EL PAIS. 16 de enero de 2014

Papá, prefiero tener una tableta a un coche

El automóvil ya no es símbolo de libertad y emancipación

Las nuevas tecnologías han ganado terreno y transformado su forma de viajar

Raquel Vidales 16 ENE 2014 - 21:23 CET19



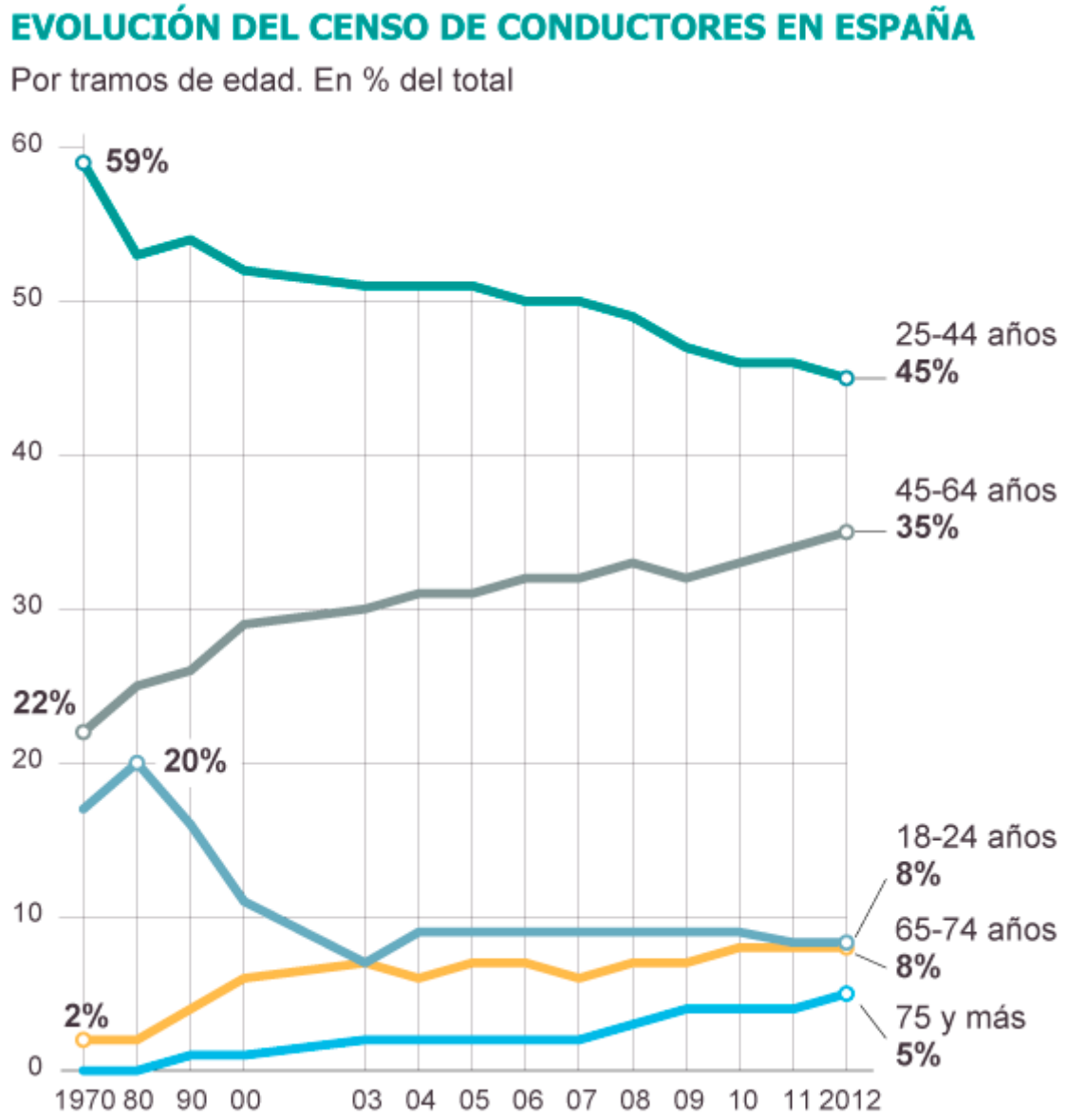
Internet reduce la necesidad de utilizar el coche para comunicarse. / Carlos Rosillo

Isabel, madrileña de 18 años que ahora estudia en Berlín, acaba de sacarse el carné de conducir. "Pero solo por si en el futuro me hiciera falta", aclara. No tiene intención, "ni ganas", de comprarse un coche. "¿Para qué? Es una carga mantenerlo. Puedo moverme en transporte público, en bici, compartir o alquilar uno. Siempre hay alguna alternativa. Es un gasto innecesario, prefiero invertir el dinero en otras cosas", opina. Aunque asegura que no solo es cuestión de dinero. "No me gusta vivir en ciudades atascadas de coches. Contaminan y roban espacio a las personas", dice.

Los fabricantes de coches están preocupados. Según un estudio publicado hace unos días por la consultora KPMG, basado en una encuesta realizada entre 200 altos cargos del sector en todo el mundo, el 54% de los directivos se manifiestan inquietos porque los menores de 25 años no sienten necesidad de ser dueños de un vehículo. La tendencia es más clara, asegura el informe, en los grandes centros urbanos con buenas redes de transporte público. "La llamada generación del milenio [los nacidos entre los años 1980 y 2000] parece menos interesada en adquirir bienes tradicionales como casas y coches. Prefiere comprar teléfonos móviles, dispositivos tecnológicos y ropa", explica el documento.

No es la primera vez que salta la alarma en el sector. Ya lo advertía, hace dos años, una detallada investigación realizada en EE UU. "Tras la Segunda Guerra Mundial, el coche se convirtió en un símbolo de madurez, prosperidad

y libertad. Para los jóvenes americanos, adquirir un automóvil era considerado como un rito de entrada en la vida adulta. Y para las familias, un vehículo era símbolo de estatus y buena vida. Los tiempos han cambiado, sin embargo. El coche ya no es un símbolo de libertad", señala el informe. El estudio, realizado por el *think tank* Frontier Group y la organización US PIRG, aporta cifras que apoyan la tesis. Entre 2001 y 2009 el número de vehículos conducidos por menores de 34 años disminuyó un 23%. En el mismo periodo, ese grupo de población incrementó un 40% sus viajes en transporte público y aumentó un 24% la compra de bicicletas. Y entre 2000 y 2010 la cifra de jóvenes entre 14 y 34 años sin carné de conducir subió del 21% al 26%.



Fuente: Dirección General de Tráfico. / EL PAÍS

En España no se ha realizado ningún informe tan detallado, pero algunos datos y estudios parciales parecen confirmar la tendencia. El censo de conductores, que elabora anualmente la Dirección General de Tráfico (DGT), es el principal indicador. En las últimas décadas, el porcentaje de ciudadanos con carné con edades entre 45 y 64 años no ha dejado de aumentar, del 22% en 1970 al 35% en 2012 (último dato disponible). En cambio, ha bajado la proporción de los que tienen entre 18 y 24 años (del 20% al 8%) y entre 25 a 44 años (del 59% al 45%). Los últimos

balances de la DGT destacan "el lento pero constante envejecimiento del censo de conductores, en el que año tras año aumentan los porcentajes correspondientes a los tramos de más edad".

La población de
18 a 24 años con carné
ha caído del 20% al 8% en tres décadas

José Miguel Báez, presidente de la Confederación Nacional de Autoescuelas, afirma que el descenso de conductores jóvenes se debe exclusivamente a la crisis. "Es verdad que ahora ya no vienen tantos a sacarse el carné en cuanto cumplen los 18. Pero no porque no quieran, sino porque no pueden. ¿Para qué se van a gastar ese dinero si luego no van a poder comprarse un coche?", razona. "Estamos convencidos de que cuando acabe la crisis volverán a las autoescuelas. Los que vienen lo hacen con la misma ilusión que antes", vaticina.

La crisis y también el envejecimiento de la población explican en parte este cambio de tendencia, pero hay otros factores. El estudio realizado en EE UU descubrió que jóvenes procedentes de hogares con ingresos anuales superiores a los 70.000 dólares anuales (51.500 euros) han duplicado el uso de transporte público y bicicleta en la última década. Es decir, los menos afectados por la crisis también están dando la espalda al coche.

"Hay un cambio de prioridades. Cuando el presupuesto es ajustado, se elimina de la ecuación un gasto tan grande como el que supone un coche. Los fabricantes se esmeran en ablandar las condiciones de financiación, pero los gastos ocultos que representa tener un vehículo (seguros, impuesto de circulación, combustible, aparcamiento) son muy elevados. Por eso, si tienen que elegir, los jóvenes prefieren otras cosas que no supongan tanta carga, sobre todo tecnología móvil", explica Guillermo Ricarte, director general de la Fundación Creafutur, que ha realizado varios estudios sobre comportamientos de consumo de adolescentes y jóvenes en España. "Les preocupa cada vez más el coste de mantenimiento del vehículo, lo ven como una carga y es uno de los factores que más pesan en sus decisiones de compra", coincide Liliana Marsan, responsable del observatorio de consumo Cetelem España.

El transporte compartido les permite viajar y relacionarse

Mientras el automóvil se percibe cada vez más como una carga, la tecnología está ocupando su lugar como símbolo de libertad. Según el estudio *La sociedad de la información en España 2013*, presentado esta semana por la Fundación Telefónica, el 86% de los jóvenes entre 18 y 24 años posee un teléfono inteligente. En esa misma franja de edad, el 94,5% de los que utilizan Internet acceden a diario a redes sociales. "El uso de las redes sociales ha reducido la necesidad de los jóvenes de utilizar el coche. La conexión constante con amigos que permiten plataformas como Facebook, Twitter o Skype y las aplicaciones de mensajería instantánea hace que ya no sea tan imprescindible salir de casa y conducir para estar con alguien", destaca el informe estadounidense. También subraya que el "nuevo estilo de vida derivado del uso de la tecnología móvil y las redes sociales es más compatible con el transporte público, que deja las manos libres para hablar por teléfono móvil o conectarse a Internet mientras se viaja".

La industria automovilística, consciente del espacio ganado por las nuevas tecnologías, intenta adaptarse para reconquistar terreno. "El coche, pese a todo, sigue siendo un objeto icónico, aunque es cierto que de otra manera. Y las marcas ya están trabajando para satisfacer las necesidades de ese nuevo estilo de vida. Por ejemplo, con

vehículos conectados a Internet", asegura David Barrientos, portavoz de la Asociación Española de Fabricantes de Automóviles y Camiones (Anfac). El sector también está atento a otras preocupaciones de los jóvenes, entre ellas el medio ambiente. Según el informe *La Juventud en España 2012*, elaborado por el Instituto de la Juventud, los temas de actualidad que más interés suscitan entre la población de 15 a 29 años son los avances tecnológicos (en un porcentaje del 88,4%), la igualdad de género (84%), el medioambiente (82,4%) y la cultura (80,3%). "Es cierto que a la hora de comprar un coche, los jóvenes tienen más en cuenta factores como la eficiencia, si contamina mucho o poco o el consumo. También prefieren cada vez más los vehículos pequeños, incluso en EE UU, donde siempre han primado los grandes", apunta Barrientos.

Las nuevas tecnologías, por otra parte, han propiciado el desarrollo de formas de transporte alternativas. En todos los países crecen las plataformas en Internet que ponen en contacto a personas que quieren compartir coche para repartir los gastos de viaje, y también aumentan los usuarios de servicios de automóviles, bicicletas o motos compartidas, especialmente en las ciudades. Para jóvenes como la madrileña Isabel, trasladarse de esta manera es algo ya tan natural como coger el metro o el tren. "Cuando tengo que moverme miro todas las opciones posibles y elijo la que más me conviene. Por ejemplo, el verano pasado viajé por Alemania en un coche compartido sin ningún problema. Es muy fácil encontrar a alguien que vaya al mismo lugar que tú y en el mismo momento", dice.

Por más que baje el
precio de venta, mantener
un vehículo sale caro

En España existen varias plataformas de este tipo. Blablacar, Amovens, Carpooling y Roadsharing son las más visitadas para compartir viajes largos, mientras que para trayectos diarios de casa al trabajo o a clase funciona Busvao.

Una iniciativa pionera en España es Bicing, el servicio público de bicicletas compartidas puesto en marcha en 2007 por el Ayuntamiento de Barcelona, que luego se ha extendido por otras ciudades. No es un sistema de alquiler de bicicletas para uso turístico o recreativo, sino un medio de transporte para cubrir pequeños trayectos diarios dentro de la ciudad. En la capital catalana dispone de 420 estaciones donde coger o dejar la bicicleta. El 58% de sus casi 100.000 abonados tiene menos de 34 años y la media de edad se sitúa en 34 años, según datos recopilados por la entidad gestora. Es el mismo esquema de funcionamiento que ofrecen empresas como Respiro en Madrid o Avancar en Barcelona, pero con coches en lugar de bicicletas.

El rápido avance de este tipo de transporte alternativo tiene que ver con el auge de lo que se conoce como consumo colaborativo, referido a la práctica de compartir, intercambiar, prestar, alquilar o regalar bienes o servicios entre ciudadanos. Albert Cañigueral, fundador de la plataforma de Internet consumocolaborativo.com y uno de los referentes de la materia en España, apunta varios factores que han contribuido a este desarrollo. "El principal es la crisis, que ha llevado a muchos ciudadanos a buscar fórmulas para seguir viajando o disfrutando de otros servicios sin gastar tanto dinero. Pero también, sobre todo cuando hablamos de movilidad colaborativa, contribuye un aumento de la conciencia ecológica, la preocupación por contaminar menos y cuidar más el medio ambiente", destaca. "Lo positivo de la crisis es que ha contribuido a que esta manera de consumir, que antes era vista como cosa de raros, se haya normalizado y no sea ya minoritaria. Es un indicio del cambio de mentalidad que se está produciendo", añade.

Los fabricantes tratan de adaptarse incorporando Internet en el coche

Cañigueral destaca también que las nuevas tecnologías han facilitado el avance del consumo colaborativo sobre todo entre los jóvenes. "Lo practican personas de todas las edades, pero el hecho de que los jóvenes utilizan más Internet lo hace más fácil para ellos. Además, buscar compañeros de viaje o personas para intercambiar cosas en Internet es también una forma de conocer gente que piensa como tú, una manera de relacionarse normal para quien utiliza habitualmente las redes sociales", sostiene.

"La carretera abierta, que tiempo atrás atrajo a toda una generación de jóvenes, ha sido lentamente sustituida por carreteras congestionadas atravesando un paisaje de expansión suburbana. Lo que una vez fue símbolo de libertad y del espíritu de lo que América podía hacer se ha convertido para muchos en una camisa de fuerza financiera que limita opciones de vida, así como un símbolo de una nación dependiente del petróleo. La vida urbana —ya sea en el centro de las ciudades, en antiguos suburbios o nuevos barrios— es el objetivo de muchos jóvenes deseosos de evitar desplazamientos largos, estar cerca de amigos y actividades y reducir su impacto ambiental. La aparición de Internet, las tecnologías móviles y las redes sociales han puesto patas arriba la forma en que los estadounidenses, especialmente los más jóvenes, interactúan entre ellos y con el mundo". Son las tajantes conclusiones del estudio realizado en EE UU sobre la movilidad de las nuevas generaciones.