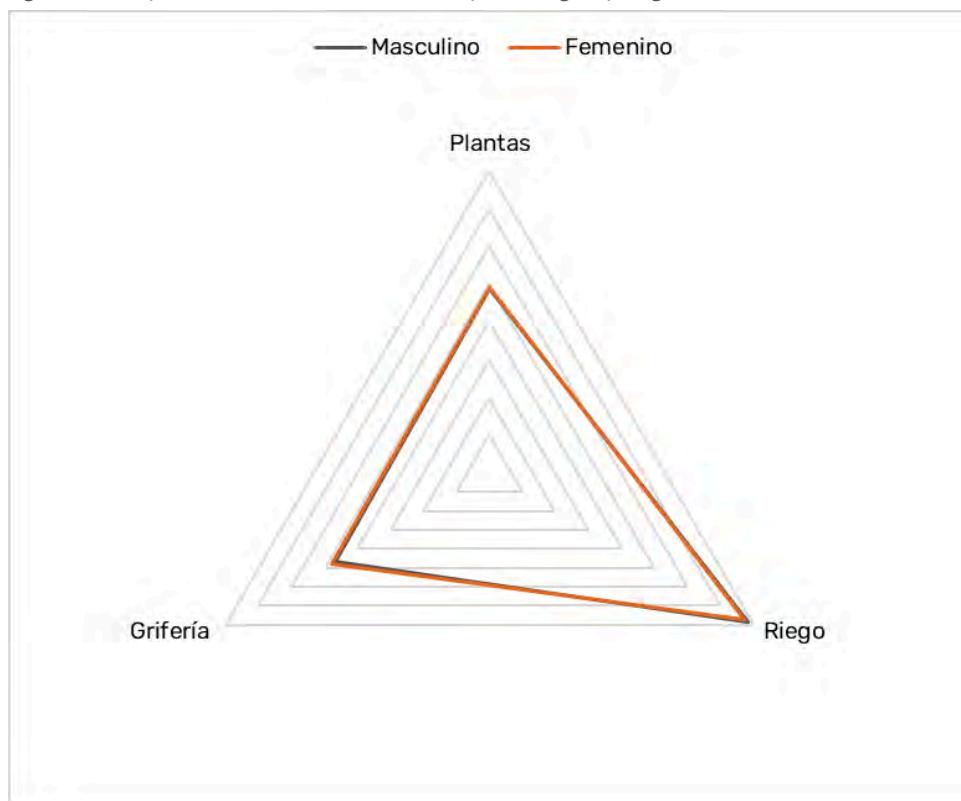


Figura 36. Impactos normalizados del bloque de los materiales. Marzo 2021 – diciembre 2023.



Concluyendo el **perfil femenino**, en cuanto a la climatización, tiene menos aire acondicionado. También muestra tener más impactos por la falta de eficiencia energética en los electrodomésticos.

En materia de transporte, aunque a nivel global ha mostrado tener un impacto similar en el tipo de transporte, sí que muestra claras diferencias respecto al perfil masculino. Así se desplaza más caminando y en transporte público, pero menos en bicicleta. Si hablamos de transporte privado, el perfil femenino tiende a coches más pequeños y a viajar acompañado.

A la hora de hablar de los impactos generados por el agua, el perfil femenino no destaca ni para más ni para menos impactos.

En relación a la frecuencia de realización de la compra, muestra menor frecuencia de compra y tiende a dietas en las que la proporción de carne es menor y ha mostrado mayor tendencia a dietas sin o con pocos alimentos de origen animal. Eso sí, es un perfil con tendencia a adquirir alimentos frescos frente a procesados. También, a la hora de elegir productos se preocupa más por la tenencia o no de sustancias químicas y peligrosas y tiende más a separar sus residuos para reciclar.

En cuanto al **perfil masculino** que se deduce de nuestro análisis, en materia de electrodomésticos de alta eficiencia energética, este perfil ha mostrado más propensión a tenerlos. En cuanto al aire acondicionado también se muestra una mayor tenencia que el perfil femenino.

En el bloque de transporte, el perfil masculino tiende más al vehículo privado, especialmente si hablamos de la moto siendo el perfil que más usa este tipo de vehículo. El perfil masculino utiliza coches con combustibles fósiles en mayor proporción. Además, vive más cerca del trabajo que el perfil femenino.

En relación a los impactos que tiene en relación al uso del agua, el perfil masculino no destaca ni para bien ni para mal en nuestra muestra.

En materia de materiales y residuos, tiene un comportamiento intermedio en relación a la frecuencia de compra o el tipo de alimentos que adquiere (frescos o empaquetados), pero sí que destaca por la mayor presencia de la carne en su dieta. El reciclaje es menos practicado por este perfil, aunque tampoco quiere decir que no separe sus residuos para reciclar.

4. Conclusiones

El número de encuestas ha seguido creciendo lo que demuestra la alta aceptación de este recurso como herramienta de sensibilización y concienciación. Aunque se han ampliado los idiomas en los que se puede acceder a la calculadora (portugués e inglés, además de español), la gran mayoría de las encuestas son de países de residencia de habla hispana.

El análisis de la huella ecológica en función del género nos ha permitido definir los perfiles femenino y masculino entre las personas que estimaron su huella entre marzo del 2021 y diciembre de 2023. En líneas generales, los resultados nos indican que tenemos una muestra en línea con la literatura y publicaciones en la materia. Así por ejemplo, tenemos un perfil masculino más carnívoro y tecnológico que usa el transporte privado más a menudo y un perfil femenino que compra con más frecuencia, se preocupa más en la elección de sus compras o viaja más acompañada.

Aunque concluir que un género es más sostenible que el otro es arriesgado, sí parece evidente que el género afecta. Así resulta de esta primera exploración revisada de los datos sobre pautas de consumo de las personas que completaron nuestra encuesta, así como en gran parte de las publicaciones encontradas. Eso sí, parte del debate propone que, llegados a un punto de igualdad, podría darse que el género se diluya como factor diferencial en nuestros impactos, aflorando otros como la renta, la actividad laboral, etc. Pero mientras ocurre eso, los roles asociados a cada identidad de género se enfrentan al consumo de manera diferente, apuntando los hábitos más relacionados con lo femenino (el trabajo del hogar, la conciencia del entorno y lo colectivo...) a desarrollar prácticas de consumo más sostenibles. Desde esta perspectiva, resultaría interesante plantearse la equidad de género poniendo en el centro valores de cuidado y empatía –más asociados a lo femenino–, para avanzar hacia un mundo más sostenible.

Así mismo, hemos evidenciado una falta de datos sobre otros géneros y vemos muy útil la segregación por identidad de género de los patrones de conducta, tanto para estudiar y hacer propuestas de hábitos más respetuosos con la naturaleza, como para identificar roles de género. Por eso y en favor de la inclusión y la diversidad, estimamos que resulta necesario comenzar a recoger datos para todas esas personas que no se identifican en los géneros femenino ni masculino.

Por último, queremos señalar en este informe que tras su elaboración hemos continuado con nuestra agenda de investigación científica sobre las prácticas de consumo sostenible, profundizando en cómo interactúan el género y la cultura en la configuración de los comportamientos ambientalmente responsables. Para ello hemos realizado una aproximación más contextualizada, analizando comparativamente los datos de cinco de los países: España, México, Colombia, Ecuador y Perú. Para ello, se han utilizado modelos económicos (probit), y se han estimado las probabilidades de adoptar seis prácticas de consumo sostenible, incorporando interacciones entre género y país para capturar los efectos del contexto nacional. Este working paper o documento de trabajo, su análisis y resultados se puede consultar en: *Beyond stereotypes: how gender and culture interact in shaping sustainable consumer behavior*.

Anexo I: Estimaciones de huella ecológica personal en planetas

En esta tabla hemos representado cómo ha ido evolucionando la huella ecológica personal de los 19 países con más de 1.000 estimaciones realizadas. Para cada país se representa la huella ecológica personal media anual y la media del periodo objeto de este informe, en planetas.

Tabla 2. Huella ecológica anual y media acumulada en planetas para países con más de 1.000 estimaciones realizadas. Febrero 2018 - diciembre 2023. Tamaño de la muestra: 796.282 estimaciones.

Países	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Media acumulada
Estados Unidos	2,85	2,82	2,84	2,86	2,88	2,96	2,88
Argentina*	2,76	2,70	2,79	2,81	2,83	2,83	2,81
Venezuela	2,51	2,56	2,68	2,67	2,77	2,83	2,75
Uruguay	2,32	2,48	2,70	2,73	2,74	2,79	2,72
Panamá	2,54	2,63	2,70	2,65	2,65	2,69	2,66
El Salvador	2,74	2,55	2,53	2,58	2,61	2,61	2,59
Honduras	2,44	2,47	2,53	2,53	2,58	2,66	2,57
Rep. Dominicana	2,51	2,69	2,62	2,56	2,52	2,54	2,56
Chile	2,50	2,52	2,54	2,55	2,55	2,49	2,53
Guatemala	2,58	2,57	2,56	2,53	2,51	2,50	2,52
España*	2,37	2,43	2,47	2,49	2,53	2,54	2,51
Costa Rica	2,49	2,44	2,47	2,49	2,52	2,54	2,50
Francia	2,45	2,33	2,42	2,42	2,52	2,59	2,50
México*	2,46	2,46	2,49	2,48	2,47	2,48	2,48
Bolivia	2,30	2,37	2,36	2,35	2,36	2,41	2,38
Nicaragua	2,73	2,80	2,31	2,33	2,30	2,26	2,31
Ecuador*	2,32	2,35	2,32	2,30	2,30	2,32	2,31
Colombia*	2,18	2,19	2,17	2,19	2,21	2,20	2,20
Perú*	2,19	2,16	2,15	2,18	2,20	2,19	2,19

(*) Países de residencia desde los que se han realizado más de 20.000 estimaciones de huella.

Anexo II: Resultados de huella ecológica personal de las personas que eligieron la opción otro género

A lo largo de la redacción de este informe se ha buscado información para contrastar los resultados de nuestro análisis. Eso nos ha permitido incluir algunas informaciones completando los resultados de nuestra muestra. En este proceso, hemos podido corroborar que las personas que han seleccionado la opción “otro” en la pregunta sobre su género no se encuentran reflejadas en la gran mayoría de las publicaciones consultadas. Es decir, las personas que no se identifican con el género masculino o femenino están invisibilizadas.

No considerar estas opciones no binarias puede fomentar un sesgo en las investigaciones o análisis de los datos, así como obviar nuevas perspectivas que nos abren otros caminos.

Algunas líneas de investigación apuntan a que los impactos tienen influencia del género identitario y no del biológico. Estas investigaciones son las que sí han considerado géneros no binarios (otro género). La apertura a comportamientos no binarios supone partir de un cuestionamiento con las identidades establecidas. Eso sería como una especie de “ventaja” a la hora de cuestionar otros aspectos de la vida. Así, otros géneros parecen tener actitudes más abiertas al activismo medioambiental o pueden tener menos dificultades para romper la dualidad masculinidad-carne al ya haberse cuestionado la identidad masculina.^{61 62}

En nuestra encuesta se posibilita la opción a responder “otro” ante la pregunta de con cuál género se identifica la persona que la completa. Por eso hemos querido incluirlo en este informe.

Sin embargo, la escasa representación de estas personas en el total de la muestra (un 1,7% del total) nos ha hecho optar por abordar en un apartado independiente los resultados de las encuestas de las personas que han seleccionado la opción “otro”, para así no seguir la tendencia a invisibilizar a esta población.

Es por ello que, con la intención de visibilizar y sin llegar a conclusiones, en este apartado describimos los datos de las personas que seleccionaron esta opción al preguntar por el género, un total de 8.910 personas que estimaron su huella ecológica personal.

⁶¹ Sbicca, J. (2012). Eco-queer movement (s). *European Journal of Ecopsychology*, 3, 33–52.

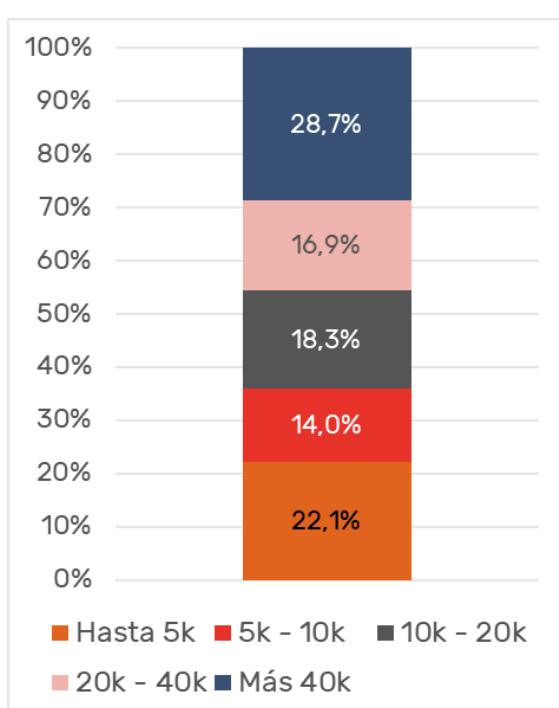
⁶² Simonsen, R. R. (2012). A queer vegan manifesto. *Journal for Critical Animal Studies*, 10(3), 51–81.

Datos descriptivos

País de residencia	Otro
México	3.400
España	3.717
Colombia	204
Perú	177
Argentina	235
Ecuador	90
Resto de países	1.087

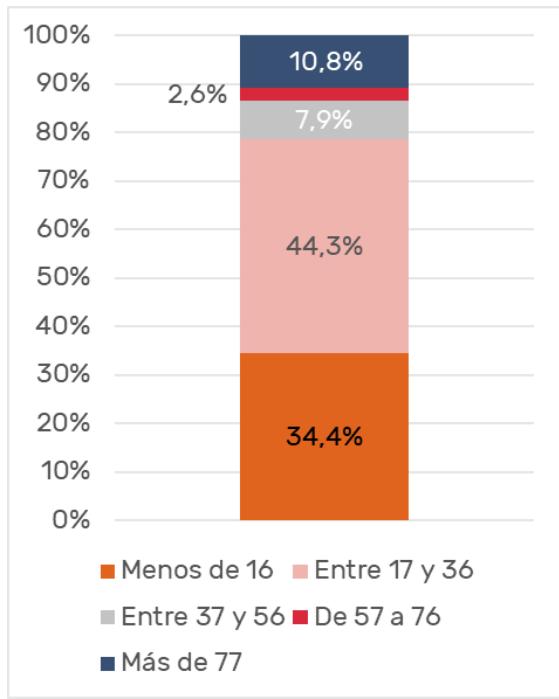
En cuanto al **país de residencia**, en el país donde más personas marcaron la opción de otro género fue en España. Resulta llamativo que en España haya un mayor número de personas que hayan declarado ser de otro género que en México, ya que este último cuenta con más del triple de estimaciones realizadas en total que España.

Tabla 3. País de procedencia de las personas que declararon ser de otro género. Marzo 2021 - diciembre 2023. Tamaño de muestra: 8.910 estimaciones.



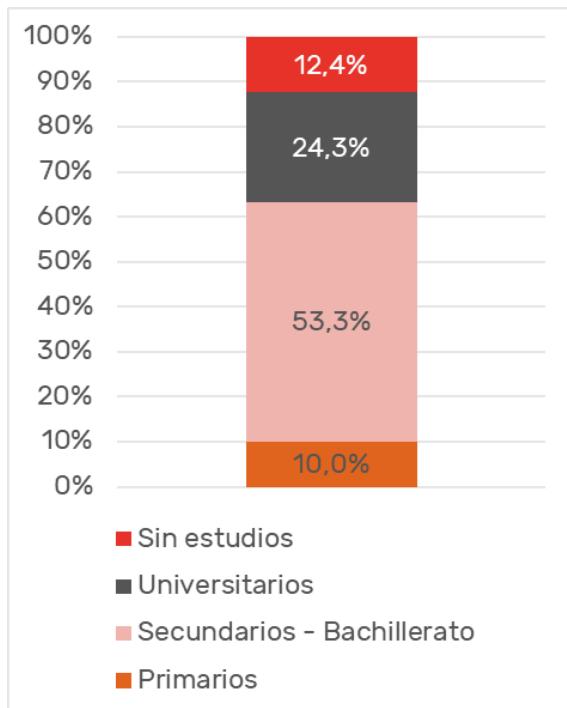
En relación al **nivel de renta**, el mayor porcentaje de ingresos que declara otro género se sitúa en más de 40.000 euros al año (28,7%), aunque un 36,1% cuenta con 10.000 € o menos.

Figura 37. Distribución porcentual de tramo de ingresos para otro género. Marzo 2021 - diciembre 2023.



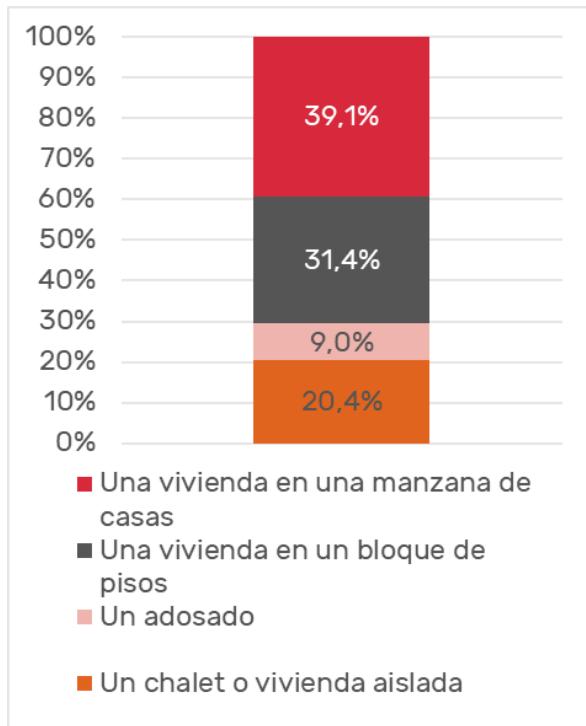
En cuanto a la **edad**, en este grupo también se observa una alta proporción de personas jóvenes. El 78,7% de las personas declararon tener 36 años o menos.

Figura 38. Distribución porcentual de rangos edad para otro género. Marzo 2021 - diciembre 2023.



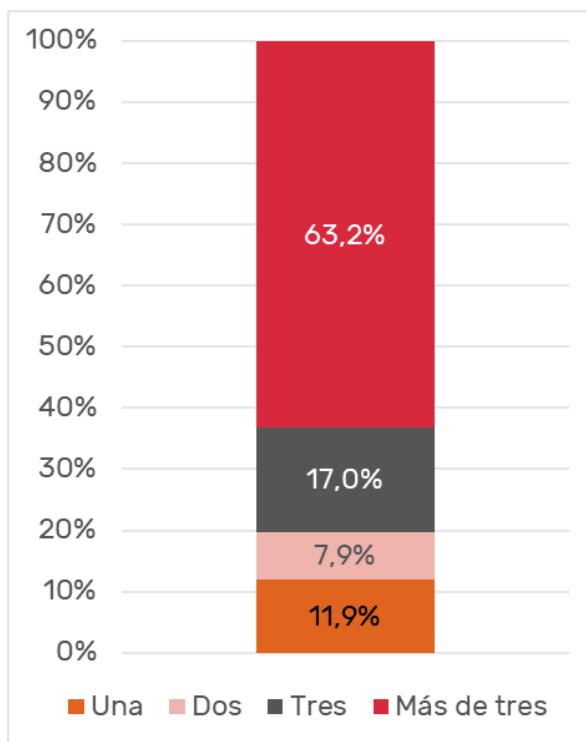
En relación al **nivel de estudios** la mayoría de personas que seleccionaron la opción de otro género están o han cursado estudios secundarios o de Bachillerato.

Figura 39. Distribución porcentual de nivel de estudios para otro género. Marzo 2021 - diciembre 2023.



Si tenemos en cuenta el **tipo de vivienda de residencia**, un 29,4% vive en casas unifamiliares frente al 70,6% que vive en pisos o apartamentos.

Figura 40. Distribución porcentual de tipo de vivienda de residencia para otro género. Marzo 2021 - diciembre 2023.



El **número de personas que viven en el hogar o convivientes** es, para la gran mayoría de los casos, de tres o más miembros. Si incluimos los hogares con tres miembros estos representan el 80,2% de la muestra.

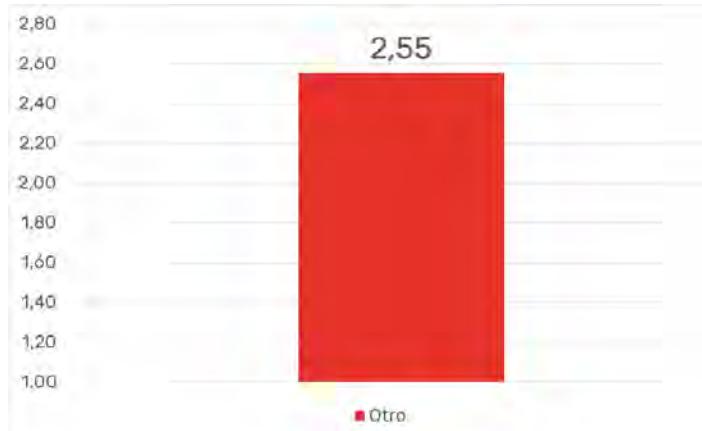
Figura 41. Distribución porcentual del número de personas que viven para otro género. Marzo 2021 - diciembre 2023.

Las personas que han declarado ser de otro género en la encuesta, se corresponden en su mayoría con personas: con un nivel de renta mayor a los 40.000 € (28,7%), si bien también hay un alto porcentaje de rentas de 5.000 o menos (22,1%); jóvenes, de 36 años o menos (78,7%), siendo importante el porcentaje de 16 años o menos (34,4%); un nivel de estudios de secundarios o de bachillerato (53,3%); y residentes en pisos o apartamentos (70,6%) con tres o más personas (80,2%). Ello puede estar relacionado con la utilización de la encuesta con fines didácticos en centros educativos de Educación Primaria y Secundaria, así como universitarios.

La huella total

La estimación de todas las personas de otro género es de 2,55 planetas.

Figura 42. Huella ecológica personal media en planetas equivalentes para otro género. Marzo 2021 - diciembre 2023.



Energía

En lo referente al consumo y equipamiento de la energía en el hogar la mayoría de las personas que seleccionaron la opción otro género al estimar su huella ecológica:

- Un 53,6% cuentan con algún tipo de **sistema de calefacción** (Fig. 43).
- Un 57,7% no tienen **aire acondicionado** (Fig. 44).
- Tienden a un **uso de frugal-intermedio de la climatización** en un 55,6% (Fig. 45).
- No cuentan con **dobles ventanas o ventanas con doble cristal** en un 58,7% (Fig. 46).
- Un 46,4% dice desconocer la **clasificación energética de sus electrodomésticos**, aunque un 35,9% manifiesta contar con algún electrodoméstico con etiqueta energética A (Fig. 47).

Figura 43. Distribución porcentual de tenencia de calefacción para otro género. Marzo 2021 - diciembre 2023.

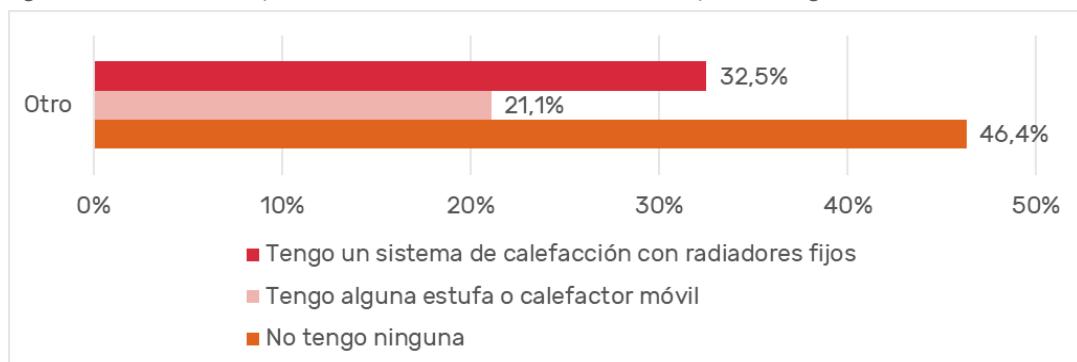


Figura 44. Distribución porcentual de tenencia de aire acondicionado para otro género. Marzo 2021 - diciembre 2023.

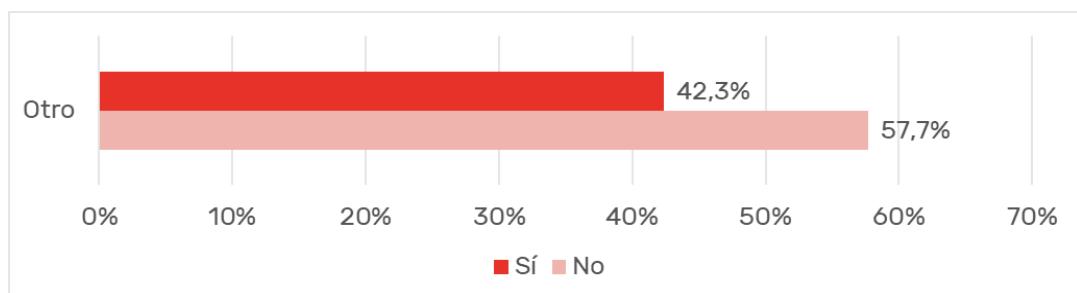


Figura 45. Distribución porcentual de uso de la climatización para otro género. Marzo 2021 - diciembre 2023.

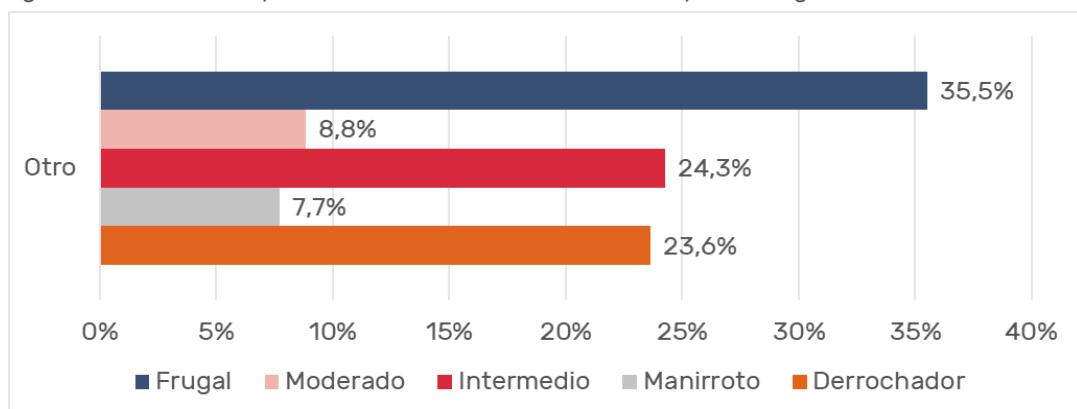


Figura 46. Distribución porcentual de tenencia de ventanas dobles o ventanas con doble cristal para otro género. Marzo 2021 - diciembre 2023.

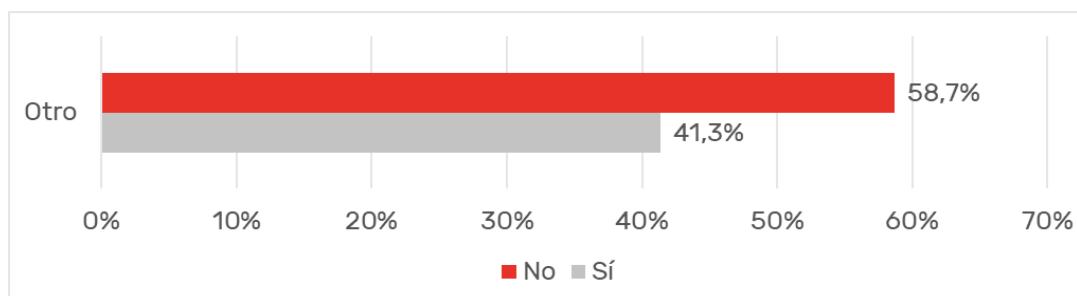
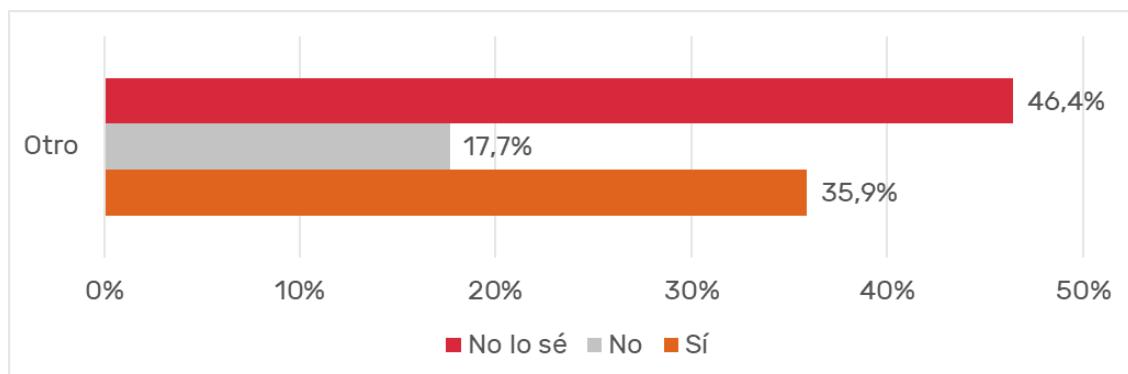


Figura 47. Distribución porcentual de tenencia de electrodomésticos de alta eficiencia energética para otro género. Marzo 2021 - diciembre 2023.



Transporte

En cuanto a las preguntas relacionadas con el medio, tiempos y vehículos utilizados en los desplazamientos cotidianos:

- El mayor porcentaje de **medio de transporte** utilizado corresponde a caminar, con un 48,8% (Fig. 48).
- En relación a los **tiempos de desplazamiento**, la gran mayoría vive a menos de media hora del trabajo, un 64,9% (Fig. 49).
- Para aquellas personas que dicen **utilizar el coche** (un 21,2%), la mayoría tiene tamaños normales (38,3%) con tendencia a grandes (39,5%) (Fig. 50), de combustión (88,25%) (Fig. 51), y van más acompañadas que solas en un 45,2% (Fig. 52).

Figura 48. Distribución porcentual de medio de transporte utilizado para desplazamientos cotidianos para otro género. Marzo 2021 - diciembre 2023.

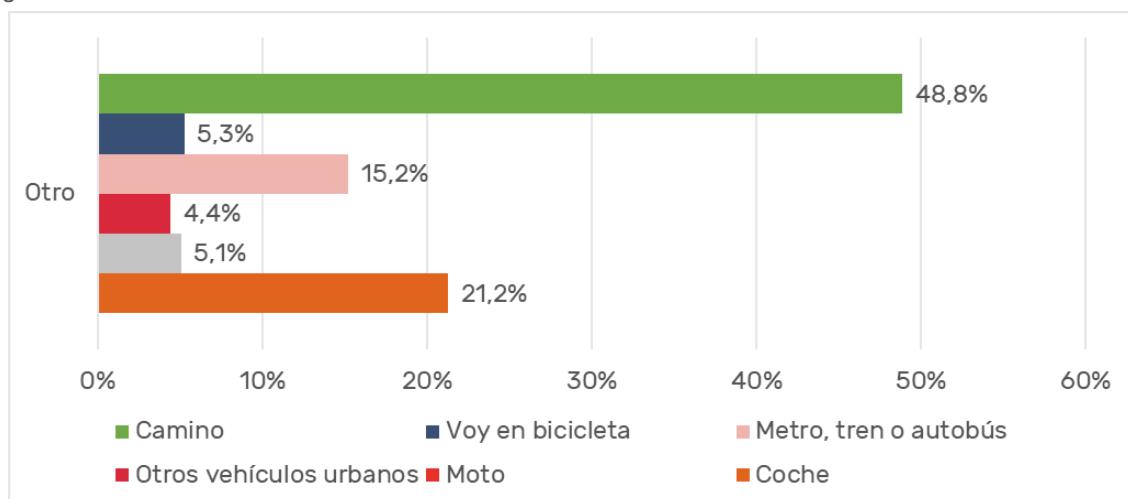


Figura 49. Distribución porcentual de tiempo de desplazamientos cotidianos para otro género. Marzo 2021 - diciembre 2023.

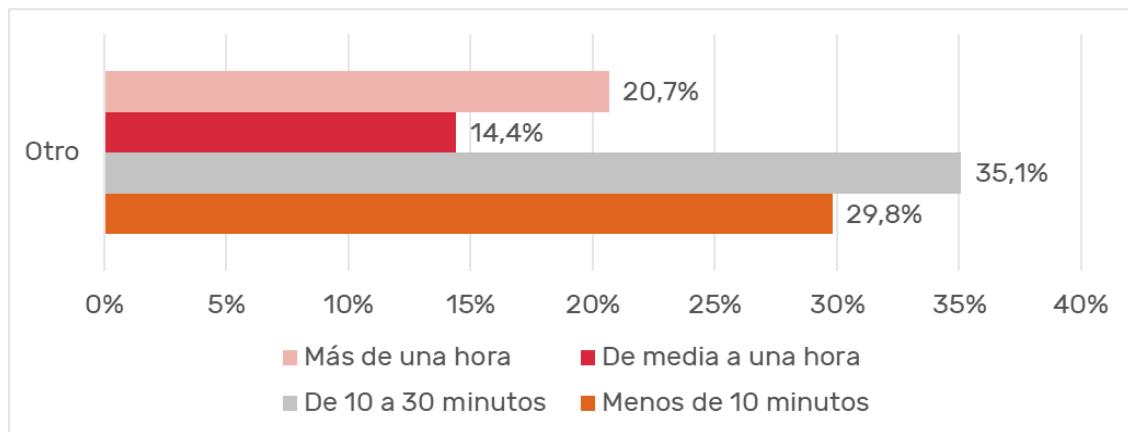


Figura 50. Distribución porcentual de tamaño del coche para otro género. Marzo 2021 - diciembre 2023. Tamaño de muestra: 5.042 estimaciones.

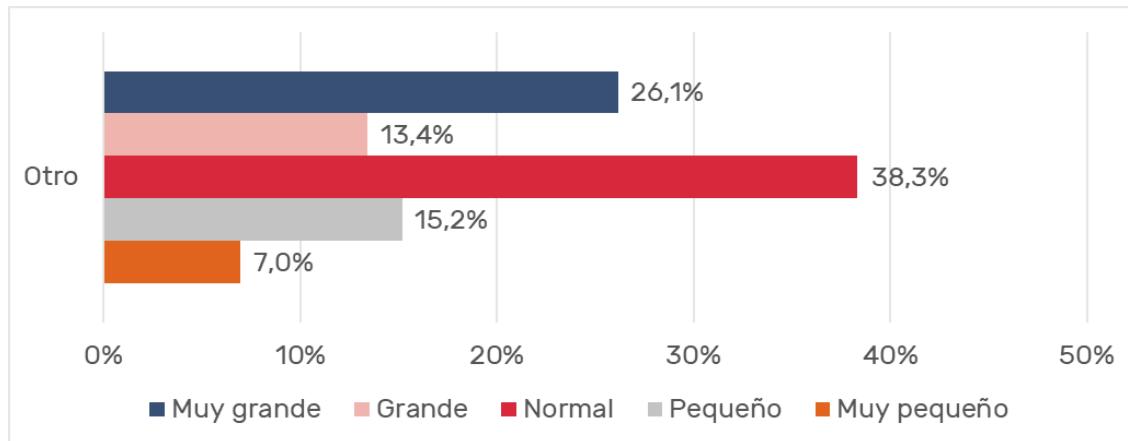


Figura 51. Distribución porcentual de tenencia de vehículos eléctricos o híbridos para otro género. Datos: marzo 2021 - diciembre 2023. Tamaño de muestra: 5.042 estimaciones.

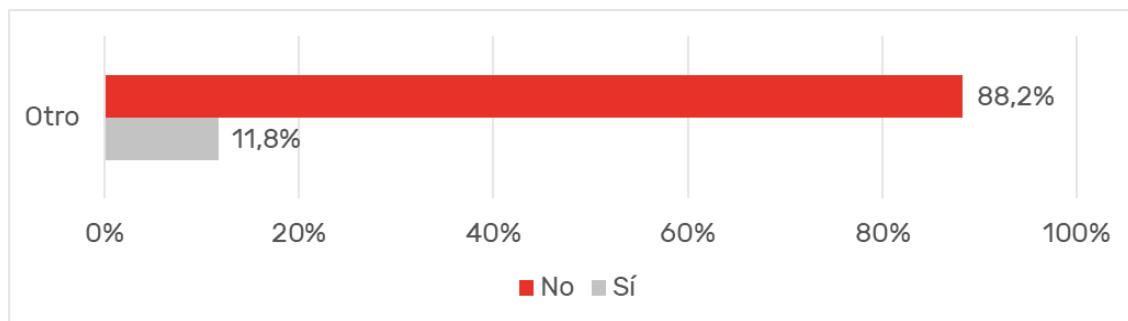
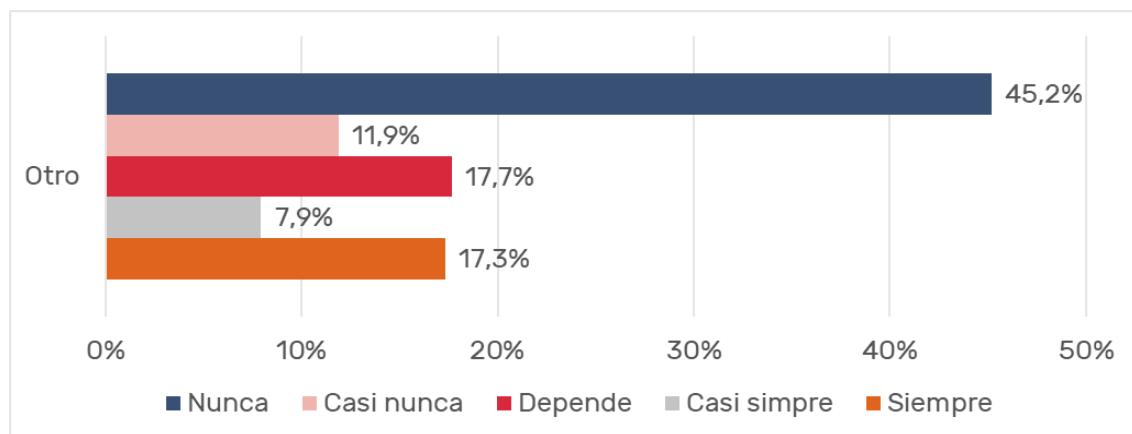


Figura 52. Distribución porcentual de acompañamiento en coche para otro género. Marzo 2021 - diciembre 2023. Tamaño de muestra: 5.042 estimaciones.



Agua

El análisis de las preguntas relacionadas con este bloque nos indican que:

- Las proporciones sobre **tenencia o no de plantas** está bastante repartida aunque las personas con jardineras y macetas tuvieron más peso (un 45,4%) y las de jardincito fue la de menor (un 14,9%) (Fig. 53).
- Una amplia mayoría, un 65,0%, de las que tienen jardín respondieron no tener **riego económico** (Fig. 54).
- Un 66,1% dijo tener al menos un elemento o varios de **grifería economizadora** (Fig. 55). Esto deja un amplio grupo, 1 de cada 3 personas, que no tienen ninguno.

Figura 53. Distribución porcentual de tenencia de jardín o plantas para otro género. Datos: marzo 2021 - diciembre 2023.



Figura 54. Distribución porcentual de riego economizador para otro género. Marzo 2021 - diciembre 2023. Tamaño de muestra: 5.362 estimaciones.

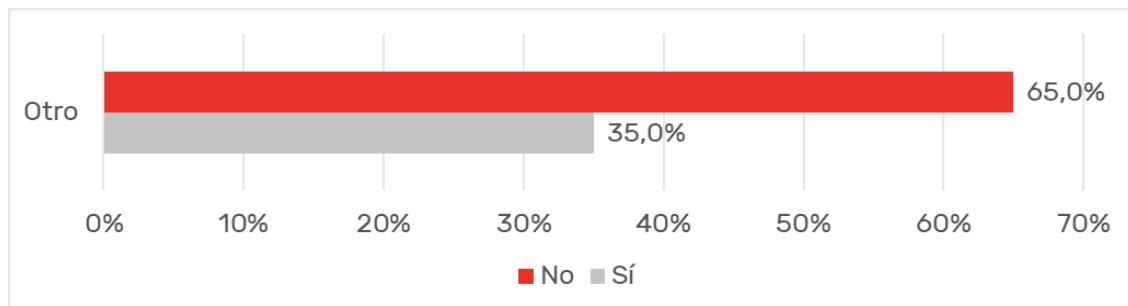
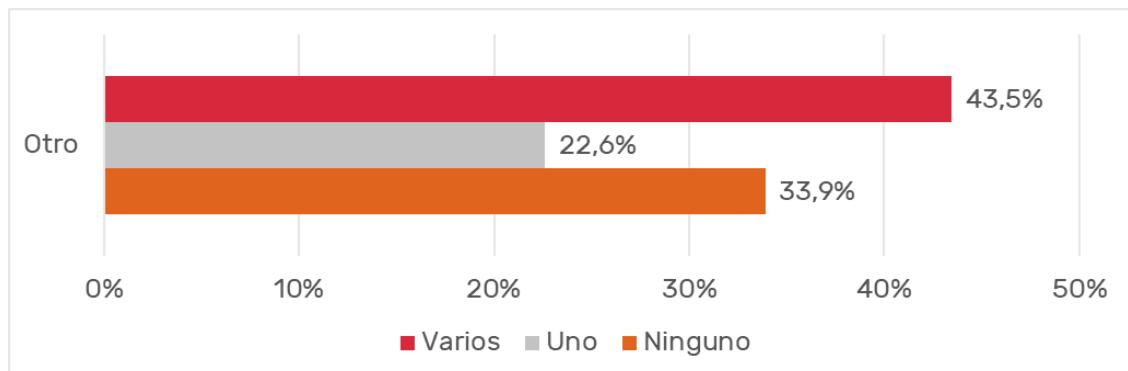


Figura 55. Distribución porcentual de grifería economizadora para otro género. Marzo 2021 - diciembre 2023.



Materiales

En lo que se refiere a las preguntas relacionadas con nuestros hábitos de compra y alimentación:

- En la pregunta relacionada con el número **de veces que se realiza la compra**, hay mayor tendencia a comprar cada semana o cada menos: un 33,7% respondió semanalmente y un 25,7% con frecuencias menores (Fig. 56).
- En relación al **consumo de carne** un 32,3% declaran una dieta intermedia entre muy carnívora y vegana, con una mayor tendencia al consumo de carne en un 42% de las respuestas (Fig. 57).
- Y, en cuanto a si esa dieta se basa en **alimentos frescos o procesados** hay una mayor proporción a compras intermedias (34,9%) con tendencia a los frescos y a granel con un 43,4% (Fig. 58).

Figura 56. Distribución porcentual de frecuencia de compra para otro género. Marzo 2021 - diciembre 2023.

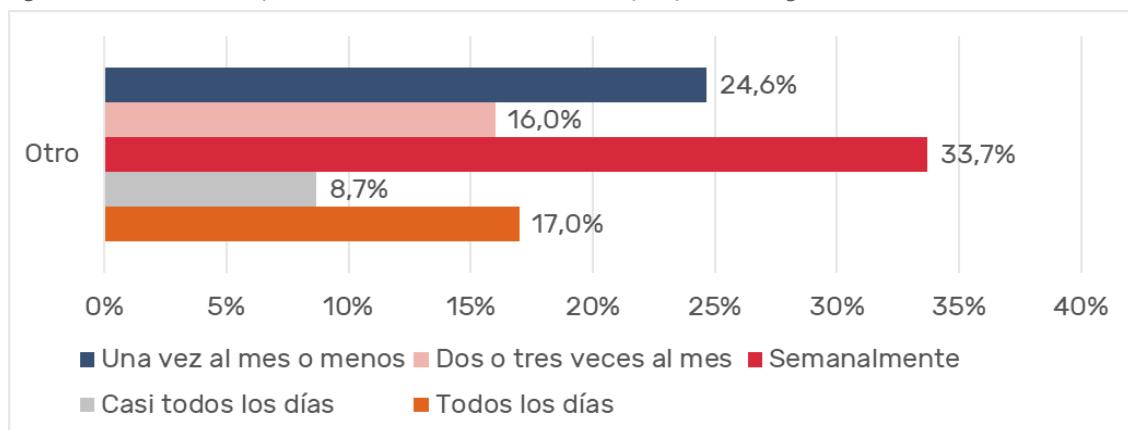


Figura 57. Distribución porcentual de tipo de dieta para otro género. Marzo 2021 - diciembre 2023.

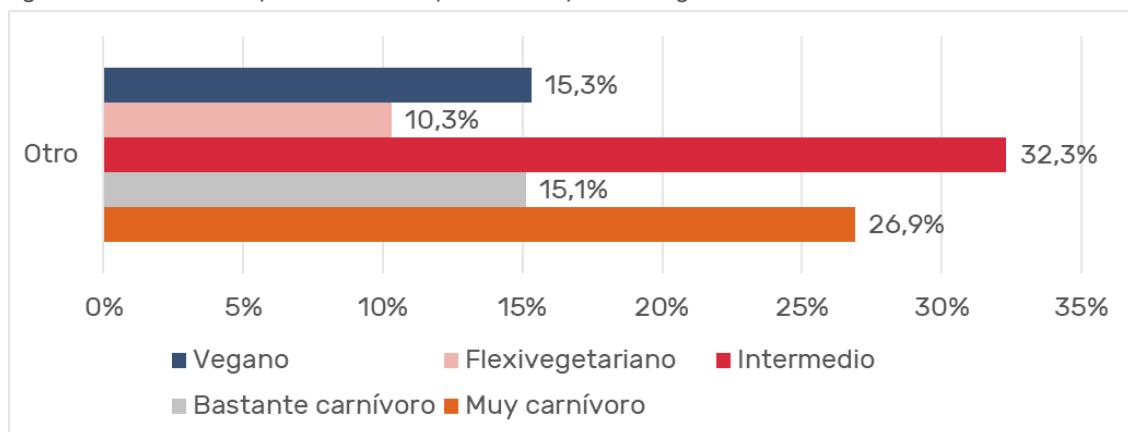
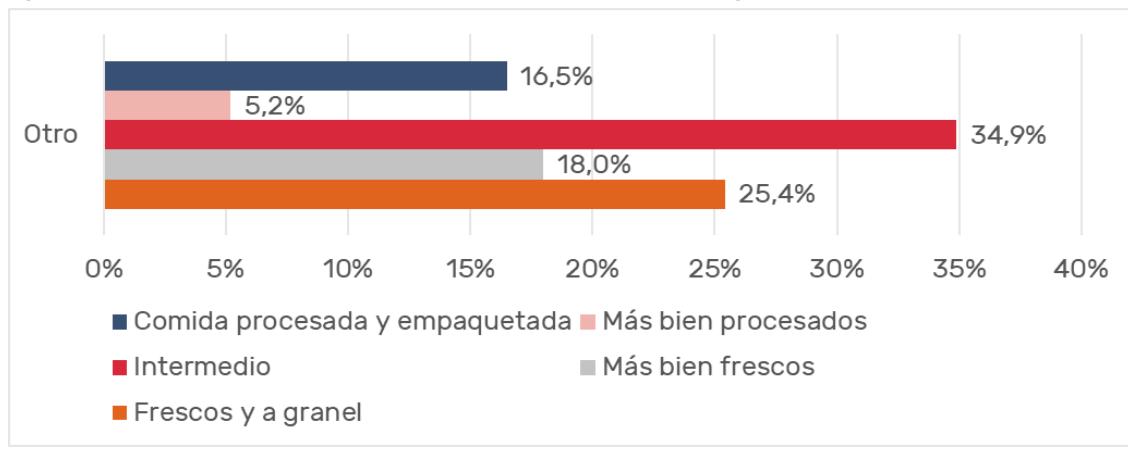


Figura 58. Distribución porcentual de tipo de alimentos para otro género. Marzo 2021 - diciembre 2023.



Por otro lado, el bloque recoge otras dos cuestiones, una relacionada con el etiquetado de productos tóxicos y peligrosos, y otra con los hábitos respecto a la separación de residuos para su reciclaje:

- En lo que se refiere al **etiquetado de productos tóxicos y peligrosos**, un mayor porcentaje de personas se fijan en él (un 41,0%), aunque está muy de cerca del que no se fija (un 38,7%) (Fig. 59).
- Las personas que seleccionaron la opción de otro género declaran que **reciclan o separan sus residuos en diferentes cubos** (un 63,5%), aunque más de un tercio no recicla o separa sus residuos para su posterior tratamiento (un 36,5%) (Fig. 60).

Figura 59. Distribución porcentual de elección en función del etiquetado de productos tóxicos y peligrosos para otro género. Marzo 2021 - diciembre 2023.

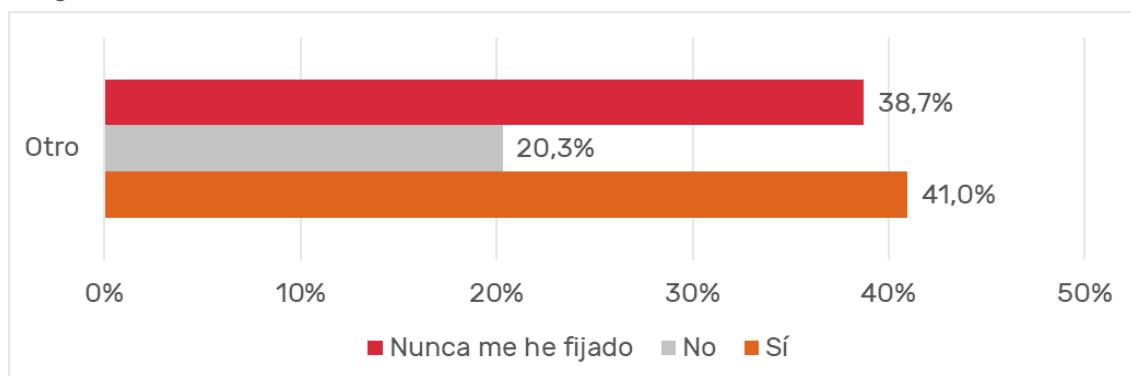


Figura 60. Distribución porcentual según el número de contenedores en el hogar para otro género. Marzo 2021 - diciembre 2023.

