

Observatorio e-Igualdad

UCM

e-igualdad
.net

LA BRECHA DIGITAL DE GÉNERO EN ESPAÑA:

ANÁLISIS MULTINIVEL (España, Europa, Comunidades Autónomas)

Diciembre de 2011



La brecha digital de género en España: análisis multinivel. (España, Europa, CCAA).
NIPO: 685-12-004-8

Este trabajo ha sido realizado por el Observatorio e-Igualdad UCM en el marco del
proyecto e-igualdad.net.

Investigadora Principal:
Cecilia Castaño Collado

Equipo de Investigación:
Juan Martín Fernández
José Luís Martínez Cantos
Susana Vázquez Cupeiro
Elisa Martínez-Espada Gómez
Cristina Romero Rodríguez



SECRETARÍA
DE ESTADO DE SERVICIOS SOCIALES
E IGUALDAD
DIRECCIÓN GENERAL
PARA LA IGUALDAD
DE OPORTUNIDADES
INSTITUTO DE LA MUJER



Índice

I. INTRODUCCIÓN	4
I.1. El contexto de la Unión Europea	4
I.2. El contexto de España	7
I.3. Presentación del estudio	15
II. METODOLOGÍA	18
II.1. Algunas precisiones	18
II.2. Una primera aproximación estadística: análisis de correlaciones ..	26
II.3. Cruces con variables independientes	29
III. LA BRECHA DIGITAL DE GÉNERO EN ESPAÑA. RESULTADOS OBTENIDOS	34
III.1. Situación a nivel nacional	36
III.1.1. La incidencia de las condiciones personales y contextuales	51
III.2. La brecha digital de género en el contexto de Europa	74
III.3. La brecha digital de género en las Comunidades Autónomas	87
IV. CONCLUSIONES	129
V. BIBLIOGRAFÍA	139
VI. ANEXOS	142
VI.1. Tablas de Comunidades Autónomas	142
VI.2. Tablas de contingencia y correlaciones	166

I. INTRODUCCIÓN

El Observatorio e-Igualdad de la Universidad Complutense de Madrid viene estudiando la situación de la incorporación de la mujer a Internet en España y Europa desde el año 2006. A lo largo de los seis años transcurridos, se han elaborado diferentes trabajos de investigación sobre la materia cuyos principales resultados se han recogido en informes y diversas publicaciones. Comenzamos esta sección, a modo de introducción, ubicando nuestros trabajos en el contexto europeo y español desde el punto de vista de la situación de la e-igualdad en la actualidad y de las políticas que se han puesto en marcha para paliarla.

I.1. El contexto de la Unión Europea

La Estrategia 2020 de la Unión Europea se propone como objetivo un crecimiento inteligente, sostenible e inclusivo (*smart, sustainable and inclusive growth*). Lo anterior implica incrementar la competitividad de la Unión por varias vías que tienen que ver con la innovación, como la aceleración del Internet de alta velocidad y sus aplicaciones, la excelencia de los sistemas educativos, el fortalecimiento de la base industrial, la modernización de los mercados de trabajo, así como conseguir la mejor combinación posible de cualificaciones de alto nivel para la fuerza de trabajo europea.

Los nuevos motores del crecimiento y del empleo en la UE se identifican con 7 áreas a las que se dirigen estrategias emblemáticas específicas. Las *Flagships Initiatives 2020* se orientan respectivamente al crecimiento **inteligente** -basado en el desarrollo digital, la innovación y la incorporación activa de los jóvenes



MINISTERIO
DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES
E IGUALDAD

SECRETARÍA
DE ESTADO DE SERVICIOS SOCIALES
E IGUALDAD

DIRECCIÓN GENERAL
PARA LA IGUALDAD
DE OPORTUNIDADES

INSTITUTO DE LA MUJER



UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

(*Digital Agenda; Innovation Union; Youth on the Move*)- **sostenible**, tanto por una utilización eficiente y respetuosa de los recursos como por el fortalecimiento de la base industrial (*Ressource Efficient Europe: Industrial Policy*) e **inclusivo** a partir de la mejora de la cualificación y el empleo de la población europea y la eliminación de la pobreza (*Agenda for new skills and Jobs; European Platform against Poverty*).

5

Las mujeres son protagonistas de muchas de estas iniciativas, pero también población objetivo de las mismas. El crecimiento inteligente necesita aprovechar el talento y la capacidad innovadora de las mujeres jóvenes mediante su incorporación creciente a los estudios y profesiones relacionados con las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). También requiere la inclusión de las mujeres de todas las edades que se están quedando fuera de Internet, y todavía más su incorporación a los usos más avanzados de esta herramienta.

En este sentido, la Comunicación de la Comisión *Una Agenda Digital para Europa* (EC, 2010), siguiendo lo propuesto en *la Acción clave 10 de la Agenda Digital*, que propone la alfabetización y las competencias digitales como prioridad para el Reglamento del Fondo Social Europeo (2014-2020), *la Acción clave 11* desarrollará herramientas que permitan identificar y reconocer las competencias de los profesionales y usuarios de las TIC para incrementar las competencias y la movilidad por toda Europa de los profesionales de las TIC.

La alfabetización y la capacitación digitales se convierten también en una prioridad de la iniciativa emblemática “*Nuevas cualificaciones para nuevos empleos*”, que promoverá una mayor participación de las mujeres jóvenes o que se reincorporen al trabajo en la fuerza laboral de las TIC respaldando los recursos de formación basados en la Web, el aprendizaje electrónico basado en juegos y las redes sociales.



SECRETARÍA
DE ESTADO DE SERVICIOS SOCIALES
E IGUALDAD
DIRECCIÓN GENERAL
PARA LA IGUALDAD
DE OPORTUNIDADES
INSTITUTO DE LA MUJER



También se desarrollará una herramienta *on line* de educación del consumidor sobre las nuevas tecnologías de los medios de comunicación (p. ej., derechos de los consumidores en Internet, comercio electrónico, protección de datos, alfabetización mediática, redes sociales, etc.). Esta herramienta facilitará materiales informativos y educativos personalizados para consumidores, profesores y otros mediadores de los 27 Estados miembros.

6

Los objetivos numéricos clave de la Inclusión digital son claros a este respecto:

- Aumentar la utilización regular de Internet de un 60 % a un 75 % en 2015 y, entre los colectivos desfavorecidos, de un 41 % a un 60 % (la base de referencia son las cifras de 2009).
- Disminuir a la mitad la parte de población que nunca ha usado Internet para 2015 (hasta un 15 %) (base de referencia: en 2009, un 30 % de personas con edades comprendidas entre los 16 y los 74 años no había usado nunca Internet).

De poco sirve la ampliación de la red de banda ancha, las mejoras en los sistemas de comercio electrónico y seguridad o la profundización de la administración electrónica si no es posible conseguir que el conjunto de la población se beneficie del uso de estas herramientas.

Los datos españoles presentados en anteriores ediciones de este mismo *Observatorio e-Igualdad* son claros a este respecto y particularmente en relación con las mujeres. En el año 2009, un 35,5% de la población española no había usado nunca Internet, porcentaje que se elevaba hasta 38,7% en el caso de las mujeres (32,4% en el de los hombres). Un 68,6% de hombres internautas se

conectaban a diario, por un 61,8% de mujeres internautas. Un 46,8% de ellos habían comprado en alguna ocasión por Internet, frente a un 38,1% de ellas. Un 19,7% de ellos utilizaban un teléfono móvil de banda ancha, por un 10,9% de mujeres. En definitiva, la brecha digital de género (en adelante BDG), aunque evoluciona, permanece y se manifiesta con distintas facetas, siendo especialmente preocupante en relación con los usos avanzados de Internet.

7

Entre los beneficios de la TIC para el conjunto de la sociedad europea, la Agenda Digital nos recuerda que un uso inteligente de la tecnología y la explotación de la información nos ayudará a afrontar los retos que tiene planteados la sociedad, tales como el cambio climático y el envejecimiento de la población” (EC, 2010). Asimismo, la *Strategy Equality between women and men 2010-2015* (EC, 2011) nos recuerda que las desigualdades entre sexos violan derechos fundamentales al mismo tiempo que imponen una pesada carga al conjunto de la economía por la escasa utilización del talento femenino (EC, 2011).

Si entendemos que la sociedad digital supondrá ventajas para todos, el despliegue de las TIC se convierte en un elemento crítico para la consecución de objetivos políticos tales como el apoyo a una sociedad que envejece, el cambio climático, la reducción del consumo energético, la mejora de la eficiencia del transporte y de la movilidad, la autonomización de los pacientes y la inclusión de las personas con discapacidad. En todas estas tareas las mujeres y la perspectiva de género juegan un papel clave.

I.2. El contexto de España



MINISTERIO
DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES
E IGUALDAD

SECRETARÍA
DE ESTADO DE SERVICIOS SOCIALES
E IGUALDAD

DIRECCIÓN GENERAL
PARA LA IGUALDAD
DE OPORTUNIDADES

INSTITUTO DE LA MUJER



UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

En España, distintos organismos políticos han venido prestando especial atención a la importancia del desarrollo de la sociedad de la información, hoy principal objetivo de la Agenda Digital, y han implantado una serie de estrategias como el Plan Avanza Género y el Plan de Acción para la Igualdad entre Mujeres y Hombres en la Sociedad de la Información. En estas iniciativas se tiene en cuenta que el progreso no podrá conseguirse si el avance en las TIC discrimina o excluye a determinados colectivos de la sociedad. Así, se convierte en importante tarea el controlar la evolución del acceso a y el uso de esas tecnologías por parte de los diferentes grupos de edad, de género, de formación, de situación laboral, etc.

8

La necesidad de incidir en la e-igualdad y la e-inclusión desde una perspectiva de género, ha sido puesta de manifiesto por distintas instancias del gobierno.

Desde la secretaría de Estado de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, el plan rector de las políticas de impulso de la Sociedad de la Información, el Plan Avanza, entró en 2009 su segunda fase con la puesta en marcha del Plan Avanza 2. Desde su inicio, el Plan Avanza se ha convertido en un hito en materia de igualdad de género y SI, al tratarse del primero que ha reconocido la necesidad de incorporar el principio de igualdad en las estrategias públicas de SI. En el periodo 2006-2008 el Plan Avanza promovió actuaciones encaminadas a “garantizar la igualdad de oportunidades en la SI” y “utilizar las TIC como herramienta para fomentar la igualdad”, dentro del Subprograma “Avanza Ciudadanía Digital”. Dichas actuaciones se han traducido en estudios y análisis sobre la brecha digital de género, celebración de congresos y seminarios sobre esta temática, incorporación de TIC entre las asociaciones de mujeres, apoyo y servicios para redes de mujeres emprendedoras, empresarias y directivas; incorporación de las mujeres rurales a la SI; iniciativas en el ámbito de la violencia de género, etc. Más allá de la



MINISTERIO
DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES
E IGUALDAD

SECRETARÍA
DE ESTADO DE SERVICIOS SOCIALES
E IGUALDAD

DIRECCIÓN GENERAL
PARA LA IGUALDAD
DE OPORTUNIDADES

INSTITUTO DE LA MUJER



UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

línea específica de género, el resto de áreas de intervención del Plan Avanza han ido incorporando paulatinamente el principio de igualdad de género en forma de criterio de valoración para la selección de los proyectos.

Desde el Instituto de la Mujer y de manera complementaria al Artículo 28 de la Ley Orgánica para la igualdad efectiva de mujeres y hombres de 2007, destaca el Plan Estratégico de Igualdad de Oportunidades (2008–2011). El Plan presenta 12 Ejes de Actuación, uno de los cuales aborda la innovación científica y tecnológica (el Eje 5) y se materializa en los siguientes cinco objetivos estratégicos:

- Objetivo 1: Incorporar la transversalidad de género en las políticas desarrolladas en el ámbito de la innovación tecnológica y la SI.
- Objetivo 2: Ampliar el conocimiento, actualmente disponible, sobre la participación femenina en los entornos de la ciencia y la tecnología, así como acerca de la brecha digital de género, a fin de alimentar estrategias innovadoras para alcanzar la igualdad también en estos ámbitos.
- Objetivo 3: Asumir, por parte de las Administraciones Públicas, el liderazgo para incorporar a las mujeres como protagonistas, con acciones que faciliten su participación en los ámbitos tecnológicos, la adquisición de las capacidades necesarias (fluidez tecnológica) y la inclusión de grupos vulnerables.
- Objetivo 4: Integrar la visión de las mujeres en los procesos de diseño, producción y gestión de ámbitos científicos (equidad tecnológica).

- Objetivo 5: Diseñar acciones dirigidas a que Internet se convierta en un ámbito de libertad que favorezca la expansión de los proyectos de las mujeres, estableciéndose como herramienta para cambiar los estereotipos y las relaciones de género.

Para desarrollar estas acciones, el Plan Estratégico de Igualdad establecía la necesidad de desarrollar un Plan de Acción para la igualdad de género en la sociedad de la información, que ha sido aprobado por el gobierno español en diciembre de 2009.

10

El Plan de Acción para la Igualdad entre Mujeres y Hombres en la Sociedad de la Información

Resultado de un esfuerzo conjunto de los Ministerios de Igualdad, Industria y Educación liderado por el Instituto de la Mujer. A partir de un borrador del Plan elaborado por el Instituto de la Mujer, recibió aportaciones de las distintas unidades administrativas -fue discutido por los distintos ministerios relacionados con las acciones que se proponen- y recibió también propuestas por parte de las asociaciones de mujeres.

El Plan parte del diagnóstico¹ de que, a pesar de los avances y el éxito de las políticas realizadas, particularmente desde el punto de vista del acceso a Internet, las mujeres en España se encuentran hoy en cierta posición de desventaja en relación a los hombres dentro de la Sociedad de la Información y esto se aprecia a diferentes niveles.

¹ Diagnóstico basado en los datos y análisis del Observatorio e-Igualdad de la Universidad Complutense de Madrid, miembro del Centro e-Igualdad www.e-igualdad.net

- La tendencia es a que la desigualdad de género se vaya reforzando conforme se incrementa la intensidad y complejidad de los usos TIC, a lo largo de las sucesivas brechas digitales –y particularmente en cuanto a los usos avanzados de Internet.
- La situación no es menos desigual entre las generaciones más jóvenes y estamos lejos de poder afirmar que el mero paso del tiempo tenderá a corregirla de manera “natural”.
- La llamada ‘brecha digital’ entre hombres y mujeres se entrecruza con otras (edad, nivel educativo, situación económica y social) reforzando estereotipos y prácticas sociales que obstaculizan su plena incorporación a la Sociedad de la Información.

Para superar esta brecha de género en la SI es necesario poner en marcha medidas específicas para las mujeres, así como medidas específicas para colectivos de mujeres en riesgo de exclusión de las TIC. Por ello el objetivo del Plan es doble:

- Garantizar la igualdad de género en la Sociedad de la Información.
- Una Sociedad de la Información para la Igualdad, utilizando las TIC como medio para fomentar la igualdad de género

El Plan de Acción, desde un enfoque abarcador que pretende poner a la mujer en el centro de las políticas de SI, articula medidas para dar respuesta a las distintas brechas de género identificadas (de acceso, de intensidad, de usos, de participación) y considera la relevancia de integrar las ventajas y utilidades

de las TIC en el desarrollo de las políticas de igualdad. Un elemento novedoso e interesante políticamente es la determinación de dotar de visibilidad en Internet al movimiento asociativo de mujeres y de proporcionar protagonismo a las mujeres como responsables, creadoras y trabajadoras en los sectores TIC, con el efecto multiplicador que de ello se puede esperar. Trata también del protagonismo de los agentes públicos y privados que han de adoptar el enfoque de cara a hacerlo sostenible (ver recuadro).

El Plan de Acción para la Igualdad de Género en la Sociedad de la Información

Se organiza en siete ejes, de los cuales cuatro tienen incidencia sobre las personas (acceso, usos, contenido, protagonismo) y tres sobre las estructuras y agentes:

- EJE 1. Aumentar el ACCESO de las mujeres a la Sociedad de la Información: motivación, capacidades y habilidades tecnológicas; grupos vulnerables.
- EJE 2. Mejorar y ampliar de forma permanente y a largo plazo los USOS de las Tecnologías de la Información y la Comunicación por parte de las mujeres, mediante formación continua así como aprendizaje de usos avanzados.
- EJE 3. Desarrollar CONTENIDOS en la Sociedad de la Información que promuevan la igualdad de género, por ejemplo en relación con los usos del tiempo; contenidos que sean herramientas para la igualdad; revisión de contenidos y servicios
- EJE 4. Aumentar el PROTAGONISMO de las mujeres en los sectores de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Es importante hacer visibles a las mujeres por varias vías:
 - Incrementando las vocaciones tecnológicas femeninas en los estudios universitarios y de formación profesional
 - Aprendizaje para incorporar a las mujeres al empleo TIC; al emprendimiento TIC; a los puestos de responsabilidad TIC en empresas, universidades y centros de investigación.
 - Mejora de la situación laboral de las mujeres en los ámbitos TIC
 - Participación de las mujeres en los espacios de toma de decisiones TIC
- EJE 5. Promover el CONOCIMIENTO sobre la igualdad de género en la Sociedad de la Información, lo que implica:
 - Observatorio permanente
 - Sistema de indicadores TIC
 - Estudios e investigaciones
 - Informe anual
 - Informe sobre sexismo en la red

- EJE 6. Fomentar el INTERCAMBIO, la DIFUSIÓN y la COMUNICACIÓN continua de valores de igualdad en la Sociedad de la Información. El objetivo general es visibilizar los valores de igualdad en la sociedad de la información
 - e-Campañas de e-Igualdad
 - Visibilizar las entidades y las actuaciones
 - Incidencia en los medios de comunicación
 - Presencia y participación en redes e instituciones internacionales
- EJE 7. Incidir sobre las POLÍTICAS y AGENTES TIC para incorporar la igualdad de género en la Sociedad de la Información.
 - Seguimiento y evaluación del Plan Avanza y de otros planes de las Administraciones públicas, central, regional y local.
 - Seguimiento de los agentes privados
 - Seguimiento y potenciación de iniciativas de la sociedad civil
 - Analizar las incidencias sobre el terreno

El Plan de Acción cuenta con un presupuesto de 9 millones de euros para tres años. La mayor parte de las intervenciones provienen de tres espacios:

- a) Instituciones públicas (estatales y regionales) que trabajan en pro de la igualdad (plataformas y servicios).
- b) Asociaciones de mujeres (redes y comunicación con perspectiva de género).
- c) Organizaciones empresariales (mixtas o específicas) que se benefician de la priorización financiera que hace de esta temática el Plan Avanza (portales de emprendedoras y empresarias).

I.3. Presentación del estudio

También desde el ámbito científico es clara la necesidad de avanzar en el tratamiento de la cuestión, mejorando las elaboraciones existentes. En ese sentido, los trabajos desarrollados por el equipo del Observatorio e-Igualdad UCM desde 2006, han puesto de manifiesto que para captar más facetas y toda la complejidad de la brecha digital de género y evitar que se minusvalore su alcance, es necesario incorporar a los análisis dimensiones más profundas, que configuran la brecha digital de género.

15

Como ya hemos afirmado en otros trabajos, en el estudio de la BDG resulta fundamental priorizar la intensidad de análisis, concretada en el grado de desagregación de la perspectiva de género aplicada. Ello permite ir más allá de análisis superficiales de la conectividad o la intensidad de uso e impacto sobre individuos, empresas y comunidades.

En ese contexto, esta investigación se ha planteado como una actualización, para el año 2011 (con datos de 2010), del estudio de la incorporación de las mujeres y los hombres a la Sociedad de la Información en España. No obstante, describir una realidad sólo contribuye en parte a explicarla. Por ello, nos propusimos, dentro de las limitaciones temporales y materiales de la investigación, ampliar el espectro territorial de análisis tanto a nivel supra como infra estatal. De esta forma, una vez estudiada la situación a nivel estatal, procedemos primero a contrastar los resultados obtenidos con los rasgos más importantes detectados en otros países de Europa. En el caso europeo, mediante la explotación de la Community Survey on ICT Usage in Households and by Individuals elaborada por Eurostat. Posteriormente, focalizamos nuestra atención en la situación detectada a nivel autonómico. Esta dimensión resulta de particular interés. Por una parte, por ser un ámbito de análisis novedoso: sólo



MINISTERIO
DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES
E IGUALDAD

SECRETARÍA
DE ESTADO DE SERVICIOS SOCIALES
E IGUALDAD

DIRECCIÓN GENERAL
PARA LA IGUALDAD
DE OPORTUNIDADES

INSTITUTO DE LA MUJER



UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

recurriendo a los microdatos de la encuesta TIC-hogares y mediante su explotación específica, es posible alcanzar resultados por sexo a nivel regional. Por otra, por tratarse de la exploración de una importante dimensión que puede contribuir a explicar las diferencias encontradas entre distintos territorios, abarcando un amplio espectro de situaciones que pueden influir sobre la BDG, desde las diferencias sociales y económicas, hasta las políticas públicas implementadas en las distintas administraciones autonómicas.

En definitiva, hemos analizado en paralelo tres niveles territoriales:

- Nivel 1: Situación a nivel nacional de la brecha digital de género.
- Nivel 2: Análisis de la situación en España contextualizada en el marco de Europa.
- Nivel 3: Análisis por Comunidades Autónomas, para detectar las principales diferencias existentes entre ellas.

Para alcanzar tales planteamientos, se ha desarrollado un trabajo de investigación empleando la metodología desarrollada por el Observatorio e-Igualdad en los últimos años. Ello ha supuesto llevar a cabo una revisión exhaustiva de la situación de la incorporación a Internet, o e-inclusión, de mujeres y hombres en España, empleando las últimas fuentes de información estadística disponible en el momento de realizar el trabajo de campo: la Encuesta sobre equipamiento y uso de TIC en los hogares realizada por el INE y la Community Survey on ICT Usage in Households and by Individuals elaborada por Eurostat, ambas correspondientes al año 2010.

En concreto, las actuaciones que se han llevado a cabo pueden sintetizarse como sigue:

- Manejo de la última información estadística disponible a nivel de microdatos.

- Construcción de unidades de análisis específicas.
- Realización de mapeos de correlaciones.
- Realización de análisis descriptivos con cálculo de la brecha digital de género.
- Redacción de informe con los principales resultados alcanzados.

El objetivo general que ha animado la investigación concretada en este documento es la generación de conocimiento de calidad para la toma de decisiones eficaces tendentes a potenciar la e-igualdad. En ese sentido, entendemos que los resultados obtenidos y ofrecidos en este documento contribuyen a un mejor conocimiento de la situación de la BDG en España. Es nuestro deseo que toda esta información resulte de utilidad para avanzar en el establecimiento de tendencias futuras, que a su vez permitan una más eficaz toma de decisiones sobre la materia.

II. METODOLOGÍA

II.1. Algunas precisiones

18

En el proceso de análisis realizado, hemos de destacar algunas cuestiones de carácter metodológico. En algunos casos, suponen una mejora de los procedimientos empleados en anteriores trabajos e investigaciones o se trata de desarrollos generados a partir de aquellas experiencias previas.

- Fuente de los datos.

La información contenida en todas las tablas y gráficos de este informe es una elaboración propia a partir de los datos de la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares (TIC-H) del año 2010 elaborada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) y de la Community survey on ICT usage in households and by individuals de la Oficina Estadística de la Unión Europea (Eurostat) de los años 2006 y 2010.

- Dependencia de la información disponible en la TIC-H: inclusión y exclusión de variables.

El análisis de esta encuesta está condicionado por la disponibilidad de información derivado de las variaciones en su contenido. La TIC-H del INE es una investigación estadística que se realiza siguiendo las recomendaciones de Eurostat. Por este motivo, el cuestionario debe adaptarse a las directrices mínimas de contenido que cada año marca el Eurostat en su Community survey on ICT usage in households and by individuals. Ambas se encuadran en una estrategia europea sobre la

Sociedad de la Información: *i2010*, que toma el relevo de la anterior *eEurope 2005* y presta especial atención al desarrollo de las estadísticas en este campo. De esta forma, Eurostat coordina la metodología básica de la encuesta, los requisitos de calidad y los módulos especiales que cada año figuran en el cuestionario. En consonancia con la estrategia política general definida en cada fase anual de la encuesta, los módulos desarrollados son:

- Habilidades y alfabetización digital (2007)
- Servicios avanzados (2008)
- Comercio electrónico y confianza (2009)
- Seguridad (2010)

Esa planificación de carácter específico conlleva modificaciones en el listado de preguntas que componen los cuestionarios en cada periodo, y ello a su vez, las variables que se pueden extraer para su explotación. Por lo tanto, al no figurar en la estructura de 2010, más orientada a la seguridad en Internet, en esta investigación no se han podido analizar cuestiones que sí se trataron en informes de periodos anteriores, como pueden ser: formas de adquisición de conocimientos informáticos y sobre Internet; e-experiencia, e-intensidad en horas de conexión, algunos asuntos específicos de e-gobierno (por ejemplo, sí contempladas en el estudio de 2006), o los servicios avanzados de Internet (clave en el estudio de 2008).

- Enfoque analítico: igualdad de condiciones.

Los datos contenidos en los cuadros y gráficos se refieren al porcentaje del total de población usuaria que cumple con la condición determinada

por cada variable presentada.² Esto permite comparar los resultados de hombres y mujeres aislando el efecto de su composición demográfica, niveles de formación, condiciones laborales, etc., ya que estas variables podrían estar influidas por otras causas de estructura socioeconómica y hasta biológica. De esta forma conocemos los datos de hombres y

² En ese sentido, seguimos las indicaciones del *Methodological Manual for statistics on the Information Society* (2008), que se aplica a la “Community survey on ICT usage in households and by individuals” de Eurostat:

Summary measures are numerical values defined by a statistical measure that is used to summarize the values for a specific variable for all statistical units in a specific group. Such measures can take the form of aggregates (e.g. total number of yes-answers on a specific question) or indicators (e.g. percentage of yes-answers).

Aggregates can be compiled for the total population or for the different subpopulations defined by the background variables (e.g. gender or educational level) or for subpopulations defined conditional on the answers of other study variables (e.g. Internet users versus non users). E.g.:

- *number of individuals having used a computer in the last 3 months at home*
- *number of individuals aged 16-24 having used a computer in the last 3 months at home*
- *number of individuals with having used a computer in the last 3 months at home but not at work*
- *number of Internet users having used it for downloading official forms (= number of individuals having used the Internet and having downloaded official forms)*

To obtain the indicators (proportions, percentages, etc.), the aggregates need to be divided by the total population or subpopulation.

The denominator of such ratio can for instance be:

- *total population of individuals in selected strata (e.g. “proportion of persons aged 16-24 having used a computer at home” = the number of individuals aged 16-24 having used a computer in the last 3 months at home divided by the total number of individuals aged 16-24)*
- *total number of computer users (individuals that used a computer at least once in last 3 months)*
- *total number of regular computer users (individuals that used a computer at least once a week in the last 3 months).*

(Eurostat, 2008: 109-110).

mujeres en igualdad de condiciones, lo que posibilita conocer de manera más eficaz la realidad de las desigualdades de género.

- Elaboración propia de variables independientes³.

Algunas de las variables independientes que utilizamos en nuestros análisis han sido reconstruidas según criterios de manejo o síntesis. Así, tenemos los siguientes resultados:

- En la variable edad se han reagrupado los casos de personas encuestadas en cinco intervalos: de 16 a 24, de 25 a 34 años, de 35 a 44, de 45 a 54, de 55 a 64 y de 65 a 74.
- Para tratar la diversidad de casos respecto a la situación laboral de forma sintética, se trató un variable que aparecía agregada en los microdatos del INE. Dicha variable incluída las categorías que se le podrían asignar a una persona: con empleo, en paro, estudiando, etc. Sin embargo, para el análisis inicial se prefirió separar por un lado, la cuestión sobre si la persona trabaja o no, es decir, el grupo que incluía la categoría “con empleo” frente al agregado del resto que equivaldrían a “sin empleo”; por otro lado, las restantes situaciones (en paro, estudiando, labores del hogar, pensionista, otra situación) que se preguntaban a la gente que había declarado no tener empleo. Sin afectar al caso de que esas situaciones se recojan de manera conjunta en alguna presentación de los resultados, el análisis se ha hecho de forma exhaustiva porque permite conocer de forma más efectiva el efecto de la condición laboral.

³ Véase el apartado VI. Anexos.

- El tamaño del hogar podía ser especificado por la persona encuestada con la cifra exacta de miembros, lo que supone en este caso tener hasta 12 categorías de respuesta, porque en la muestra han aparecido hogares de todo tipo desde 1 hasta 12 miembros. Al objeto de simplificar los análisis, se decidió crear una nueva variable que agrupase todos los casos anteriores en sólo tres colectivos: hogares unipersonales, bipersonales y multipersonales.
- La intensidad tecnológica de los hogares (IT hogar) es una variable contextual diseñada por el Observatorio e-igualdad a partir de las dotaciones declaradas en la encuesta del INE. En años anteriores, la clasificación de hogares realizada se estableció en función de la siguiente dotación tecnológica:
 - o *Hogares tipo 1 o tradicionales*, que disponen de un equipamiento mínimo, con al menos uno de los siguientes aparatos: televisión, radio, vídeo, equipo hi-fi o teléfono fijo; estos hogares no disponen de ninguno de los elementos incluidos en las categorías 2, 3 y 4.
 - o *Hogares tipo 2 o de IT media*: aquellos que cuentan con al menos un teléfono móvil o un reproductor de DVD, pero con ninguno de los elementos incluidos en las categorías 3 y 4.
 - o *Hogares tipo 3 o de IT alta*: aquellos hogares tipo 2 que, además, disponen de alguno de los siguientes elementos: servicios avanzados TV (antena parabólica, televisión por cable, TDT), ordenador de sobremesa, reproductor mp3, o conexión a Internet convencional con módem o RDSI. Estos hogares no disponen de ningún elemento de la categoría 4.
 - o *Hogares tipo 4 o avanzados*: aquellos hogares tipo 3 que, además, cuentan con algún otro tipo de ordenador personal (portátil, PDA, pocket PC, palmtop, etc.), o con conexión a Internet

de alta velocidad o móvil (ADSL, cable, telefonía móvil banda ancha, WAP, GPRS, etc.).

Sin embargo, en los últimos años la dotación tecnológica de los hogares ha cambiado bastante en España:

Evolución de datos de Viviendas (2004-2010) por tamaño del hogar, hábitat, tipo de equipamiento y periodo
Unidades:% horizontales sobre viviendas (con al menos un miembro de 16 a 74 años)

	Viviendas con algún tipo de ordenador	Viviendas que disponen de acceso a Internet	Viviendas con conexión de Banda Ancha	Viviendas con teléfono fijo	Viviendas con teléfono móvil
2004	52,3	33,6	14,7	89,8	82,4
2005	54,9	35,5	21,1	86,3	85,3
2006	57,2	39,1	29,3	83,3	88,1
2007	60,4	44,6	39,2	81,2	90,9
2008	63,6	51	44,6	81,3	92,1
2009	66,3	54	51,3	80,3	93,5
2010	68,7	59,1	57,4	80,3	94,6

Notas:

1.- Para los años 2.005 y 2.006 se ofrecen los datos correspondientes a la 1ª ola (que son los homogéneos con el resto de la serie)

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Este importante aumento de las disponibilidades de ordenador y, sobre todo, conexión de banda ancha hace que la anterior clasificación quedase algo desfasada. Para evitar que no existan grupos poco representativos, se ha diseñado un nuevo modelo de categorización con sólo tres tipos (IT baja, media y alta) definidos por variables de “truncamiento”, una especie de filtro que excluye casos que no cumplen ciertas condiciones:

- *Hogares de IT baja*, que no disponen de ningún tipo de ordenador.
- *Hogares de IT media*, que tienen acceso a algún tipo de ordenador y, en algunos casos, conexión a Internet⁴.

⁴ Se ha detectado un 0,4% de hogares dentro de los casos seleccionados en el análisis que disponen de conexión a Internet, pero carecen de ordenador. Dado su carácter marginal no han sido tomados en cuenta para establecer esta categorización.

- Hogares de IT alta, que acumulan lo necesario para ser de IT media más alguno de los siguientes dispositivos con conexión a Internet: ordenador distinto del de sobremesa o portátil, o televisor, o videoconsola, o teléfono móvil.

Como resultado, tenemos un grupo de viviendas de IT baja que abarca el 23% de la población entre 16 y 74 años, otro de IT media donde viven el 55% de esa población y otro más de IT alta para el 22%. El grupo intermedio representa a la gran mayoría, mientras los otros dos representan los casos más destacables de escasez o abundancia de TIC.

- En este informe se amplía el análisis hacia una dimensión geográfica más detallada, buscando la desagregación de algunos datos al nivel de Comunidades Autónomas. Los microdatos ofrecidos por el INE en su página web sólo muestran la identificación provincial del lugar de residencia de las personas encuestadas, por lo tanto, ha sido necesario generar una nueva variable para la identificación de la comunidad o región correspondiente a cada provincia. La clasificación resultante es la siguiente: Andalucía, Aragón, Asturias, Baleares, Canarias, Cantabria, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Cataluña, Extremadura, Galicia, La Rioja, Madrid, Murcia, Navarra, Valencia, País Vasco, y Ceuta y Melilla (conjuntamente).

- Cálculo de la Brecha Digital de Género (BDG).

La BDG pretende ser una medida de la distancia entre los niveles de mujeres y hombres en el acceso, la inclusión y el uso de las TIC. Se ha calculado, para los valores de hombres (H) y mujeres (M) en cada indicador concreto, como el cociente del valor mínimo dentro de un

grupo de edad y el valor máximo dentro de ese mismo grupo, menos uno: $(\text{mín}\{M,H\}/\text{máx}\{M,H\})-1$. Hemos elegido esta forma de calcular la brecha, frente a la mera diferencia en puntos porcentuales (matemáticamente: $M-H$) o al simple coeficiente entre sexos (que sería: M/H), por varios motivos:

- La diferencia en puntos porcentuales no permite hacer comparables entre distintos colectivos (de edad en este caso) las medidas de desigualdad de género en cada uno de ellos. Lo que necesitamos es saber la distancia relativa que hay entre hombres y mujeres de una edad, y si esa distancia es comparativamente mayor o menor, pero con la simple resta de porcentajes obtenemos una diferencia absoluta. Por lo tanto, no sirve ese método para saber si son más acentuadas o menos las desigualdades de género a lo largo de los grupos de edad. Incluyendo un coeficiente, como en nuestra fórmula, se consigue crear una medida relativizada con la que poder comparar, sean cuales sean los valores medios en cada uno de los colectivos.
- La opción de un cociente con una posición fija del valor de las mujeres (o de los hombres) en el numerador y otra de los hombres (o el de las mujeres) en el denominador ha sido utilizada en anteriores ocasiones, porque parte de la asunción de una habitual situación en la que el valor en los indicadores de ellas suele ser menor que el de ellos. Lo que esto provoca es que las brechas no tienen igual medida cuando los valores de las mujeres son mayores que cuando sucede lo contrario y, por lo tanto, no serían comparables dichas situaciones. Esto se debe a que es una medida desequilibrada, ya que no existe una simetría entre el valor máximo

(infinito) y mínimo (cero) que pueden darse como resultado⁵. Sin embargo, con el cociente entre el mínimo y el máximo obtenemos un resultado acotado entre 0, máxima desigualdad, y 1, máxima igualdad.

Por otro lado, vemos que respecto a la opción del coeficiente solo, la fórmula elegida ha añadido “-1”. Esta elección tiene como único objetivo conseguir una representación más adaptada al concepto de brecha. Es decir, con el cociente el resultado indicaría más bien lo que el valor mínimo ha superado en su camino para alcanzar el valor máximo: si se llega a 1, se habrá cubierto toda esa distancia; pero lo que queremos es cuantificar esa distancia relativa (la brecha) que queda por recorrer para que el grupo con valor inferior alcance al que tiene valor superior. Como consecuencia, obtenemos un valor negativo que se sitúa entre 0 y -1, señalando la desigualdad en sentido contrario: cuanto más cerca de 0 menor es la brecha, menor es la desigualdad.

26

Como apuntamos anteriormente, todos los resultados obtenidos con la fórmula de la brecha son negativos. Sin embargo, para identificar el sentido de la brecha en cada uno de los casos, mantendremos el signo negativo en las brechas debidas a la presencia de mayores valores en los hombres respecto a las mujeres, y cambiaremos a signo positivo cuando sucede lo contrario.

II.2. Una primera aproximación estadística: análisis de correlaciones

Como paso previo al análisis descriptivo de la situación de la e-inclusión de las mujeres y los hombres en España, se ha realizado un examen exploratorio de

⁵ Recordamos que, en los casos que trabajamos, todos los valores son mayores o iguales a cero, y nunca mayores que uno.

la incidencia que una amplia batería de variables independientes de carácter socio-económico, tienen sobre la totalidad de las preguntas sobre personas⁶ incluidas en el cuestionario de la encuesta TIC-H (variables dependientes). Esa primera visión, que podríamos calificar de “extensiva”, ha resultado de gran utilidad para la selección de las cuestiones y variables definitivamente incorporadas a las tablas que estructuran el análisis desarrollado en el epígrafe siguiente de este informe. A su vez, esa operación permite ofrecer a las personas interesadas una información más amplia y detallada sobre la explotación de la encuesta TIC-H que la que, por razones operativas derivadas de las condiciones del presente contrato de investigación, está contenida en el análisis descriptivo. De este modo, en las tablas de correlaciones que se incluyen en los Anexos pueden consultarse los resultados obtenidos para un número mayor de cuestiones y de variables independientes (como grupo de edad, nivel de estudios, situación laboral, tipo de hábitat, tamaño del hogar, etc.).

El procedimiento empleado consiste, básicamente, en la elaboración mediante SPSS de tablas de contingencia con capas de variables independientes (edad, estudios, hábitat, etc.), en las cuales se ponía en relación la variable sexo con las distintas categorías de respuesta de cada una de las preguntas que forman el cuestionario de la TIC-H. Se les adjuntaron cuadros de correlaciones⁷ que sirven para una exploración rápida de los cruces de variables más significativos, desde la perspectiva que nos incumbe: la de género.

⁶ No se han considerado los apartados sobre la dotación de los hogares y sobre los miembros menores de 15 años de edad.

⁷ Calculadas con dos métodos: la R de Pearson y el coeficiente de correlación de Spearman. Se tuvieron en cuenta ambas a la hora de interpretar los resultados y su significatividad.

Para la interpretación de las tablas de contingencia y los cuadros de correlaciones ha de tenerse en cuenta:

- 1) Las correlaciones indican la propensión a un tipo de respuesta en cada categoría según se trate de una mujer o un hombre. Si el valor es negativo indica que (teniendo siempre en cuenta el grupo al que nos remita la capa correspondiente: edad, formación, situación laboral, etc.) las mujeres eligen en mayor proporción relativa las opciones de respuesta que aparezcan en primer lugar. En caso de ser positivo el resultado, la mayor tendencia es de los hombres hacia esas respuestas, en relación con las mujeres. Es decir, si el resultado es negativo indicaría “ventaja” femenina; si es positivo, “ventaja” masculina.
- 2) Dicho lo anterior, podemos identificar una serie de casos con distinta interpretación según las categorías de respuesta posibles:
 - a) Preguntas que requieren afirmación (“Sí”) o negación (“No”), que son la mayoría. Al figurar en este orden, la correlación negativa señalaría que las mujeres eligen en mayor proporción el “sí” que los hombres.
 - b) Preguntas de intensidad, referidas a últimos usos y frecuencias de los usos, o cuestiones similares. En este caso tenemos cinco tipos:
 - “¿Cuándo fue la última vez que utilizó/usó/compró...”⁸ con respuestas que van de “En el último mes” a “Hace más de un año”;
 - “De media, ¿con qué frecuencia ha usado...” con opciones desde “Diariamente, al menos 5 días por semana” hasta “No todos los meses”.

⁸ Se pueden consultar las preguntas del cuestionario TIC-H 2010, disponible on-line en la dirección: http://www.ine.es/metodologia/t25/t25p450_tich_cues_10.pdf

Por lo tanto, advirtiendo que el orden que aquí se expone es el mismo que el de los cuadros de correlación, podemos llegar a la conclusión de que unos resultados con signo negativo indican mayor intensidad, frecuencia o grado en las respuestas de las mujeres, según el tema de que se trate en cada pregunta. Si fuesen con signo positivo, la tendencia sería mayor en los hombres. Esto no significaría necesariamente que mujeres, u hombres, elijan en mayor proporción la primera categoría de respuesta, sino que su media en la escala cualitativa planteada se acerca más (con alto nivel de confianza) al valor inicial que al final, siempre respecto al caso del otro grupo.

29

Para la mayoría del análisis se compararon los apartados teniendo en cuenta el nivel de correlación. Se filtraron los casos con correlaciones más altas de 0,095 o menores de -0,095 como aquellos en los que existía una diferencia de género a destacar. Por el contrario los que se encontraban por debajo de esos límites, más cercanos a cero, se consideraron situaciones de igualdad.

La información así obtenida ayudó a diseñar el plan de análisis aplicado a la descripción de la e-inclusión en España desde una perspectiva de género, que se ofrece en las páginas siguientes.

II.3. Cruces con variables independientes

Para profundizar en la explicación de las situaciones que se describen en el análisis a nivel de España, estudiamos la incidencia que tienen diversas condiciones que afectan a la población usuaria de TIC sobre el grado de BDG. Se trata de factores que actúan como variables independientes y que pueden



MINISTERIO
DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES
E IGUALDAD

SECRETARÍA
DE ESTADO DE SERVICIOS SOCIALES
E IGUALDAD

DIRECCIÓN GENERAL
PARA LA IGUALDAD
DE OPORTUNIDADES

INSTITUTO DE LA MUJER



UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

influir de distinta manera sobre los usos que mujeres y hombres hacen del ordenador y de Internet.

La selección de esos factores, así como de los cruces que son objeto de análisis, se ha realizado a partir del estudio de los resultados arrojados por los análisis de correlaciones efectuados. Hemos de advertir que sólo se consignan los datos que consideramos destacables, por poseer un grado suficiente de correlación y significatividad.

30

Los presentamos agrupados en dos conjuntos de categorías, personales y contextuales, en función de su diferente naturaleza. A continuación describimos su estructura concreta:

- Variables personales: la edad, el nivel de estudios y la situación laboral.
 - Edad, con los siguientes tramos de años:
 - 16 a 24.
 - 25 a 34.
 - 35 a 44.
 - 45 a 54.
 - 55 a 64.
 - 65 a 74.
 - Y total.
 - Nivel de estudios, con las siguientes categorías:
 - Educación Primaria.

- Primera etapa de educación secundaria.
- Segunda etapa de educación secundaria.
- Formación profesional de grado superior.
- Educación superior universitaria.
- Y total.
- Situación laboral, distinguiendo:
 - Con empleo.
 - Sin empleo, de los cuales:
 - En paro.
 - Estudiantes.
 - Labores del hogar.
 - Pensionista.
 - Otra situación.
 - Y total.
- Variables contextuales: el tipo de hábitat, el tamaño del hogar, el nivel de ingresos del hogar y la intensidad tecnológica del hogar (ITH).
 - Tipo de hábitat, agrupados en tres categorías según su densidad de población:
 - Densamente poblado.
 - Medianamente poblado.
 - Escasamente poblado.
 - Y total.

- Tamaño del hogar, divididos en:
 - Unipersonales.
 - Bipersonales.
 - Multipersonales.
 - Y total.
- Nivel de ingresos del hogar, con cinco tramos denominados en euros mensuales (sin atender al número de miembros), establecidos en la encuesta TIC-Hogares:
 - Inferior a 1.100.
 - Entre 1.100 y 1.800.
 - Entre 1.800 y 2.700.
 - Superior a 2.700.
 - No sabe o no responde.
 - Y total.
- Intensidad tecnológica del hogar (IT hogar), variable que clasifica los hogares en tres categorías en función de su distinta dotación tecnológica:
 - IT baja: no disponen de ningún tipo de ordenador.
 - IT media: tienen acceso a algún tipo de ordenador y, en algunos casos, conexión a Internet.
 - IT alta: disponen además de acceso a Internet mediante un ordenador distinto del de sobremesa o portátil, o el televisor, o la videoconsola, o el teléfono móvil.
 - Y total.

III. LA BRECHA DIGITAL DE GÉNERO EN ESPAÑA. RESULTADOS OBTENIDOS

En este apartado se recogen los resultados obtenidos mediante las diferentes fases de análisis estadístico. De acuerdo con los objetivos de la investigación, se ha atendido a tres planos territoriales: el nacional, el europeo y el autonómico.

34

- Plano nacional: supone una descripción completa de la situación de la inclusión digital en España desde una perspectiva de género, con datos del año 2010. Primero se realiza un análisis descriptivo sobre la base de los resultados para mujeres y hombres y el correspondiente cálculo de las brechas digitales de género (BDG). En segundo lugar, se profundiza en el estudio de los fenómenos observados mediante una explotación con cruces de variables independientes de carácter personal y contextual.
- Plano europeo: permite contextualizar la situación descrita en nuestro país con la existente en el resto de Europa. Se han seleccionado aquellos elementos más importantes detectados a nivel nacional sobre BDG. Además de analizarlos para el año 2010, también incluimos los resultados correspondientes al año 2006, a fin de poder realizar un mínimo balance de los cambios ocurridos en estos últimos cinco años.
- Plano autonómico: finalmente, descendemos en el nivel de análisis desde el plano nacional y supranacional hasta el infranacional. Resulta particularmente interesante comprobar algunas diferencias relativas a la inclusión digital de mujeres y hombres en los distintos territorios de España. Estos primeros resultados pueden dar pie a futuros desarrollos tendentes a la búsqueda de interrelaciones con las diferentes políticas desarrolladas.

Por otra parte, mantenemos el enfoque desarrollado en otros trabajos del Observatorio e-Igualdad que se atiene a la ya conocida circunstancia del carácter múltiple de la brecha digital de género. Analizar la situación de la incorporación a las TIC desde una perspectiva de género conlleva la necesidad de diferenciar la existencia de varias brechas digitales, coexistentes, aunque de carácter y alcance diferente.

35

La primera brecha digital de género aparece en el acceso a la tecnología (carácter cuantitativo). Las diferencias en el acceso a las TIC marcan el perfil de la primera brecha digital de género, aquélla que impide que las mujeres se incorporen y participen en la SI en igualdad de condiciones.

La segunda en la utilización que se hace de ella y marca el grado de incorporación efectiva a la misma (de mayor alcance y de carácter cualitativo). Las diferencias en la intensidad y las pautas de uso (conectadas a su vez con las de acceso, formación y habilidades) implican importantes efectos cualitativos que delimitan la segunda brecha digital de género.

Finalmente, existe una tercera brecha digital de género, circunscrita al uso de los servicios TIC más avanzados (también de carácter cualitativo y de gran importancia para la evolución de las dos anteriores). Las diferencias en el aprovechamiento de las aplicaciones más innovadoras de Internet advierten de la presencia de una nueva brecha cuyas implicaciones se proyectan hacia el futuro, en la medida en que están relacionadas con los entornos en los que se diseñan y construyen las aplicaciones tecnológicas.

III.1. Situación a nivel nacional

Para llevar a cabo el estudio de la situación de la brecha digital de género a nivel de España, ofrecemos una descripción de las diferencias entre mujeres y hombres a partir de los resultados obtenidos para cada sexo en una amplia batería de preguntas de la encuesta TIC-H, así como el cálculo de las correspondientes brechas digitales de género (BDG). En las páginas que siguen se ofrecen los resultados alcanzados mediante la explotación estadística realizada, así como su correspondiente análisis.

La primera referencia inevitable al iniciar la descripción de la incorporación de la población española a las nuevas tecnologías, pasa por considerar quién ha utilizado en alguna ocasión alguno de los dispositivos básicos en las TIC, como son el teléfono móvil, el ordenador personal e Internet.

Igual de inevitable resulta la constatación del enorme grado de penetración que estos dispositivos han alcanzado en nuestra sociedad. Particularmente el teléfono móvil, que ha sido empleado en alguna ocasión por más del 92% de la población (de entre 16 y 74 años), con práctica igualdad entre mujeres y hombres.

Ha usado alguna vez	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Móvil	92,3%	92,0%	92,2%	-0,3
Ordenador	75,4%	70,8%	73,1%	-6,1
Internet	71,1%	65,8%	68,5%	-7,5

También se encuentran fuertemente consolidados el ordenador e Internet, siendo, además, su tasa de incremento superior, dado que aún tienen algún recorrido entre quienes aún no los han utilizado (unos cuatro puntos porcentuales con respecto al año anterior). Aproximadamente un 70% de la población ha usado alguna vez un ordenador o ha navegado por Internet, si bien aquí ya aparecen las primeras BDG en contra de las mujeres. La BDG en uso de ordenador alguna vez es de 6,1 puntos y de 7,5 puntos en el caso de Internet. Sin embargo, no podemos dejar de hacer mención de que dichas brechas eran, un año antes, de 8 y 9,2 puntos, respectivamente.

37

Es importante hacer notar ya desde el principio esta tendencia hacia el cierre de la primera BDG que es muy notable, cuando menos, en estos niveles más básicos de la incorporación a las TIC y que se extiende, como veremos a continuación, al menos hasta la segunda BDG.

Superado el umbral mínimo de uso, o acceso a las TIC, nos adentramos en el terreno de la segunda BDG. Aquí se hace esencial distinguir entre quienes utilizan las TIC con regularidad y quienes sólo son usuarias o usuarios ocasionales (e incluso muy ocasionales). En tal sentido, podemos comprobar que casi la totalidad (en torno al 90%) de las personas que han usado el ordenador o Internet alguna vez, lo ha hecho dentro del último mes anterior a la realización de la encuesta. Podemos por tanto afirmar que se trata de usuarios y usuarias incorporados a esas tecnologías, siendo también aquí muy reducidas las diferencias entre sexos y decrecientes respecto del año anterior (BDG de 3,1 para ordenador en el último mes y de 3,2 para Internet en 2009), en paralelo al incremento del volumen de población usuaria.

Último momento de conexión: último mes	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Ordenador	91,2%	88,6%	89,9%	-2,8
Internet	92,1%	90,4%	91,3%	-1,8

Según se descende en la concreción de la frecuencia de uso, mediante la consideración de la población que realiza un uso diario del ordenador o Internet, vemos cómo se confirma la tendencia que se viene describiendo, aun cuando la brecha digital de género es superior en este campo (de 5 y 4 puntos, respectivamente, si bien supone la mitad de los aproximadamente diez puntos de diferencia en detrimento de las mujeres que se registró sólo un año antes). El incremento de población usuaria y el recorte de la BDG es, además, más cuantioso en el caso de Internet, confirmando el carácter de referencia de esta tecnología en la SI.

38

Frecuencia de uso: diariamente en los últimos 3 meses	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Ordenador	72,9%	69,2%	71,1%	-5,0
Internet	70,5%	67,7%	69,2%	-4,0

También queda dentro del campo de la segunda brecha digital la cuestión de las habilidades, pues resultan determinantes para el nivel de uso efectivo que se puede alcanzar con las TIC. Desafortunadamente, la información al respecto ofrecida por la encuesta TIC-H 2010 difiere de la incluida en la encuesta de 2009. Un año antes se preguntaba por las tareas informáticas realizadas por la población encuestada, mientras que en 2010 el objeto de estudio –aun recogido bajo el mismo epígrafe anterior– son las tareas relacionadas con Internet realizadas. En consecuencia, no es posible examinar la evolución experimentada al respecto.

No obstante, sí que es posible considerar el análisis hecho entonces, en el que destacaba la existencia de una importante desigualdad de género en esta faceta esencial, fundamentada –más allá de la generalizada desventaja femenina en todas las categorías- en la confirmación de la tendencia a que la brecha de género se incremente conforme se van complejizando o tecnificando las tareas realizadas. Pues bien, esta tendencia permanece en 2010 en el caso de las tareas relacionadas con Internet.

Las tareas más sencillas y populares, presentan niveles de uso elevado y brechas de género reducidas. Sin duda la tarea popular es “usar un buscador”, acción realizada por la práctica totalidad de personas que han navegado. Más de tres cuartas partes de los internautas afirman “enviar correo electrónico con ficheros adjuntos” y algo menos de la mitad mandar “mensajes a chats, foros” y similares. En los tres casos, las BDG son escasas (sólo en el tema de los mensajes se aproxima a los seis puntos, quedando en los dos casos anteriores limitada a algo más de un punto).

Tareas relacionadas con Internet realizadas	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Usar un buscador	96,2%	95,1%	95,6%	-1,1
Enviar correo electrónico con ficheros adjuntos	77,6%	76,4%	77,0%	-1,6
Mensajes a chats, foros	45,0%	42,5%	43,8%	-5,7
Hacer llamadas telefónicas	20,0%	17,8%	18,9%	-11,0
Compartir ficheros p2p	31,9%	25,0%	28,6%	-21,7
Crear página web	11,6%	8,8%	10,3%	-24,1

Conforme las tareas se hacen más específicas, menos populares y, en cierto modo, implican un mayor grado de habilidad técnica, el porcentaje de personas

usuarias desciende significativamente y la BDG vuelve a incrementarse hasta sobrepasar los veinte puntos en “compartir ficheros p2p” y “crear una página web”.

Entrando de lleno en los tipos de usos que se hacen de Internet, distinguimos entre usos básicos, adscritos a la segunda brecha digital, y usos avanzados, pertenecientes a la tercera. Para comenzar, hemos de señalar que en los datos del año 2010 los usos básicos vuelven a confirmar la ya conocida situación de una clara “especialización” en función del género.

Dejando a un lado los usos más populares (correo electrónico, búsqueda de información sobre bienes y servicios e incluso viajes y alojamientos), que una vez más presentan los niveles de uso más elevados y las diferencias de género menos acusadas (incluso con mínimas BDG a favor de las mujeres), se hace patente el predominio masculino en cuestiones técnicas (software: BDG de 36 puntos), económicas (banca y comercio: BDG de 12 y 45 puntos, respectivamente) y de ocio (BDG de 20,5 puntos en juegos y de 13 puntos en leer noticias), frente a la existencia de una cierta ventaja femenina en usos con contenido formativo (BDG de 13 y 17 puntos a favor de las mujeres), de búsqueda de empleo (BDG de 15,5 puntos) y de temas de salud (19 puntos de BDG a favor de las mujeres).

Servicio usado de Internet	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Correo electrónico	85,4%	86,3%	85,8%	1,1
Buscar información sobre bienes y servicios	85,8%	83,7%	84,8%	-2,4
Viajes y alojamiento	64,6%	65,4%	65,0%	1,2
Descargar software (excluido el de juegos)	40,4%	25,9%	33,5%	-35,8
Jugar ó descargar juegos, imágenes,...	48,8%	38,8%	44,0%	-20,5
Leer ó descargar noticias, periódicos,...	66,1%	57,6%	62,0%	-12,8
Suscripción servicio de noticias	11,9%	11,1%	11,6%	-6,4
Búsqueda empleo	22,6%	26,7%	24,5%	15,5
Temas de salud	47,2%	58,4%	52,5%	19,1
Banca electrónica	44,4%	39,1%	41,9%	-12,0
Ventas de bienes y servicios	11,0%	6,0%	8,6%	-45,1
Información de educación y cursos	48,9%	56,4%	52,5%	13,2
Realizar algún curso vía Internet	11,5%	13,9%	12,7%	16,9
Aprendizaje	44,8%	46,8%	45,8%	4,2
Páginas web Administración en últimos 3 meses	47,0%	45,8%	46,4%	-2,6
Páginas web Administración en últimos 12 meses	57,9%	56,0%	57,0%	-3,3
Descargar formularios oficiales en últimos 3 meses	27,1%	26,7%	26,9%	-1,3
Descargar formularios oficiales en últimos 12 meses	36,3%	36,8%	36,5%	1,3
Enviar formularios cumplimentados en últimos 3 meses	18,1%	17,2%	17,7%	-4,8
Enviar formularios cumplimentados en últimos 12 meses	24,9%	25,0%	24,9%	0,4

No obstante, si aplicamos un criterio más restrictivo a esos datos, de forma que se tenga en cuenta que exista un volumen suficiente del grupo en cuestión o que el nivel de BDG sea considerable, resulta que los usos más significativos desde una perspectiva de género son:⁹

- Con ventaja de los hombres sobre las mujeres: búsqueda de información sobre bienes y servicios usada para comprar; descarga de software y de juegos y jugar online; lectura de periódicos y noticias; banca electrónica.
- Con ventaja de las mujeres sobre los hombres: es especialmente significativa en temas de salud.

⁹ Para ampliar esta cuestión pueden consultarse los resultados de los análisis de correlaciones que se incluyen en los Anexos y los respectivos indicadores de significatividad obtenidos para los mencionados cruces de variables.

Otra dimensión que resulta bien descriptiva de la segunda brecha digital, es el comercio electrónico. Implica un grado de incorporación a Internet e incluso de posesión de suficientes habilidades tecnológicas superior al de la navegación básica. Pues bien, ateniéndonos a los datos, podemos afirmar que en 2010 continúa siendo una actividad bastante menos frecuente entre la población internauta española que la mencionada navegación básica. Menos de la mitad de los hombres y algo más de un tercio de las mujeres han comprado alguna vez por Internet, existiendo además una considerable brecha de género (17 puntos). También parece significativo que, a diferencia de lo señalado en otros apartados, los índices de uso del comercio electrónico apenas se hayan alterado con respecto al año 2009, indicando por tanto que se trata de una cuestión que encuentra importantes resistencias a su expansión una vez alcanzado un determinado umbral de aceptación.

Compras a través de Internet	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Alguna vez	46,6%	38,6%	42,8%	-17,1
En el último mes	34,0%	34,2%	34,1%	0,7
Entre 1-3 meses	24,4%	26,4%	25,3%	7,3

No obstante, es significativo señalar que entre quienes han comprado alguna vez, la proporción de mujeres que lo ha hecho en el último mes y, sobre todo, en los últimos tres meses, es ligeramente superior a la de los hombres. Ello sería indicativo de que si bien ellas tienen una menor presencia general en el comercio electrónico, sí que existe un importante colectivo de mujeres que

hacen un uso frecuente del e-comercio. Esta situación, que ya se detectaba en el año 2009, se confirma en 2010.

Atendiendo a los productos comprados, comprobamos que las e-compradoras destacan en las categorías de alimentación (BDG de 35 puntos), medicamentos (BDG de 19,4 puntos), alojamiento y viajes (BDG de 10 y 17,5 puntos, respectivamente) y entradas para espectáculos (BDG de 20 puntos).

43

Pese a lo que se acaba de señalar, hemos de volver a introducir un importante límite al análisis realizado, referente a la significatividad de algunos resultados como consecuencia de que algunos casos que presentan ventaja femenina, o ésta es muy escasa (bienes para el hogar, material formativo) o siendo significativa se produce en grupos reducidos (caso de la compra de alimentación, que pese a presentar 35 puntos de diferencia, sólo supone un 11% de las compras).

Por el contrario, los hombres, además de encontrarse por encima en todas las categorías restantes, presentan un perfil claramente dominante en el caso de la compra de software (de juegos y de otro tipo) y de hardware (equipo informático y electrónico) con niveles de brecha de entorno a 60 puntos. También existen diferencias a favor de los hombres en otros ámbitos relacionados con la tecnología (servicios de telecomunicaciones), con la economía (compra de acciones, seguros, etc.) y con el ocio (películas, música, libros, prensa, material deportivo, etc.), aun cuando su representatividad estadística es menor, dado que –como se ha explicado en el caso de las mujeres- se trata de categorías que o bien presentan menor BDG o que tienen un porcentaje de uso reducido.

Productos/servicios comprados en Internet (últ 12 meses)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Alimentación	8,7%	13,2%	10,7%	34,6
Bienes hogar	18,7%	19,3%	19,0%	2,9
Medicamentos	0,9%	1,1%	1,0%	19,4
Películas, música	11,0%	7,0%	9,3%	-36,0
Libros, revistas, periodicos...	19,3%	18,2%	18,8%	-6,0
Material formativo online	7,6%	7,8%	7,7%	1,6
Material deportivo, ropa	29,0%	27,4%	28,3%	-5,6
Software de juegos de ordenador	12,4%	5,2%	9,3%	-58,5
Otro software de ordenador	15,9%	6,6%	11,9%	-58,8
Equipo informático	20,7%	8,1%	15,2%	-60,8
Equipo electrónico	23,5%	13,0%	18,9%	-44,8
Servicios de telecomunicaciones	11,9%	9,1%	10,7%	-23,0
Acciones, seguros	7,3%	3,6%	5,7%	-50,3
Alojamiento vacaciones	48,2%	53,4%	50,5%	9,8
Otros servicios para viajes	46,3%	56,1%	50,6%	17,5
Entradas para espectáculos	35,9%	45,0%	39,9%	20,3
Otros productos o servicios	17,2%	15,7%	16,6%	-8,4

Como se ha dicho en la presentación del documento, el bloque específico que se desarrolla en la entrega de la encuesta TIC-H correspondiente a 2010 es el de la seguridad en Internet. Este apartado también quedaría englobado dentro de la segunda brecha digital.

La gran mayoría de la población internauta emplea algún software de seguridad (el 85,1% de los hombres y el 83,4% de las mujeres). Y casi todos actualizan los productos de seguridad informática que utilizan (el 91% del total), si bien se comprueba una cierta tendencia a que los hombres lo hagan algo más a menudo que las mujeres (el 81% de ellos hace actualizaciones periódicamente, frente al 76% de ellas). Esta última tendencia también se aprecia respecto de la frecuencia con que se hacen copias de seguridad de ficheros: aunque casi la mitad de dicen no hacerlas nunca, existe una mayor proporción de mujeres en

esta categoría, mientras que se da una BDG a favor de los hombres entre quienes afirman hacer tales copias de seguridad.

Actualización de productos de seguridad informática	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Periódicamente	80,6%	76,1%	78,4%	-5,6
Ocasionalmente	11,6%	13,0%	12,3%	11,0
Frecuencia realización copias seguridad de ficheros	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Siempre	23,2%	21,4%	22,3%	-7,5
A veces	26,0%	24,8%	25,4%	-4,4
Nunca	45,0%	46,8%	45,9%	3,8

45

En cuanto al tipo concreto de software de seguridad utilizado, observamos la amplia difusión de los antivirus, siendo además escasa la BDG en este caso. No obstante, el empleo de los restantes tipos de programas de seguridad es mucho menos habitual y presentan una BDG en contra de las mujeres mucho más clara (de 21 puntos para cortafuegos y de 17 para filtro de correo electrónico).

Software de seguridad utilizado	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Programa detección de virus	88,9%	86,5%	87,8%	-2,7
Cortafuegos	54,8%	43,2%	49,3%	-21,1
Filtro correo electrónico	40,0%	33,3%	36,8%	-16,8
Filtrado contenidos web	12,1%	11,3%	11,7%	-6,5
Otro	2,3%	1,6%	2,0%	-33,7
Un paquete de programas	21,2%	24,9%	23,0%	14,7

Llama la atención, sin embargo, que casi una cuarta parte del total de personas consultadas afirme usar algún paquete de programas de seguridad –sin especificar los distintos tipos de software que contiene- y cómo aquí sí que es superior la proporción de mujeres (BDG de 15 puntos a su favor).

Los resultados sobre seguridad en Internet que se acaban de mostrar han de ser fruto de los posicionamientos que al respecto tienen las y los internautas. Según la información recogida en el cuadro siguiente, el nivel de preocupación sobre problemas en Internet es sensiblemente menor entre los hombres que entre las mujeres. Bien es cierto que la posición general de ellas y de ellos es la de mostrarse nada o sólo relativamente preocupados en cuanto a la recepción de spam, tener problemas de intimidad, las prácticas de *phising* y *pharming* o el uso fraudulento de tarjetas bancarias. La preocupación es superior respecto a los virus que pueden hacer perder información y, sobre todo, al acceso de los niños a contenidos inapropiados. Pero, fijándonos en la BDG, comprobamos la mayor proporción de mujeres que se muestran muy preocupadas en todas las categorías contempladas, a excepción de la recepción de spam, mientras que la BDG es a favor de los hombres en todos los casos de “nada preocupado”.

Grado de preocupación sobre problemas en Internet	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Virus con pérdida de información				
Muy preocupado	32,4%	35,1%	33,7%	7,7
Relativamente preocupado	38,8%	38,8%	38,8%	-0,1
Nada preocupado	28,7%	26,1%	27,5%	-9,3
Spam				
Muy preocupado	23,3%	22,1%	22,7%	-5,2
Relativamente preocupado	35,5%	37,7%	36,6%	5,8
Nada preocupado	41,2%	40,2%	40,8%	-2,4
Intimidad				
Muy preocupado	30,9%	37,7%	34,1%	18,0
Relativamente preocupado	27,2%	27,0%	27,1%	-0,5
Nada preocupado	41,9%	35,3%	38,8%	-15,9
Phising/pharming				
Muy preocupado	28,7%	30,9%	29,7%	7,2
Relativamente preocupado	25,8%	26,9%	26,3%	4,1
Nada preocupado	45,6%	42,2%	44,0%	-7,3
Uso fraudulento tarjetas				
Muy preocupado	34,9%	38,5%	36,6%	9,3
Relativamente preocupado	21,3%	22,0%	21,6%	2,9
Nada preocupado	43,8%	39,5%	41,7%	-9,7
Acceso niños				
Muy preocupado	42,5%	49,8%	46,0%	14,7
Relativamente preocupado	16,6%	16,5%	16,6%	-0,9
Nada preocupado	40,8%	33,7%	37,4%	-17,5

Si la preocupación sobre la seguridad en la Red parece ser un campo en mayor medida femenino, la experiencia de los problemas parece serlo masculino. La proporción de hombres que afirman haber sufrido alguno de los problemas mencionados es superior a la de las mujeres en todos los casos (si bien sólo los relativos a virus y spam presentan porcentajes de respuesta significativos y en ellos las diferencias de género son menores).

Problemas experimentados en Internet: últimos 12 meses	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Virus con pérdida de información	34,0%	32,0%	33,0%	-5,9
Spam	50,7%	48,6%	49,7%	-4,2
Intimidación	7,3%	5,9%	6,6%	-19,6
Phishing/pharming	3,7%	2,5%	3,1%	-31,3
Uso fraudulento tarjetas	2,2%	1,7%	1,9%	-21,3
Acceso niños	1,6%	1,7%	1,7%	4,2

Tal vez como consecuencia de la mayor preocupación, las mujeres presentan un mayor nivel de inhibición a la hora de realizar algunas actividades en Internet que podrían conllevar alguno de los riesgos de seguridad anteriores. Esta situación es particularmente visible en el caso de la compra de bienes o servicios, la actividad más difundida -junto con la participación en redes sociales y, en menor medida, la banca electrónica- y la que presenta una BDG de más de dos dígitos (11,3 puntos).

Actividades no realizadas en Internet en los últimos 12 meses por seguridad	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Comprar bienes o servicios	37,7%	42,6%	40,0%	11,3
Banca electrónica	30,2%	33,1%	31,6%	8,6
Redes sociales	38,1%	41,8%	39,8%	8,9
Comunicación AA.PP.	11,6%	11,6%	11,6%	0,0
Descargas	21,5%	21,1%	21,3%	-1,7
Uso dispositivos móviles	12,5%	13,0%	12,8%	4,0

Queda por considerar la situación sobre la presencia de la tercera brecha digital de género, aquella relacionada con las aplicaciones que están a la cabeza del desarrollo de Internet. Para ello, vamos a atender a dos aspectos, en primer lugar, el acceso a Internet mediante dispositivos móviles de conexión y, en segundo, el uso de algunos servicios avanzados de Internet.

Respecto del acceso móvil a Internet, nos encontramos de nuevo con el dominio claro de los hombres frente a las mujeres en todas las categorías de respuesta (aunque se trata de grupos poco numerosos en algunos casos). El dispositivo más utilizado es el ordenador portátil wireless, empleado por casi una de cada cuatro personas, y también el que presenta una BDG menos abultada (8,5 puntos). Le sigue de cerca en popularidad la conexión mediante teléfono móvil de banda ancha, empleada por una de cada cinco personas, aunque en esta categoría la BDG aún es muy elevada en 2010 (36,7 puntos). Es interesante señalar cómo se aprecia ya una tendencia clara al crecimiento de los niveles de uso de los mencionados teléfonos de banda ancha para conectarse a Internet (un 30% más respecto del año anterior), incluso a costa del resto de medios de conexión, los cuales pierden volumen de uso en ese mismo período de tiempo.

Uso dispositivo movil para acceso a Internet	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Teléfono móvil banda ancha	24,6%	15,6%	20,3%	-36,7
Otro teléfono móvil	7,1%	3,8%	5,5%	-46,9
Ordenador de mano	9,1%	5,0%	7,2%	-45,2
Ordenador portátil wireless	25,4%	23,2%	24,3%	-8,5

En cuanto a los usos avanzados de Internet, destaca fuertemente la tendencia a la reducción de las BDG en 2010, con respecto a la situación detectada en 2009. Tanto es así, que en el servicio más extendido, el envío de mensajes a chats y la mensajería instantánea (que realiza casi la mitad de la población internauta) registra una ligera diferencia a favor de las mujeres (2,6 puntos). Aunque no se halla tan extendido (lo realiza un 36% de la población), colgar contenidos propios en una página web, es el apartado con mayor BDG a favor de las mujeres (6 puntos). En el lado contrario, el uso de Internet para escuchar radio y/o ver

televisión continúa siendo bastante popular (42% de individuos) y aún mantiene una importante BDG a favor de los hombres (17,7 puntos).

Servicios avanzados usados	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Telefonar a través de Internet	20,9%	20,0%	20,5%	-4,1
Envío de mensajes a chats, uso de mensajería instantánea	48,3%	49,6%	48,9%	2,6
Escuchar radios y/o ver TV vía Internet	46,1%	38,0%	42,2%	-17,7
Colgar contenidos propios (texto, fotos,...) en una página web	34,8%	37,0%	35,9%	5,9

III.1.1. La incidencia de las condiciones personales y contextuales

Vamos a pasar ahora a mostrar los resultados de la parte del estudio en la que abordamos el análisis de la influencia que tienen una selección de factores sobre los niveles de BDG detectados entre la población usuaria de TIC en España. Como se dijo en el apartado de metodología de este informe, los hemos agrupado en dos categorías, en función de su diferente naturaleza:

- Variables personales: la edad, el nivel de estudios y la situación laboral.
- Variables contextuales: el tipo de hábitat, el tamaño del hogar, el nivel de ingresos del hogar y la intensidad tecnológica del hogar (ITH).

Podemos adelantar que los resultados obtenidos indican una mayor influencia del primer conjunto de variables, las asociadas con condiciones personales, en relación con el nivel de e-inclusión y de igualdad o desigualdad de género en la SI, por encima de la de los factores contextuales.

También se ha advertido de que se trata de una selección de factores efectuada sobre la base del mapeo de correlaciones previamente realizado (y que se encuentra disponible en su totalidad en el Anexo VI.2 de este trabajo). Las páginas que siguen contienen el análisis de aquellas interacciones que se han estimado significativas mediante ese método extensivo de análisis.

Al objeto de lograr una mayor concreción y claridad expositiva –cuestión nada fácil, dada la complejidad y amplitud de los datos manejados– procedemos a describir la incidencia de todos estos factores sobre la primera, segunda y tercera brechas digitales de género (BDG). Las tablas que siguen incluyen los

resultados para la población de mujeres, de hombres y total, así como el correspondiente cálculo de la BDG resultante. Ello supone una mayor cobertura analítica con respecto a otros trabajos previos, en los que sólo se ofrecía información a nivel de la BDG, lo cual, si bien ha supuesto una dificultad añadida para el equipo de investigación, entendemos que enriquece el análisis que se ofrece.

III.1.1.a. Impacto sobre la primera BDG

Un primer factor que incide de manera evidente sobre el **acceso** alguna vez al ordenador o a Internet, es la edad de los individuos. En este terreno de la primera BDG es claro que a menores edades, la proporción de personas que han utilizado estas tecnologías es netamente superior –llegando a la práctica totalidad de quienes tienen entre 16 y 24 años- y que la BDG es más reducida e incluso positiva para las mujeres. Los menores niveles de uso y los mayores índices de desigualdad de género quedan para la población de 55 años en adelante. Por tanto, de acuerdo con estos datos podemos afirmar que desde una perspectiva generacional, la primera BDG parece encaminarse a su superación.

Ha usado alguna vez: Ordenador, por grupo de edad	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
16-24	96,9%	97,8%	97,3%	0,9
25-34	92,0%	93,1%	92,5%	1,2
35-44	86,7%	84,6%	85,6%	-2,4
45-54	71,7%	68,6%	70,1%	-4,3
55-64	49,7%	42,1%	45,8%	-15,3
65-75	29,0%	16,7%	22,4%	-42,4
Total	75,4%	70,8%	73,1%	-6,1

Ha usado alguna vez: Internet, por grupo de edad	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
16-24	95,6%	97,0%	96,3%	1,4
25-34	88,8%	90,1%	89,4%	1,4
35-44	82,4%	79,9%	81,2%	-3,1
45-54	67,1%	61,4%	64,2%	-8,5
55-64	43,9%	32,7%	38,1%	-25,4
65-75	21,1%	12,3%	16,4%	-41,9
Total	71,1%	65,8%	68,5%	-7,5

En este primer estadio, también el nivel formativo ejerce una influencia significativa y clara: a mayor formación, mayores proporciones de población que ha hecho uso del ordenador e Internet y menor grado desigualdad de género. La BDG es a favor de las mujeres en los niveles formativos superiores. La conclusión es evidente: la formación contribuye a cerrar la primera BDG.

Ha usado alguna vez: Ordenador, por estudios terminados	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Educación primaria	35,4%	27,5%	31,4%	-22,5
1ª etapa de educación secundaria	77,1%	67,7%	72,7%	-12,1
2ª etapa de educación secundaria	91,0%	89,1%	90,0%	-2,0
FP grado superior	95,3%	94,7%	95,0%	-0,7
Educación superior universitaria	97,6%	98,2%	97,9%	0,6
Total	75,4%	70,8%	73,1%	-6,1

Ha usado alguna vez: Internet, por estudios terminados	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Educación primaria	31,0%	21,1%	26,0%	-31,9
1ª etapa de educación secundaria	70,4%	59,5%	65,2%	-15,5
2ª etapa de educación secundaria	87,7%	83,9%	85,8%	-4,4
FP grado superior	90,5%	92,6%	91,4%	2,3
Educación superior universitaria	95,8%	96,7%	96,3%	0,9
Total	71,1%	65,8%	68,5%	-7,5

Un factor contextual ha demostrado tener una incidencia significativa sobre la primera BDG: el tamaño del hogar. Podríamos afirmar que en los hogares multipersonales, en los que residen tres o más personas (lo que se podría asimilar a la existencia de familias), se incrementa la proporción de individuos que han accedido alguna vez al ordenador o a Internet y se recorta la BDG. Por el contrario, en los hogares unipersonales es en los que se registra una mayor desigualdad.

Ha usado alguna vez: Ordenador, por tamaño del hogar:	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Unipersonal	67,1%	56,0%	61,2%	-16,6
Bipersonal	64,0%	56,1%	59,9%	-12,3
Multipersonal	79,4%	76,9%	78,2%	-3,2
Total	75,4%	70,8%	73,1%	-6,1

Ha usado alguna vez: Internet, por tamaño del hogar:	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Unipersonal	61,4%	49,1%	54,8%	-20,0
Bipersonal	58,3%	51,5%	54,8%	-11,6
Multipersonal	75,7%	71,9%	73,8%	-5,0
Total	71,1%	65,8%	68,5%	-7,5

III.1.1.b. Impacto sobre la segunda BDG

Ya en el terreno de la segunda BDG, de nuevo la edad demuestra tener una incidencia clara sobre la **frecuencia** y la **intensidad** de uso de las tecnologías, mayores ambas entre las y los más jóvenes, quienes a su vez presentan menores niveles de desigualdad de género. En concreto, casi la totalidad de la población de entre 16 y 24 años que ha usado un ordenador alguna vez, lo ha empleado en el último mes, siendo además ligeramente superior la proporción de mujeres que de hombres (BDG positiva). El porcentaje de la población de entre 16 y 34 años que emplea el ordenador o Internet a diario es muy elevada,

siendo también aquí las diferencias de género a favor de las mujeres. La situación va cambiando conforme ascendemos en la pirámide de edad, hacia menores niveles de uso y mayores BDG.

Último momento de conexión al Ordenador: último mes, por grupo de edad	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
16-24	95,7%	98,0%	96,9%	2,4
25-34	91,9%	91,9%	91,9%	0,0
35-44	91,9%	88,0%	90,0%	-4,3
45-54	92,0%	86,7%	89,4%	-5,8
55-64	87,2%	73,2%	80,6%	-16,1
65-75	67,3%	64,4%	66,2%	-4,4
Total	91,2%	88,6%	89,9%	-2,8

Uso diario del Ordenador últimos 3 meses, por grupo de edad	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
16-24	77,3%	82,8%	80,0%	6,6
25-34	72,8%	74,8%	73,8%	2,7
35-44	72,3%	63,7%	68,2%	-11,8
45-54	69,6%	60,5%	65,2%	-13,0
55-64	75,4%	58,7%	68,1%	-22,2
65-75	64,2%	51,5%	59,2%	-19,8
Total	72,9%	69,2%	71,1%	-5,0

Uso diario de Internet últimos 3 meses, por grupo de edad	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
16-24	75,1%	80,6%	77,8%	6,7
25-34	71,0%	73,0%	72,0%	2,8
35-44	69,5%	61,8%	65,8%	-11,0
45-54	65,9%	57,9%	62,1%	-12,2
55-64	73,6%	60,9%	68,2%	-17,3
65-75	65,7%	48,1%	58,8%	-26,7
Total	70,5%	67,7%	69,2%	-4,0

También la formación incide sobre la **frecuencia** de uso del ordenador, aunque de manera menos potente de como ocurría con la primera BDG. Es claro que la proporción de personas que han utilizado el ordenador en el último mes tiende a aumentar conforme lo hace el nivel formativo (llegando a la práctica totalidad de quienes tienen estudios universitarios). Pero el comportamiento de la BDG no es igual de evidente, pues si bien disminuye conforme aumenta la formación hasta el nivel de FP de grado superior (donde de hecho la brecha es positiva), entre la población universitaria, la desventaja femenina vuelve a repuntar ligeramente.

Último momento de conexión al Ordenador: último mes, por estudios terminados	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Educación primaria	79,7%	69,6%	75,2%	-12,7
1ª etapa de educación secundaria	86,6%	81,0%	84,1%	-6,5
2ª etapa de educación secundaria	93,2%	89,4%	91,3%	-4,1
FP grado superior	93,3%	95,2%	94,1%	2,0
Educación superior universitaria	97,9%	96,6%	97,2%	-1,3
Total	91,2%	88,6%	89,9%	-2,8

Y algo similar sucede respecto de la **intensidad** de uso, puesto si bien es cierto que el volumen de población que utiliza el ordenador o Internet a diario se incrementa de manera notoria conforme aumentan los estudios que se poseen, la BDG se reduce hasta el nivel de FP de grado superior, pero la tendencia se invierte entre quienes poseen estudios universitarios, pues la BDG se vuelve a agrandar. De hecho, tras la reducción de la desigualdad de género que se va experimentando en los sucesivos niveles educativos intermedios, entre la población universitaria el tamaño de la BDG se retrotrae al del existente en la primera etapa de ESO.

Uso diario del Ordenador últimos 3 meses, por estudios terminados	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Educación primaria	50,4%	43,8%	47,7%	-13,0
1ª etapa de educación secundaria	62,0%	55,7%	59,3%	-10,1
2ª etapa de educación secundaria	73,2%	70,0%	71,7%	-4,4
FP grado superior	75,9%	73,6%	74,9%	-3,0
Educación superior universitaria	90,4%	81,1%	85,4%	-10,3
Total	72,9%	69,2%	71,1%	-5,0

Uso diario de Internet últimos 3 meses, por estudios terminados	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Educación primaria	46,5%	47,4%	46,9%	1,9
1ª etapa de educación secundaria	59,7%	52,3%	56,6%	-12,3
2ª etapa de educación secundaria	69,4%	67,3%	68,4%	-2,9
FP grado superior	74,5%	73,0%	73,8%	-2,1
Educación superior universitaria	88,4%	78,9%	83,2%	-10,8
Total	70,5%	67,7%	69,2%	-4,0

Todo lo cual viene a confirmar algo que ya hemos apuntado en otros estudios: la formación pierde capacidad de contribuir a la eliminación de las desigualdades de género conforme nos adentramos en niveles de mayor intensidad o complejidad de incorporación a las TIC.

Otro factor clave en relación con la reducción de la segunda BDG parece ser la situación laboral que se tenga. Como puede comprobarse en los dos cuadros que siguen, la población que tiene un empleo presenta un mayor volumen de uso diario del ordenador y de Internet y BDG más reducidas o con ventaja femenina. Existe una diferencia de entorno a diez puntos con respecto a la población desempleada, tanto en porcentaje de uso como en BDG, para ambos dispositivos. Entre la población inactiva, las estudiantes se unen a las empleadas en cuanto a tener los más elevados niveles uso diario, con ventaja de las mujeres sobre los hombres, todo lo contrario de lo que sucede entre quienes se

dedican a las labores del hogar o son pensionistas (baja intensidad de uso con marcada desigualdad).

Uso diario del Ordenador últimos 3 meses, por situación laboral	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Con empleo	73,4%	73,5%	73,5%	0,1
Sin empleo	71,6%	63,2%	66,9%	-11,7
En paro	65,2%	58,4%	61,9%	-10,4
Estudiantes	83,2%	86,6%	85,1%	4,0
Labores del hogar	80,8%	41,8%	42,5%	-48,2
Pensionista	66,0%	43,9%	58,2%	-33,5
Otra situación	61,7%	70,3%	66,1%	12,2
Total	72,9%	69,2%	71,1%	-5,0

Uso diario de Internet últimos 3 meses, por situación laboral	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Con empleo	70,1%	70,0%	70,1%	-0,1
Sin empleo	71,4%	64,3%	67,5%	-10,0
En paro	65,8%	57,7%	61,8%	-12,4
Estudiante	81,3%	85,3%	83,5%	4,7
Labores del hogar	80,8%	44,6%	45,3%	-44,8
Pensionista	68,8%	44,9%	60,7%	-34,8
Otra situación	48,8%	68,8%	59,1%	29,0
Total	70,5%	67,7%	69,2%	-4,0

Una nueva conclusión, por tanto, se puede establecer a tenor de estos resultados: estar empleada o estudiando contribuye de manera poderosa mejorar la e-inclusión de las mujeres.

Entramos ahora en un terreno particularmente complejo, debido a la profusión de los datos resultantes del análisis por cruces efectuado. Se trata de la profundización en los **tipos de usos** de Internet. En el estudio agregado a escala nacional que se hizo en el apartado previo, distinguíamos tres categorías de usos:

- Los más populares, con elevados porcentajes de población usuaria y BDG reducida o positiva (correo electrónico, viajes y alojamientos, visita de páginas de Administraciones Públicas, etc.).
- Los más masculinizados: técnicos, económicos y de ocio (descarga de software, e-banking y e-comercio, consumo de juegos, radio, televisión, prensa, lecturas, etc.).
- Los más feminizados: búsquedas sobre temas de salud y educativos.

Esta clasificación guiará el análisis con variables personales que hemos realizado, a fin de mostrar de manera operativa y sintética los resultados obtenidos y que se muestran en las cuatro series de tablas de las páginas siguientes. En concreto, realizamos una breve consideración sobre la incidencia que la edad, el nivel de estudios y la situación laboral, ejercen sobre cada uno de esos tres conjuntos de usos.¹⁰

Para los usos más populares, la edad mantiene la tendencia general observada según la cual, conforme ésta aumenta, la proporción de usuarios va disminuyendo y la BDG aumenta. Es interesante comprobar cómo las cohortes más jóvenes, entre 16 y 34 años, la desigualdad es a favor de las mujeres. Ello podría amparar una posible superación futura de la BDG en esos usos por causas generacionales.

En los usos masculinizados, la tendencia a que la población más joven presente mayores niveles de uso y menores BDG, también existe, aunque de manera mucho más débil, al punto de que no es capaz, en general, de revertir el dominio masculino. Por tanto, no parece probable que el mero paso del tiempo altere de forma definitiva la sexualización de estos usos. También llama la atención que la

¹⁰ Sólo se consideran aquellos casos para los que el análisis por correlaciones ha establecido un grado de significatividad suficiente.

ventaja masculina en ese tipo de usos se encuentra fuertemente asentada en todos los niveles educativos en general, alejando en consecuencia la posibilidad de que tales desequilibrios se corrijan sólo con la extensión de los grados educativos superiores. Desde el punto de vista de la situación laboral, nuevamente, estar empleada o sobre todo estudiando tiende a reducir en alguna medida la abultada BDG general en este tipo de usos. Como curiosidad, llama la atención la magnitud de la brecha negativa entre la población que se dedica a labores del hogar, aun a pesar del reducido número de hombres que se encuentran en tal situación (descarga de software -71; jugar -66; leer noticias -45).

En los usos feminizados, la influencia de la edad está más lejos de ajustarse a un patrón tan evidente. Las diferencias entre las BDG de los distintos grupos de edad apuntarían hacia la relevancia explicativa que, más allá de este elemento demográfico, tendrían otros factores de tipo social o cultural. En ese mismo sentido se comporta el nivel educativo, puesto que una mayor formación sí que influye positivamente para que una mayor proporción de mujeres usen Internet para buscar empleo (tiende a reforzar la ventaja femenina en ese terreno), pero no para consultar temas de salud, puesto que la diferencia a favor de ellas tiende a ser más acusada precisamente entre la población con menos estudios. La influencia de la situación laboral puede comprobarse en el caso de la consulta de temas de salud, donde la desigualdad a favor de las mujeres es superior entre la población activa (ocupada o desempleada), lo que podría llevar a pensar en la menor predisposición de los hombres activos a encargarse de este tipo de materias.

Uso de Internet, por grupo de edad	Correo electrónico			Viajes y alojamiento			Escuchar radios y/o ver TV		
	Hombres	Mujeres	Brecha	Hombres	Mujeres	Brecha	Hombres	Mujeres	Brecha
16-24	87,1%	94,1%	7,5	50,5%	61,3%	17,7	54,0%	52,1%	-3,4
25-34	87,2%	91,1%	4,3	69,0%	72,7%	5,1	50,2%	46,3%	-7,9
35-44	84,9%	84,4%	-0,6	68,5%	65,6%	-4,3	48,8%	31,4%	-35,6
45-54	81,7%	78,4%	-4,1	67,0%	64,2%	-4,2	36,7%	27,0%	-26,6
55-64	85,3%	72,0%	-15,7	64,7%	53,0%	-18,1	33,6%	20,7%	-38,6
65-75	84,9%	84,8%	-0,1	62,5%	48,0%	-23,3	25,1%	17,3%	-31,1
Total	85,4%	86,3%	1,1	64,6%	65,4%	1,2	46,1%	38,0%	-17,7

Uso de Internet, por grupo de edad	Colgar contenidos propios (texto, fotos,...)			Descargar software (excluido juegos)			Jugar ó descargar juegos, imágenes,...		
	Hombres	Mujeres	Brecha	Hombres	Mujeres	Brecha	Hombres	Mujeres	Brecha
16-24	63,8%	71,6%	10,9	55,6%	44,5%	-19,9	76,2%	67,8%	-11,0
25-34	40,9%	46,2%	11,4	45,8%	31,8%	-30,5	56,5%	42,7%	-24,3
35-44	26,8%	22,9%	-14,4	38,9%	20,3%	-47,9	42,8%	32,7%	-23,6
45-54	17,9%	14,8%	-17,3	28,3%	13,0%	-54,1	33,1%	20,5%	-38,1
55-64	18,7%	12,7%	-32,0	26,4%	7,7%	-70,8	23,7%	13,9%	-41,2
65-75	13,9%	25,6%	45,8	17,6%	5,5%	-68,9	20,2%	20,4%	0,8
Total	34,8%	37,0%	5,9	40,4%	25,9%	-35,8	48,8%	38,8%	-20,5

Uso de Internet, por grupo de edad	Leer ó descargar noticias, periódicos,...			Temas de salud			Banca electrónica		
	Hombres	Mujeres	Brecha	Hombres	Mujeres	Brecha	Hombres	Mujeres	Brecha
16-24	60,0%	48,6%	-19,1	41,6%	47,1%	11,6	23,1%	22,0%	-4,6
25-34	64,6%	62,3%	-3,7	42,3%	59,2%	28,5	45,5%	48,6%	6,3
35-44	69,2%	59,8%	-13,6	53,1%	66,4%	20,1	53,5%	46,1%	-13,8
45-54	67,0%	56,2%	-16,1	50,2%	58,4%	14,1	48,4%	37,7%	-22,0
55-64	71,0%	60,5%	-14,8	49,7%	57,9%	14,1	53,5%	27,7%	-48,2
65-75	69,6%	49,8%	-28,5	51,6%	53,2%	3,2	36,7%	26,0%	-29,2
Total	66,1%	57,6%	-12,8	47,2%	58,4%	19,1	44,4%	39,1%	-12,0

Uso de Internet, por grupo de edad	Ventas de bienes y servicios			Información de educación y cursos			Web Administración últimos 3 meses		
	Hombres	Mujeres	Brecha	Hombres	Mujeres	Brecha	Hombres	Mujeres	Brecha
16-24	7,8%	4,4%	-43,9	59,2%	68,8%	13,9	38,1%	43,5%	12,4
25-34	14,3%	9,7%	-31,8	50,5%	59,6%	15,3	48,0%	52,4%	8,5
35-44	12,4%	6,0%	-51,8	53,2%	55,2%	3,8	52,2%	46,9%	-10,1
45-54	8,0%	3,8%	-52,7	42,1%	51,0%	17,5	47,8%	45,7%	-4,4
55-64	10,1%	2,1%	-79,0	30,6%	35,8%	14,5	49,4%	28,1%	-43,1
65-75	6,3%	,0%	-100,0	23,8%	19,4%	-18,7	33,1%	17,8%	-46,2
Total	11,0%	6,0%	-45,1	48,9%	56,4%	13,2	47,0%	45,8%	-2,6

Uso de Internet, por estudios terminados	Escuchar radios y/o ver TV			Descargar software (excluido juegos)			Jugar o descargar juegos, imágenes,...			Leer o descargar noticias, periódicos,...		
	Hombres	Mujeres	Brecha	Hombres	Mujeres	Brecha	Hombres	Mujeres	Brecha	Hombres	Mujeres	Brecha
Educación primaria	35,6%	26,9%	-24,4	25,4%	12,8%	-49,5	45,7%	27,2%	-40,6	39,8%	31,6%	-20,6
1ª etapa de educación secundaria	42,6%	29,6%	-30,6	32,9%	19,4%	-40,9	54,8%	37,7%	-31,1	56,0%	44,2%	-21,1
2ª etapa de educación secundaria	45,4%	41,2%	-9,2	41,6%	26,8%	-35,6	51,5%	44,2%	-14,2	66,7%	56,9%	-14,7
FP grado superior	48,3%	44,5%	-7,8	46,4%	29,1%	-37,2	50,7%	42,9%	-15,3	73,5%	62,2%	-15,4
Educación superior universitaria	52,9%	39,5%	-25,3	48,1%	30,2%	-37,3	40,2%	35,5%	-11,7	80,1%	69,3%	-13,5
Total	46,1%	38,0%	-17,7	40,4%	25,9%	-35,8	48,8%	38,8%	-20,5	66,1%	57,6%	-12,8
Uso de Internet, por estudios terminados	Búsqueda empleo			Temas de salud			Banca electrónica			Ventas de bienes y servicios		
	Hombres	Mujeres	Brecha	Hombres	Mujeres	Brecha	Hombres	Mujeres	Brecha	Hombres	Mujeres	Brecha
Educación primaria	22,0%	20,7%	-5,6	33,9%	46,9%	39,1%	19,9%	20,1%	20,0%	4,7%	1,6%	-65,1
1ª etapa de educación secundaria	23,5%	27,1%	13,4	37,8%	57,1%	45,9%	27,8%	20,7%	24,8%	7,3%	3,3%	-54,3
2ª etapa de educación secundaria	24,5%	26,8%	8,8	46,7%	55,2%	50,8%	40,1%	34,2%	37,2%	11,0%	6,8%	-38,0
FP grado superior	24,1%	31,2%	22,8	57,4%	61,6%	59,3%	53,5%	48,6%	51,3%	13,2%	7,3%	-44,4
Educación superior universitaria	19,0%	25,6%	25,9	55,6%	62,8%	59,5%	68,5%	54,0%	60,6%	15,4%	7,3%	-52,9
Total	22,6%	26,7%	15,5	47,2%	58,4%	52,5%	44,4%	39,1%	41,9%	11,0%	6,0%	-45,1

Uso de Internet, por situación laboral	Escuchar radios y/o ver TV			Descargar software (excluido juegos)			Jugar ó descargar juegos, imágenes,...		
	Hombres	Mujeres	Brecha	Hombres	Mujeres	Brecha	Hombres	Mujeres	Brecha
Con empleo	46,0%	36,0%	-21,9	38,6%	24,7%	-35,9	44,3%	34,8%	-21,4
Sin empleo	46,4%	40,9%	-11,8	44,5%	27,6%	-38,0	58,9%	44,5%	-24,5
En paro	46,6%	37,0%	-20,5	40,1%	23,3%	-41,8	54,4%	38,4%	-29,4
Estudiante	56,6%	56,1%	-0,9	61,3%	46,0%	-25,0	80,9%	68,0%	-16,0
Labores del hogar	38,7%	29,5%	-23,8	35,5%	10,3%	-71,0	69,9%	23,4%	-66,5
Pensionista	26,3%	17,2%	-34,6	22,1%	6,8%	-69,1	28,2%	21,4%	-24,1
Otra situación	31,8%	37,1%	14,4	27,6%	24,4%	-11,4	27,7%	33,5%	17,3
Total	46,1%	38,0%	-17,7	40,4%	25,9%	-35,8	48,8%	38,8%	-20,5
Uso de Internet, por situación laboral	Leer ó descargar noticias, periódicos,...			Temas de salud			Ventas de bienes y servicios		
	Hombres	Mujeres	Brecha	Hombres	Mujeres	Brecha	Hombres	Mujeres	Brecha
Con empleo	68,1%	60,6%	-11,0	47,6%	59,7%	20,3	12,0%	6,8%	-42,9
Sin empleo	61,4%	53,2%	-13,3	46,4%	56,4%	17,7	8,7%	4,8%	-44,4
En paro	57,0%	54,9%	-3,7	46,2%	61,2%	24,4	10,3%	7,6%	-26,1
Estudiante	62,3%	51,5%	-17,3	44,4%	45,9%	3,1	8,1%	3,8%	-52,6
Labores del hogar	100,0%	55,1%	-44,9	57,9%	65,2%	11,1	,0%	2,7%	100,0
Pensionista	70,1%	50,4%	-28,1	51,5%	57,3%	10,2	5,7%	2,2%	-60,4
Otra situación	58,8%	47,9%	-18,5	43,6%	62,9%	30,6	9,5%	5,1%	-46,1
Total	66,1%	57,6%	-12,8	47,2%	58,4%	19,1	11,0%	6,0%	-45,1

En otro orden de cosas, resulta interesante comprobar cómo el nivel de ingresos afecta a la situación de e-inclusión de las mujeres. En el caso de dos usos como son el correo electrónico y la consulta de temas de salud, la proporción de personas usuarias asciende conforme lo hacen los ingresos. No obstante, la ventaja femenina en términos de BDG es superior en los hogares de renta inferior, y va empeorando según aumentan los ingresos. El mismo patrón se registra en una cuestión relacionada con el nivel de ingresos, como es la dotación tecnológica del hogar, para los temas de salud.

Uso de Internet, por ingresos mensuales netos del hogar:	Correo electrónico				Temas de salud			
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
<1100 EUR	73,6%	78,8%	76,2%	6,6	39,2%	55,3%	47,3%	29,0
1100-1800 EUR	78,8%	83,5%	81,0%	5,6	45,4%	59,8%	52,3%	24,1
1800-2700 EUR	89,4%	87,5%	88,5%	-2,2	52,6%	62,2%	56,9%	15,5
>2700 EUR	94,1%	92,5%	93,3%	-1,6	55,8%	61,2%	58,4%	9,0
NS/NR	86,7%	87,1%	86,9%	0,4	41,6%	53,6%	47,4%	22,4
Total	85,4%	86,3%	85,8%	1,1	47,2%	58,4%	52,5%	19,1

Uso de Internet, por intensidad tecnológica del hogar	Temas de salud			
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
IT Baja	23,9%	39,4%	31,3%	39,3
IT Media	45,6%	57,2%	51,3%	20,3
IT Alta	54,4%	64,5%	59,0%	15,6
Total	47,2%	58,4%	52,5%	19,1

Distinta es la situación al considerar el tipo de hábitat y el tamaño del hogar. En primer lugar, vemos cómo la BDG a favor de las mujeres tiende a crecer conforme disminuye la densidad de población en los usos de Internet más feminizados: búsqueda de empleo, temas de salud y búsqueda de información sobre educación y cursos. Ello confirmaría que Internet es una importante herramienta para las mujeres de entornos escasamente poblados.

Uso de Internet, por tipo de hábitat	Búsqueda de empleo			
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Densamente poblado	25,2%	26,3%	25,8%	4,1
Medianamente poblado	19,9%	27,9%	23,6%	28,5
Escasamente poblado	18,7%	26,4%	22,4%	29,1
Total	22,6%	26,7%	24,5%	15,5

Uso de Internet, por tipo de hábitat	Temas de salud			
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Densamente poblado	50,0%	58,3%	54,0%	14,3
Medianamente poblado	45,2%	58,1%	51,1%	22,2
Escasamente poblado	42,7%	58,8%	50,5%	27,4
Total	47,2%	58,4%	52,5%	19,1

Uso de Internet, por tipo de hábitat	Información de educación y cursos			
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Densamente poblado	51,3%	56,7%	53,9%	9,6
Medianamente poblado	47,4%	56,0%	51,4%	15,3
Escasamente poblado	44,6%	55,9%	50,1%	20,1
Total	48,9%	56,4%	52,5%	13,2

En cuanto al tamaño del hogar, de nuevo es en los unipersonales donde encontramos las situaciones menos favorables a las mujeres en el uso de Internet para informarse sobre educación y cursos y sobre temas de salud.

Uso de Internet, por tamaño de hogar	Información de educación y cursos				Temas de salud			
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Unipersonal	50,5%	49,7%	50,2%	-1,6	48,5%	55,5%	51,8%	12,6
Bipersonal	43,5%	51,3%	47,4%	15,2	47,5%	58,1%	52,7%	18,3
Multipersonal	50,0%	57,9%	53,8%	13,6	47,1%	58,6%	52,6%	19,6
Total	48,9%	56,4%	52,5%	13,2	47,2%	58,4%	52,5%	19,1

Otro apartado importante de la segunda BDG es el **e-comercio**. La edad influye sobre esta cuestión de la siguiente manera: sí que podría decirse que la BDG

tiende a correlacionarse positivamente con ella, esto es, que tiende a aumentar la desigualdad conforme se incrementa la edad entre los 25 y los 64 años. Aunque destaca la importante BDG de la población más joven de entre 16 y 24 años. Los mayores niveles de uso se dan en las edades siguientes (entre los 25 y los 44 años), junto con los menores (aunque importantes) niveles de BDG. La mayor BDG se alcanza entre los 55 y 64 años. La menor proporción de personas usuarias se registra a partir de los 65 años y se reduce la BDG.

67

Compras a través de Internet, por grupo de edad	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
16-24	42,3%	33,1%	37,8%	-21,7
25-34	52,9%	49,3%	51,1%	-6,8
35-44	48,5%	41,3%	45,0%	-15,0
45-54	44,5%	32,3%	38,6%	-27,3
55-64	40,1%	21,9%	32,1%	-45,5
65-75	30,2%	23,0%	27,3%	-23,6
Total	46,6%	38,6%	42,8%	-17,1

Pese a lo anterior, la incidencia de la edad es más clara sobre la **frecuencia** de compra (en el último mes), de manera que la BDG es a favor de las mujeres en los grupos más jóvenes (y también en las de más de 64 años).

Última compra en Internet último mes, por grupo de edad	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
16-24	25,9%	30,4%	27,8%	15,0
25-34	32,6%	34,9%	33,7%	6,5
35-44	37,2%	36,7%	37,0%	-1,2
45-54	37,5%	30,6%	34,7%	-18,4
55-64	37,2%	33,0%	35,9%	-11,2
65-75	34,2%	50,0%	39,6%	31,5
Total	34,0%	34,2%	34,1%	0,7

En el terreno del e-comercio la influencia del nivel educativo es muy clara. Conforme se posee mayor formación, el porcentaje de personas que han comprado por Internet se incrementa ostensiblemente, al tiempo que se va reduciendo la BDG también con fuerza. No obstante no podemos dejar de advertir que la desigualdad es muy elevada en todos los niveles.

Compras a través de Internet, por estudios terminados	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Educación primaria	25,2%	14,9%	21,0%	-40,8
1ª etapa de educación secundaria	31,0%	23,2%	27,7%	-25,2
2ª etapa de educación secundaria	46,6%	37,2%	42,0%	-20,2
FP grado superior	56,1%	43,7%	50,5%	-22,1
Educación superior universitaria	65,7%	53,5%	59,0%	-18,5
Total	46,6%	38,6%	42,8%	-17,1

Parecido sucede con la situación laboral, puesto que es la población ocupada la que presenta mayor porcentaje de personas que han comprado por Internet y menor desigualdad de género. En sentido contrario, encontrarse sin empleo agrava la BDG, hasta el punto de que la brecha es más del doble en esos casos. Hay que precisar que en concreto son las situaciones de inactividad (y no tanto el hallarse en paro) las que concentran los peores porcentajes de uso y de desigualdad de género.

Compras a través de Internet, por situación laboral	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Con empleo	50,1%	45,0%	47,9%	-10,3
Sin empleo	38,9%	30,0%	34,0%	-22,8
En paro	38,6%	33,6%	36,1%	-13,0
Estudiante	45,3%	32,5%	38,4%	-28,2
Labores del hogar	42,8%	22,9%	23,3%	-46,4
Pensionista	27,9%	21,9%	25,8%	-21,6
Otra situación	35,2%	36,9%	36,0%	4,4
Total	46,6%	38,6%	42,8%	-17,1

Para finalizar el análisis sobre la segunda brecha digital, hemos encontrado significativa la relación entre la utilización de **software de seguridad** y la edad, en el sentido de que existe una clara correlación entre incremento de ésta y aumento de la BDG. De hecho, entre los grupos más jóvenes, la desigualdad es a favor de las mujeres.

Utilización software seguridad, por grupo de edad	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
16-24	84,7%	87,1%	85,9%	2,7
25-34	82,1%	84,0%	83,0%	2,4
35-44	84,4%	82,8%	83,6%	-1,9
45-54	89,7%	84,2%	87,1%	-6,1
55-64	88,7%	75,0%	82,7%	-15,5
65-75	82,1%	70,1%	77,2%	-14,6
Total	85,1%	83,4%	84,3%	-1,9

III.1.1.c. Impacto sobre la tercera BDG

En este tercer bloque, se analiza la incidencia de los factores personales y contextuales sobre la tercera brecha digital de género, indicada sobre todo -en este caso- por el acceso a Internet mediante teléfonos de banda ancha.

En primer lugar, observamos que la edad no condiciona de forma lineal la BDG en acceso móvil a Internet. La edad sí afecta negativamente al volumen de población que se conecta por teléfono de banda ancha o por ordenador portátil wireless, puesto que en ambos el porcentaje de uso se va reduciendo entre las cohortes superiores. En la conexión por portátil wireless también la BDG correlaciona negativamente con la edad (la desigualdad es inferior entre los más jóvenes, con ventaja femenina en el grupo de edad 16 a 24), pero sin embargo, en acceso por teléfono móvil el grado de desigualdad no es menor entre los más jóvenes. Ello puede deberse a que estos dispositivos aún no estaban tan difundidos en el año 2010, unido a una mayor facilidad de los hombres para incorporar las novedades tecnológicas antes que las mujeres, algo que es característico de la tercera BDG.

Acceso Internet por Teléfono móvil banda ancha, por grupo de edad	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
16-24	32,4%	22,4%	27,5%	-31,0
25-34	30,0%	23,2%	26,7%	-22,6
35-44	24,3%	10,4%	17,7%	-57,3
45-54	17,1%	6,3%	12,0%	-63,5
55-64	13,0%	9,5%	11,5%	-27,0
65-75	5,3%	6,9%	5,9%	22,4
Total	24,6%	15,6%	20,3%	-36,7

Acceso Internet por Ordenador portátil wireless, por grupo de edad	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
16-24	32,4%	35,8%	34,1%	9,3
25-34	28,2%	27,4%	27,8%	-2,7
35-44	24,8%	17,0%	21,1%	-31,6
45-54	20,5%	16,1%	18,5%	-21,4
55-64	17,7%	14,9%	16,5%	-15,8
65-75	9,1%	9,1%	9,1%	0,6
Total	25,4%	23,2%	24,3%	-8,5

En segundo lugar, es muy destacable el hecho de que la formación no parece poder corregir la tercera BDG. Como puede verse más abajo, los porcentajes de uso de teléfonos de banda ancha para conectar a Internet son similares en los distintos niveles formativos, más elevados a partir de la segunda etapa de educación secundaria. Pero la BDG se acentúa entre los grupos con más formación, alcanzándose el mayor grado de desigualdad precisamente entre la población con estudios universitarios.

Acceso Internet por Teléfono móvil banda ancha, por estudios terminados	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Educación primaria	12,0%	8,1%	10,4%	-32,8
1ª etapa de educación secundaria	19,2%	12,4%	16,3%	-35,4
2ª etapa de educación secundaria	27,1%	16,9%	22,2%	-37,8
FP grado superior	27,8%	17,2%	23,1%	-38,2
Educación superior universitaria	29,9%	17,3%	23,0%	-42,2
Total	24,6%	15,6%	20,3%	-36,7

Por su parte, la situación laboral no manifiesta ejercer una influencia clara o determinante sobre la tercera BDG. La diferencia de género entre la población con empleo está en la media general en cuanto al acceso a Internet mediante teléfono móvil. No obstante, sí que se constata que la mayor BDG se da entre quienes se encuentran en situación de desempleo.

Acceso Internet por Teléfono móvil banda ancha, por situación laboral	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Con empleo	25,5%	16,3%	21,5%	-36,4
Sin empleo	22,6%	14,6%	18,2%	-35,2
En paro	21,0%	12,0%	16,6%	-42,6
Estudiante	33,1%	22,8%	27,5%	-31,0
Labores del hogar	,0%	8,0%	7,9%	100,0
Pensionista	7,7%	5,4%	6,9%	-29,5
Otra situación	5,6%	13,3%	9,6%	57,4
Total	24,6%	15,6%	20,3%	-36,7

En este campo del acceso móvil a Internet la familia ya no resulta un factor coadyuvante (como sí sucedía para la primera BDG). Aunque los mayores niveles de desigualdad continúan correspondiendo a personas que viven solas, la BDG es prácticamente del mismo volumen en los hogares multipersonales. Sólo en los bipersonales, la BDG es sensiblemente inferior.

Acceso a Internet por Teléfono móvil banda ancha, por tamaño del hogar	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Unipersonal	30,1%	16,0%	23,4%	-46,9
Bipersonal	21,5%	18,1%	19,8%	-15,9
Multipersonal	25,0%	15,0%	20,3%	-40,1
Total	24,6%	15,6%	20,3%	-36,7

Tampoco el nivel de ingresos manifiesta tener una influencia clara, puesto que si bien la proporción de personas que se conectan a Internet por teléfono móvil aumenta conforme lo hacen los ingresos de hogar, ello no supone que disminuya la BDG. Sólo en los hogares que ingresan menos de 1.100 euros mensuales, las diferencias entre mujeres y hombres no son tan elevadas.

Acceso a Internet por Teléfono móvil banda ancha, por ingresos mensuales netos del hogar	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
<1100 EUR	13,7%	13,2%	13,5%	-3,9
1100-1800 EUR	22,2%	12,7%	17,7%	-42,9
1800-2700 EUR	25,9%	18,9%	22,7%	-27,1
>2700 EUR	31,3%	19,7%	25,7%	-37,2
NS/NR	25,6%	13,9%	19,9%	-45,6
Total	24,6%	15,6%	20,3%	-36,7

Eso mismo sucede con la dotación tecnológica de los hogares, que resulta ser un elemento claramente relacionado con ese tipo de conexión móvil, pero que no explica el comportamiento de la BDG. En los hogares de intensidad tecnológica (IT) alta la proporción de personas que se conectan por teléfono 3G cuadruplica a la de los hogares de TI baja, pero su BDG es igual de acusada.

Acceso a Internet por Teléfono móvil banda ancha, por intensidad tecnológica del hogar	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
IT Baja	10,8%	6,4%	8,7%	-40,0
IT Media	16,0%	11,7%	13,9%	-27,0
IT Alta	43,4%	25,8%	35,3%	-40,6
Total	24,6%	15,6%	20,3%	-36,7

III.2. La brecha digital de género en el contexto de Europa

Una vez descrita la situación de la inclusión digital o la BDG para el conjunto de España, abordamos su puesta en relación con la realidad existente en el resto de países europeos. Ello ha sido posible gracias a la explotación de la información recogida en la Community Survey on ICT Usage in Households and by Individuals elaborada por Eurostat.

74

El proceso de operativización de los datos de esta encuesta, cuyo resultado se muestra en las tablas incluidas en este apartado del informe, presenta las siguientes características:

- Se han seleccionado las principales variables descriptivas de la primera, segunda y tercera BDG, a partir del análisis efectuado para España.
- Se han recogido los datos correspondientes al año 2010 y también a 2006, al objeto de permitir la realización de un breve análisis de la evolución experimentada en los últimos cinco años.
- Los datos se refieren al porcentaje de hombres, mujeres y total de ambos sexos que cumplen con el criterio especificado, así como la correspondiente BDG, calculada por el mismo procedimiento que en el caso del estudio para España.
- Se cuenta con información sobre 33 países europeos, así como las medias de la UE-27, la UE-15 y la Eurozona.
- A fin de facilitar la visualización de la posición que ocupa España en ese contexto general, se ha rotulado la fila correspondiente a nuestro país en cada caso.

A continuación se muestran las tablas que se han elaborado y el correspondiente análisis a que han dado lugar.

En el terreno del acceso a las TIC, el de la primera BDG, España se sitúa en torno a las medias europeas y, desde luego, en posiciones intermedias en las tablas de países, considerablemente alejada de los primeros lugares, que tienden a ser ocupados por países escandinavos, tanto en términos de volumen de población que ha accedido al ordenador o a Internet en alguna ocasión (porcentaje de personas), como de igualdad de género (con BDG en torno a 0 o incluso positivas, a favor de las mujeres). En las últimas posiciones, con menores volúmenes de incorporación digital y mayor BDG, encontramos sobre todo a países mediterráneos como Turquía, Croacia, Italia, Grecia y Portugal. Entre 2006 y 2010, la tendencia general es la del fuerte incremento del acceso al ordenador y sobre todo a Internet y una ligera reducción de las diferencias de género.

Ha usado alguna vez: Ordenador	2006				Ha usado alguna vez: Ordenador	2010			
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha		Hombres	Mujeres	Total	Brecha
European Union (27 countries)	69,0%	64,0%	67,0%	-7,2	European Union (27 countries)	80,0%	75,0%	78,0%	-6,3
European Union (15 countries)	74,0%	68,0%	71,0%	-8,1	European Union (15 countries)	83,0%	79,0%	81,0%	-4,8
Euro area	70,0%	64,0%	67,0%	-8,6	Euro area	81,0%	76,0%	78,0%	-6,2
Ireland	66,0%	68,0%	67,0%	2,9	Ireland	74,0%	79,0%	76,0%	6,3
Bulgaria	36,0%	37,0%	37,0%	2,7	Denmark	93,0%	93,0%	93,0%	0,0
Sweden	93,0%	93,0%	93,0%	0,0	Estonia	78,0%	78,0%	78,0%	0,0
Iceland	93,0%	92,0%	93,0%	-1,1	Finland	92,0%	92,0%	92,0%	0,0
Hungary	60,0%	59,0%	59,0%	-1,7	Iceland	97,0%	96,0%	96,0%	-1,0
Lithuania	52,0%	51,0%	52,0%	-1,9	Sweden	96,0%	95,0%	95,0%	-1,0
Norway	92,0%	90,0%	91,0%	-2,2	Hungary	71,0%	70,0%	70,0%	-1,4
Finland	89,0%	87,0%	88,0%	-2,2	Lithuania	67,0%	66,0%	66,0%	-1,5
Slovakia	73,0%	71,0%	72,0%	-2,7	Bulgaria	52,0%	51,0%	51,0%	-1,9
Estonia	68,0%	66,0%	67,0%	-2,9	Norway	97,0%	95,0%	96,0%	-2,1
Denmark	95,0%	92,0%	93,0%	-3,2	United Kingdom	92,0%	90,0%	91,0%	-2,2
Germany (including former GDR from 19	85,0%	82,0%	83,0%	-3,5	Slovenia	78,0%	76,0%	77,0%	-2,6
Latvia	61,0%	58,0%	60,0%	-4,9	Latvia	74,0%	72,0%	73,0%	-2,7
Poland	59,0%	56,0%	58,0%	-5,1	France	88,0%	85,0%	86,0%	-3,4
Netherlands	91,0%	86,0%	88,0%	-5,5	Netherlands	95,0%	91,0%	93,0%	-4,2
United Kingdom	85,0%	80,0%	82,0%	-5,9	Poland	70,0%	67,0%	68,0%	-4,3
Malta	50,0%	47,0%	49,0%	-6,0	Spain	75,0%	71,0%	73,0%	-5,3
Spain	63,0%	58,0%	61,0%	-7,9	Germany (including former GDR from 19	91,0%	86,0%	88,0%	-5,5
Austria	79,0%	72,0%	75,0%	-8,9	Slovakia	89,0%	84,0%	87,0%	-5,6
Belgium	76,0%	69,0%	72,0%	-9,2	Romania	51,0%	48,0%	49,0%	-5,9
Cyprus	52,0%	47,0%	50,0%	-9,6	Luxembourg	96,0%	90,0%	93,0%	-6,2
Slovenia	70,0%	63,0%	66,0%	-10,0	Czech Republic	78,0%	73,0%	75,0%	-6,4
Portugal	52,0%	46,0%	49,0%	-11,5	Cyprus	62,0%	58,0%	60,0%	-6,5
Greece	47,0%	41,0%	44,0%	-12,8	Belgium	88,0%	82,0%	85,0%	-6,8
Romania	38,0%	33,0%	36,0%	-13,2	Former Yugoslav Republic of Macedonia	63,0%	58,0%	60,0%	-7,9
Former Yugoslav Republic of Macedonia	47,0%	40,0%	43,0%	-14,9	Austria	85,0%	78,0%	81,0%	-8,2
Luxembourg	89,0%	72,0%	80,0%	-19,1	Malta	71,0%	62,0%	67,0%	-12,7
Italy	52,0%	41,0%	46,0%	-21,2	Portugal	66,0%	57,0%	61,0%	-13,6
Czech Republic	62,0%	59,0%	-	-	Greece	56,0%	48,0%	52,0%	-14,3
France	-	-	-	-	Italy	67,0%	56,0%	61,0%	-16,4
Croatia	-	-	-	-	Croatia	71,0%	55,0%	62,0%	-22,5
Turkey	-	-	-	-	Turkey	53,0%	33,0%	43,0%	-37,7
Serbia	-	-	-	-	Serbia	-	-	-	-

Ha usado alguna vez: Internet	2006				Ha usado alguna vez: Internet	2010			
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha		Hombres	Mujeres	Total	Brecha
European Union (27 countries)	61,0%	54,0%	58,0%	-11,5	European Union (27 countries)	76,0%	71,0%	74,0%	-6,6
European Union (15 countries)	65,0%	58,0%	61,0%	-10,8	European Union (15 countries)	80,0%	74,0%	77,0%	-7,5
Euro area	62,0%	55,0%	58,0%	-11,3	Euro area	78,0%	71,0%	74,0%	-9,0
Ireland	59,0%	58,0%	58,0%	-1,7	Ireland	71,0%	74,0%	73,0%	4,1
Hungary	49,0%	48,0%	48,0%	-2,0	Estonia	78,0%	78,0%	78,0%	0,0
Iceland	92,0%	90,0%	91,0%	-2,2	Sweden	94,0%	93,0%	93,0%	-1,1
Sweden	91,0%	89,0%	90,0%	-2,2	Denmark	91,0%	90,0%	91,0%	-1,1
Estonia	67,0%	65,0%	66,0%	-3,0	Finland	90,0%	89,0%	89,0%	-1,1
Denmark	91,0%	88,0%	90,0%	-3,3	Lithuania	65,0%	64,0%	65,0%	-1,5
Finland	84,0%	81,0%	82,0%	-3,6	Iceland	96,0%	94,0%	95,0%	-2,1
Lithuania	47,0%	45,0%	46,0%	-4,3	Norway	96,0%	94,0%	95,0%	-2,1
Latvia	57,0%	54,0%	55,0%	-5,3	Latvia	72,0%	70,0%	71,0%	-2,8
Norway	86,0%	81,0%	83,0%	-5,8	Hungary	69,0%	67,0%	68,0%	-2,9
Bulgaria	30,0%	28,0%	29,0%	-6,7	United Kingdom	89,0%	86,0%	87,0%	-3,4
Netherlands	87,0%	81,0%	84,0%	-6,9	Bulgaria	50,0%	48,0%	49,0%	-4,0
Poland	50,0%	46,0%	48,0%	-8,0	Netherlands	94,0%	90,0%	92,0%	-4,3
Slovakia	62,0%	57,0%	59,0%	-8,1	France	84,0%	80,0%	82,0%	-4,8
Malta	44,0%	40,0%	42,0%	-9,1	Poland	67,0%	63,0%	65,0%	-6,0
Germany (including former GDR from 19	77,0%	70,0%	74,0%	-9,1	Luxembourg	95,0%	89,0%	92,0%	-6,3
Belgium	70,0%	63,0%	66,0%	-10,0	Slovenia	74,0%	69,0%	72,0%	-6,8
United Kingdom	75,0%	67,0%	71,0%	-10,7	Cyprus	57,0%	53,0%	55,0%	-7,0
Spain	56,0%	50,0%	53,0%	-10,7	Spain	71,0%	66,0%	68,0%	-7,0
France	58,0%	51,0%	54,0%	-12,1	Czech Republic	75,0%	69,0%	72,0%	-8,0
Cyprus	41,0%	36,0%	38,0%	-12,2	Germany (including former GDR from 19	87,0%	80,0%	83,0%	-8,0
Austria	71,0%	62,0%	66,0%	-12,7	Belgium	86,0%	79,0%	82,0%	-8,1
Portugal	43,0%	37,0%	40,0%	-14,0	Slovakia	86,0%	79,0%	83,0%	-8,1
Romania	28,0%	24,0%	26,0%	-14,3	Romania	45,0%	41,0%	43,0%	-8,9
Slovenia	61,0%	52,0%	57,0%	-14,8	Former Yugoslav Republic of Macedonia	59,0%	52,0%	56,0%	-11,9
Greece	39,0%	31,0%	35,0%	-20,5	Austria	82,0%	72,0%	77,0%	-12,2
Italy	46,0%	36,0%	41,0%	-21,7	Malta	69,0%	60,0%	64,0%	-13,0
Luxembourg	82,0%	64,0%	73,0%	-22,0	Portugal	59,0%	50,0%	54,0%	-15,3
Former Yugoslav Republic of Macedonia	36,0%	26,0%	31,0%	-27,8	Italy	64,0%	53,0%	59,0%	-17,2
Czech Republic	53,0%	49,0%	-	-	Greece	52,0%	43,0%	48,0%	-17,3
Croatia	-	-	-	-	Croatia	67,0%	50,0%	58,0%	-25,4
Turkey	-	-	-	-	Turkey	52,0%	32,0%	42,0%	-38,5
Serbia	-	-	-	-	Serbia	-	-	-	-

De esa posición intermedia inicial, España pasa, conforme avanzamos hacia la segunda y tercera BDG, a posiciones más alejadas de los puestos de cabeza y por tanto se va distanciando de los escenarios más deseables en términos de e-inclusión. Ello a pesar de que la evolución temporal (2006-2010) marca una notable mejoría en términos absolutos, tanto en cuanto a la intensidad de uso, como a la reducción de la desigualdad de género. No obstante, estas tendencias, que son generales en Europa, son experimentadas con mayor energía por otros países de nuestro entorno, lo que implica que tal mejoría apenas sea apreciable en términos relativos, cuando no se torna en una pérdida directa de posiciones.

En el uso del ordenador dentro de los últimos tres meses, España ocupaba en términos de BDG la posición número 23 en 2006, y cinco años después, en 2010, su situación relativa ha empeorado hasta la número 25. Parecido sucede respecto a la conexión a Internet en los últimos tres meses, en que la evolución experimentada entre 2006 y 2010 es pasar de la posición 22 a la 23.

Último momento de conexión en los últimos 3 meses: Ordenador	2006				Último momento de conexión en los últimos 3 meses: Ordenador	2010			
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha		Hombres	Mujeres	Total	Brecha
European Union (27 countries)	62%	56%	59%	-9,7	74,0%	69,0%	71,0%	-6,8	
European Union (15 countries)	67%	59%	63%	-11,9	78,0%	72,0%	75,0%	-7,7	
Euro area	64%	56%	60%	-12,5	75,0%	69,0%	72,0%	-8,0	
Ireland	58%	59%	58%	1,7	68,0%	72,0%	70,0%	5,6	
Bulgaria	30%	30%	30%	0,0	74,0%	75,0%	75,0%	1,3	
Iceland	90%	89%	90%	-1,1	92,0%	91,0%	92,0%	-1,1	
Estonia	63%	62%	62%	-1,6	Denmark	89,0%	88,0%	89,0%	-1,1
Sweden	89%	86%	87%	-3,4	Finland	88,0%	87,0%	88,0%	-1,1
Denmark	87%	84%	86%	-3,4	France	79,0%	78,0%	79,0%	-1,3
Hungary	55%	53%	54%	-3,6	Lithuania	63,0%	62,0%	62,0%	-1,6
Latvia	54%	52%	53%	-3,7	Bulgaria	46,0%	45,0%	45,0%	-2,2
Finland	81%	78%	80%	-3,7	United Kingdom	87,0%	85,0%	86,0%	-2,3
Lithuania	48%	46%	47%	-4,2	Iceland	96,0%	93,0%	95,0%	-3,1
Norway	87%	83%	85%	-4,6	Norway	95,0%	92,0%	93,0%	-3,2
Slovakia	63%	59%	61%	-6,3	Netherlands	93,0%	89,0%	91,0%	-4,3
Netherlands	87%	81%	84%	-6,9	Latvia	69,0%	66,0%	67,0%	-4,3
Poland	50%	46%	48%	-8,0	Cyprus	58,0%	55,0%	57,0%	-5,2
Cyprus	46%	42%	44%	-8,7	Slovenia	72,0%	68,0%	70,0%	-5,6
Germany (including former GDR from 1990)	80%	73%	76%	-8,8	Hungary	66,0%	62,0%	64,0%	-6,1
Belgium	70%	63%	67%	-10,0	Slovakia	81,0%	76,0%	78,0%	-6,2
United Kingdom	77%	69%	73%	-10,4	Poland	64,0%	60,0%	62,0%	-6,3
Malta	46%	41%	43%	-10,9	Former Yugoslav Republic of Macedonia,	58,0%	54,0%	56,0%	-6,9
France	59%	52%	55%	-11,9	Germany (including former GDR from 1990)	86,0%	80,0%	83,0%	-7,0
Romania	32%	28%	30%	-12,5	Romania	43,0%	40,0%	41,0%	-7,0
Austria	73%	63%	68%	-13,7	Czech Republic	71,0%	66,0%	69,0%	-7,0
Spain	58%	50%	54%	-13,8	Luxembourg	94,0%	86,0%	90,0%	-8,5
Slovenia	61%	52%	57%	-14,8	Belgium	82,0%	75,0%	79,0%	-8,5
Portugal	46%	39%	42%	-15,2	Spain	70,0%	64,0%	67,0%	-8,6
Luxembourg	85%	67%	76%	-21,2	Austria	81,0%	73,0%	77,0%	-9,9
Greece	42%	33%	38%	-21,4	Malta	68,0%	60,0%	64,0%	-11,8
Italy	48%	37%	43%	-22,9	Greece	52,0%	44,0%	48,0%	-15,4
Former Yugoslav Republic of Macedonia,	40%	28%	34%	-30,0	Portugal	61,0%	50,0%	55,0%	-18,0
Czech Republic	53%	50%	-	-	Italy	59,0%	48,0%	53,0%	-18,6
Croatia	-	-	-	-	Croatia	66,0%	48,0%	56,0%	-27,3
Turkey	-	-	-	-	Turkey	49,0%	29,0%	39,0%	-40,8
Serbia	-	-	-	-	Serbia	-	-	-	-

Último momento de conexión en los últimos 3 meses: Internet	2006				Brecha	Último momento de conexión en los últimos 3 meses: Internet	2010				Brecha
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha			Hombres	Mujeres	Total	Brecha	
European Union (27 countries)	56%	48%	52%	-14,3		European Union (27 countries)	72%	66%	69%	-8,3	
European Union (15 countries)	60%	52%	56%	-13,3		European Union (15 countries)	76%	70%	73%	-7,9	
Euro area	57%	49%	53%	-14,0		Euro area	73%	67%	70%	-8,2	
Estonia	62%	61%	61%	-1,6		Ireland	66%	69%	67%	4,3	
Iceland	89%	87%	88%	-2,2		Estonia	74%	75%	74%	1,3	
Finland	79%	76%	77%	-3,8		Sweden	91%	90%	91%	-1,1	
Ireland	52%	50%	51%	-3,8		Denmark	88%	87%	88%	-1,1	
Bulgaria	25%	24%	24%	-4,0		France	79%	78%	79%	-1,3	
Hungary	46%	44%	45%	-4,3		Lithuania	61%	60%	60%	-1,6	
Sweden	88%	84%	86%	-4,5		Bulgaria	44%	43%	43%	-2,3	
Lithuania	43%	41%	42%	-4,7		Finland	87%	85%	86%	-2,3	
Denmark	85%	81%	83%	-4,7		United Kingdom	84%	82%	83%	-2,4	
Latvia	52%	49%	50%	-5,8		Iceland	95%	92%	93%	-3,2	
Norway	84%	78%	81%	-7,1		Latvia	68%	65%	66%	-4,4	
Netherlands	85%	77%	81%	-9,4		Norway	95%	90%	93%	-5,3	
Poland	42%	38%	40%	-9,5		Netherlands	93%	88%	90%	-5,4	
Germany (including former GDR from 1990)	73%	65%	69%	-11,0		Cyprus	54%	51%	52%	-5,6	
Cyprus	36%	32%	34%	-11,1		Slovenia	70%	66%	68%	-5,7	
Slovakia	53%	47%	50%	-11,3		Hungary	64%	60%	62%	-6,3	
France	50%	44%	47%	-12,0		Poland	61%	57%	59%	-6,6	
Belgium	66%	58%	62%	-12,1		Luxembourg	93%	86%	90%	-7,5	
United Kingdom	70%	61%	66%	-12,9		Slovakia	79%	73%	76%	-7,6	
Slovenia	55%	47%	51%	-14,5		Romania	38%	35%	36%	-7,9	
Malta	41%	35%	38%	-14,6		Germany (including former GDR from 1990)	83%	76%	80%	-8,4	
Spain	52%	44%	48%	-15,4		Czech Republic	69%	63%	66%	-8,7	
Austria	67%	56%	61%	-16,4		Spain	67%	61%	64%	-9,0	
Romania	23%	19%	21%	-17,4		Belgium	82%	74%	78%	-9,8	
Portugal	39%	32%	36%	-17,9		Former Yugoslav Republic of Macedonia,	55%	49%	52%	-10,9	
Luxembourg	81%	61%	71%	-24,7		Austria	79%	70%	74%	-11,4	
Italy	42%	31%	36%	-26,2		Malta	66%	58%	62%	-12,1	
Greece	34%	24%	29%	-29,4		Portugal	56%	46%	51%	-17,9	
Former Yugoslav Republic of Macedonia,	30%	20%	25%	-33,3		Greece	49%	40%	44%	-18,4	
Czech Republic	46%	42%	-	-		Italy	57%	46%	51%	-19,3	
Croatia	-	-	-	-		Croatia	64%	46%	54%	-28,1	
Turkey	-	-	-	-		Turkey	47%	28%	38%	-40,4	
Serbia	-	-	-	-		Serbia	-	-	-	-	

La situación es más favorable entre la población más incorporada a estas tecnologías, esto es, quienes usan el ordenador o Internet a diario, puesto que se ha experimentado una mejora relativa de posiciones entre 2006 y 2010, pasando de la posición 23 a la 20 en el primer caso y de la 25 a la 19, en el segundo.

Frecuencia de uso de ordenador: diariamente	2006				Frecuencia de uso de ordenador: diariamente	2010			
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha		Hombres	Mujeres	Total	Brecha
European Union (27 countries)	47%	37%	42%	-21,3	European Union (27 countries)	60%	53%	57%	-11,7
European Union (15 countries)	-	-	-	-	European Union (15 countries)	-	-	-	-
Euro area (EA11-2000, EA12-2006, EA13-2006)	50%	37%	43%	-26,0	Euro area (EA11-2000, EA12-2006, EA13-2006)	62%	54%	58%	-12,9
Cyprus	31%	32%	32%	3,1	Bulgaria	34%	36%	35%	5,6
Bulgaria	20%	20%	20%	0,0	Latvia	50%	51%	50%	2,0
Estonia	43%	43%	43%	0,0	Estonia	58%	59%	59%	1,7
Lithuania	30%	30%	30%	0,0	Lithuania	47%	47%	47%	0,0
Latvia	36%	35%	36%	-2,8	Slovenia	57%	57%	57%	0,0
Iceland	76%	73%	74%	-3,9	Ireland	52%	51%	52%	-1,9
Hungary	41%	39%	40%	-4,9	Cyprus	47%	46%	47%	-2,1
Romania	17%	16%	17%	-5,9	Denmark	79%	77%	78%	-2,5
Finland	63%	59%	61%	-6,3	Sweden	80%	77%	78%	-3,8
Denmark	73%	68%	71%	-6,8	Finland	76%	72%	74%	-5,3
Ireland	39%	35%	37%	-10,3	United Kingdom	72%	68%	70%	-5,6
Slovakia	45%	40%	43%	-11,1	Iceland	89%	84%	86%	-5,6
Malta	34%	30%	32%	-11,8	France	64%	60%	62%	-6,3
Poland	33%	29%	31%	-12,1	Former Yugoslav Republic of Macedonia,	44%	41%	43%	-6,8
Norway	70%	61%	66%	-12,9	Netherlands	81%	75%	78%	-7,4
Sweden	69%	60%	65%	-13,0	Slovakia	65%	60%	63%	-7,7
Belgium	54%	46%	50%	-14,8	Romania	25%	23%	24%	-8,0
Netherlands	72%	61%	66%	-15,3	Poland	47%	43%	45%	-8,5
Slovenia	47%	39%	43%	-17,0	Norway	87%	79%	83%	-9,2
United Kingdom	55%	45%	50%	-18,2	Spain	51%	45%	48%	-11,8
Germany (including former GDR from 1990)	59%	48%	53%	-18,6	Hungary	56%	49%	52%	-12,5
Portugal	34%	27%	31%	-20,6	Belgium	68%	59%	64%	-13,2
Spain	38%	29%	34%	-23,7	Czech Republic	48%	41%	44%	-14,6
Austria	58%	44%	51%	-24,1	Germany (including former GDR from 1990)	72%	61%	67%	-15,3
Greece	27%	20%	24%	-25,9	Malta	55%	46%	51%	-16,4
Italy	43%	31%	37%	-27,9	Luxembourg	84%	70%	77%	-16,7
Former Yugoslav Republic of Macedonia,	25%	18%	21%	-28,0	Austria	64%	53%	59%	-17,2
Luxembourg	67%	43%	55%	-35,8	Greece	39%	31%	35%	-20,5
France	49%	28%	39%	-42,9	Portugal	47%	37%	42%	-21,3
Czech Republic	31%	28%	-	-	Italy	55%	43%	49%	-21,8
Croatia	-	-	-	-	Croatia	51%	37%	43%	-27,5
Turkey	-	-	-	-	Turkey	31%	17%	24%	-45,2
Serbia	-	-	-	-	Serbia	-	-	-	-

Frecuencia de acceso a Internet: diariamente	2006				Frecuencia de acceso a Internet: diariamente	2010			
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha		Hombres	Mujeres	Total	Brecha
European Union (27 countries)	36%	27%	31%	-25,0	European Union (27 countries)	57%	49%	53%	-14,0
European Union (15 countries)	-	-	-	-	European Union (15 countries)	-	-	-	-
Euro area (EA11-2000, EA12-2006, EA13-2006)	38%	28%	33%	-26,3	Euro area (EA11-2000, EA12-2006, EA13-2006)	59%	50%	54%	-15,3
Estonia	41%	40%	40%	-2,4	Bulgaria	32%	33%	33%	3,0
Lithuania	24%	23%	23%	-4,2	Latvia	49%	50%	49%	2,0
Latvia	32%	30%	31%	-6,3	Estonia	57%	57%	57%	0,0
Iceland	73%	68%	71%	-6,8	Lithuania	45%	45%	45%	0,0
Finland	59%	54%	56%	-8,5	Former Yugoslav Republic of Macedonia,	39%	38%	39%	-2,6
Hungary	30%	27%	29%	-10,0	Denmark	78%	75%	76%	-3,8
Romania	9%	8%	9%	-11,1	Sweden	78%	75%	76%	-3,8
Denmark	69%	61%	65%	-11,6	Ireland	48%	46%	47%	-4,2
Bulgaria	15%	13%	14%	-13,3	Slovenia	56%	53%	54%	-5,4
Poland	24%	20%	22%	-16,7	Finland	75%	70%	72%	-6,7
Slovenia	40%	33%	36%	-17,5	Cyprus	42%	39%	40%	-7,1
Malta	28%	23%	26%	-17,9	United Kingdom	68%	63%	66%	-7,4
Sweden	67%	55%	61%	-17,9	Iceland	88%	81%	85%	-8,0
Belgium	49%	40%	45%	-18,4	Poland	44%	40%	42%	-9,1
Cyprus	21%	17%	19%	-19,0	Romania	22%	20%	21%	-9,1
Netherlands	68%	54%	61%	-20,6	Norway	85%	77%	81%	-9,4
France	29%	23%	26%	-20,7	Hungary	52%	47%	49%	-9,6
Ireland	28%	22%	25%	-21,4	France	66%	59%	62%	-10,6
Norway	66%	51%	59%	-22,7	Spain	47%	42%	44%	-10,6
Slovakia	30%	23%	26%	-23,3	Netherlands	81%	72%	76%	-11,1
United Kingdom	45%	33%	39%	-26,7	Slovakia	61%	54%	58%	-11,5
Portugal	26%	19%	22%	-26,9	Czech Republic	41%	34%	38%	-17,1
Germany (including former GDR from 1990)	46%	33%	40%	-28,3	Austria	59%	48%	53%	-18,6
Italy	34%	24%	29%	-29,4	Luxembourg	82%	66%	74%	-19,5
Spain	29%	20%	25%	-31,0	Belgium	66%	53%	59%	-19,7
Austria	47%	32%	39%	-31,9	Malta	55%	44%	49%	-20,0
Greece	15%	10%	13%	-33,3	Germany (including former GDR from 1990)	67%	53%	60%	-20,9
Luxembourg	59%	35%	47%	-40,7	Portugal	43%	34%	38%	-20,9
Former Yugoslav Republic of Macedonia,	15%	7%	11%	-53,3	Greece	35%	27%	31%	-22,9
Czech Republic	21%	15%	-	-	Italy	52%	40%	46%	-23,1
Croatia	-	-	-	-	Croatia	48%	33%	40%	-31,3
Turkey	-	-	-	-	Turkey	29%	16%	22%	-44,8
Serbia	-	-	-	-	Serbia	-	-	-	-

La última categoría que empleamos para analizar la segunda BDG, la del e-comercio, muestra sin embargo en toda su crudeza el largo camino que aún le queda por recorrer a nuestro país en cuanto a e-inclusión y e-igualdad. Según la información manejada, la BDG entre las personas que han comprado por Internet en los últimos tres meses era de 33 puntos en 2006, y aunque se reduce hasta los 21 puntos en 2010, ello supone una considerable pérdida de posiciones en relación con otros países europeos en los que esta práctica parece estar desarrollando más y con menores diferencias de género. España, que en términos de BDG ocupaba la posición 17 en 2006, pasa a la 23 en 2010.

Compras a través de Internet en los últimos 3 meses	2006				Compras a través de Internet en los últimos 3 meses	2010			
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha		Hombres	Mujeres	Total	Brecha
European Union (27 countries)	22%	17%	20%	-22,7	European Union (27 countries)	33%	29%	31%	-12,1
European Union (15 countries)	26%	20%	23%	-23,1	European Union (15 countries)	39%	34%	36%	-12,8
Euro area (EA11-2000, EA12-2006, EA13-2006)	23%	18%	20%	-21,7	Euro area (EA11-2000, EA12-2006, EA13-2006)	33%	28%	31%	-15,2
Estonia	4%	4%	4%	0,0	Former Yugoslav Republic of Macedonia,	2%	3%	2%	33,3
Romania	1%	1%	1%	0,0	Lithuania	6%	7%	7%	14,3
Slovakia	7%	7%	7%	0,0	Finland	41%	42%	41%	2,4
Finland	29%	29%	29%	0,0	Bulgaria	3%	3%	3%	0,0
Iceland	34%	29%	31%	-14,7	Estonia	13%	13%	13%	0,0
France	20%	17%	19%	-15,0	Ireland	28%	28%	28%	0,0
Norway	51%	43%	47%	-15,7	Romania	2%	2%	2%	0,0
Sweden	43%	36%	39%	-16,3	Slovenia	17%	17%	17%	0,0
Germany (including former GDR from 1990)	42%	34%	38%	-19,0	United Kingdom	61%	60%	60%	-1,6
Ireland	24%	19%	21%	-20,8	Sweden	51%	49%	50%	-3,9
Netherlands	41%	31%	36%	-24,4	Germany (including former GDR from 1990)	50%	46%	48%	-8,0
Belgium	16%	12%	14%	-25,0	Slovakia	20%	18%	19%	-10,0
United Kingdom	44%	33%	38%	-25,0	Denmark	57%	51%	54%	-10,5
Malta	11%	8%	9%	-27,3	Latvia	9%	8%	8%	-11,1
Denmark	36%	26%	31%	-27,8	Norway	57%	50%	53%	-12,3
Poland	10%	7%	9%	-30,0	Czech Republic	16%	14%	15%	-12,5
Spain	12%	8%	10%	-33,3	Netherlands	56%	49%	52%	-12,5
Latvia	6%	4%	5%	-33,3	France	45%	39%	42%	-13,3
Lithuania	3%	2%	2%	-33,3	Poland	22%	19%	20%	-13,6
Hungary	6%	4%	5%	-33,3	Luxembourg	51%	42%	47%	-17,6
Austria	28%	18%	23%	-35,7	Iceland	32%	26%	29%	-18,8
Luxembourg	43%	27%	35%	-37,2	Austria	35%	28%	32%	-20,0
Slovenia	10%	6%	8%	-40,0	Spain	19%	15%	17%	-21,1
Bulgaria	2%	1%	2%	-50,0	Malta	36%	28%	32%	-22,2
Italy	7%	3%	5%	-57,1	Cyprus	16%	12%	14%	-25,0
Cyprus	7%	3%	5%	-57,1	Hungary	12%	9%	10%	-25,0
Portugal	7%	3%	5%	-57,1	Belgium	31%	23%	27%	-25,8
Greece	5%	2%	3%	-60,0	Portugal	11%	8%	10%	-27,3
Czech Republic	8%	5%	-	-	Turkey	5%	3%	4%	-40,0
Croatia	-	-	-	-	Italy	12%	7%	9%	-41,7
Former Yugoslav Republic of Macedonia,	-	-	1%	-	Croatia	12%	7%	9%	-41,7
Turkey	-	-	-	-	Greece	12%	6%	9%	-50,0
Serbia	-	-	-	-	Serbia	-	-	-	-

Hemos de matizar que esta información se ve sesgada por el reducido volumen de población que en algunos países hace uso del e-comercio. Países como Macedonia, Bulgaria y Rumanía se encuentran entre los de menor BDG, pero con porcentajes de uso paupérrimos. En consecuencia, el análisis realizado para España ha de entenderse, más que como una clasificación exhaustiva en forma de ranking, como la descripción de la distancia que nos separa de los países con pautas de incorporación digital más avanzadas.

Curiosamente, la situación mejora claramente en la tercera BDG, donde la información, precisamente por el carácter novedoso de esas tecnologías,

queda prácticamente circunscrita al año 2010. En el campo de los dispositivos de conexión y los usos de Internet más avanzados, la desigualdad de género es fortísima en todos los países. En ese contexto general, España ocupa posiciones claramente por encima de las medias europeas: la número 7 en acceso mediante móvil 3G y la número 12 mediante portátil con WIFI.

Uso dispositivo móvil 3G para acceso a Internet	2006				Brecha		Uso dispositivo móvil 3G para acceso a Internet	2010				Brecha
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha				Hombres	Mujeres	Total	Brecha	
European Union (27 countries)	2%	1%	1%	-50,0		European Union (27 countries)	10,0%	5,0%	7,0%	-50,0		
European Union (15 countries)	2%	1%	2%	-50,0		European Union (15 countries)	12,0%	6,0%	9,0%	-50,0		
Euro area (EA11-2000, EA12-2006, EA13-2006)	2%	1%	1%	-50,0		Euro area (EA11-2000, EA12-2006, EA13-2006)	11,0%	5,0%	8,0%	-54,5		
Denmark	1%	0%	1%	-100,0		Iceland	26,0%	19,0%	23,0%	-26,9		
Greece	1%	0%	0%	-100,0		Slovenia	11,0%	8,0%	9,0%	-27,3		
Luxembourg	3%	0%	1%	-100,0		Netherlands	7,0%	5,0%	6,0%	-28,6		
Netherlands	1%	0%	1%	-100,0		Greece	3,0%	2,0%	2,0%	-33,3		
Poland	1%	0%	0%	-100,0		Hungary	3,0%	2,0%	2,0%	-33,3		
Slovakia	1%	0%	0%	-100,0		Luxembourg	25,0%	16,0%	20,0%	-36,0		
Iceland	1%	0%	1%	-100,0		Spain	17,0%	10,0%	13,0%	-41,2		
Slovenia	4%	1%	3%	-75,0		Sweden	26,0%	14,0%	20,0%	-46,2		
Italy	3%	1%	2%	-66,7		United Kingdom	13,0%	7,0%	10,0%	-46,2		
Finland	3%	1%	2%	-66,7		France	15,0%	8,0%	12,0%	-46,7		
Sweden	7%	3%	5%	-57,1		Bulgaria	2,0%	1,0%	1,0%	-50,0		
Austria	2%	1%	1%	-50,0		Czech Republic	4,0%	2,0%	3,0%	-50,0		
Portugal	2%	1%	1%	-50,0		Denmark	20,0%	10,0%	15,0%	-50,0		
Belgium	1%	1%	1%	0,0		Estonia	4,0%	2,0%	3,0%	-50,0		
Germany (including former GDR from 1990)	2%	-	1%	0,0		Malta	4,0%	2,0%	3,0%	-50,0		
Ireland	1%	1%	1%	0,0		Austria	16,0%	8,0%	12,0%	-50,0		
Hungary	1%	1%	1%	0,0		Portugal	6,0%	3,0%	4,0%	-50,0		
Bulgaria	-	-	-	-		Slovakia	12,0%	6,0%	9,0%	-50,0		
Czech Republic	2%	1%	-	-		Turkey	2,0%	1,0%	1,0%	-50,0		
Estonia	-	-	1%	-		Italy	7,0%	3,0%	5,0%	-57,1		
Spain	-	-	-	-		Ireland	5,0%	2,0%	3,0%	-60,0		
France	-	-	-	-		Cyprus	5,0%	2,0%	3,0%	-60,0		
Cyprus	-	-	-	-		Poland	5,0%	2,0%	3,0%	-60,0		
Latvia	-	-	-	-		Norway	27,0%	10,0%	19,0%	-63,0		
Lithuania	-	-	-	-		Belgium	6,0%	2,0%	4,0%	-66,7		
Malta	-	-	-	-		Latvia	3,0%	1,0%	2,0%	-66,7		
Romania	-	-	-	-		Lithuania	3,0%	1,0%	2,0%	-66,7		
United Kingdom	3%	-	2%	-		Germany (including former GDR from 1990)	9,0%	3,0%	6,0%	-66,7		
Norway	-	-	-	-		Croatia	10,0%	3,0%	7,0%	-70,0		
Croatia	-	-	-	-		Romania	1,0%	,0%	1,0%	-100,0		
Former Yugoslav Republic of Macedonia,	-	-	-	-		Finland	-	-	-	-		
Turkey	-	-	-	-		Former Yugoslav Republic of Macedonia,	3,0%	-	2,0%	-		
Serbia	-	-	-	-		Serbia	-	-	-	-		



Uso de portátil vía WIFI o red de celular para acceder Internet	2010			Brecha
	Hombres	Mujeres	Total	
European Union (27 countries)	21,0%	16,0%	19,0%	-23,8
European Union (15 countries)	24,0%	18,0%	21,0%	-25,0
Euro area (EA11-2000, EA12-2006, EA13-2007)	23,0%	18,0%	20,0%	-21,7
Bulgaria	4,0%	4,0%	4,0%	0,0
Malta	11,0%	11,0%	11,0%	0,0
Ireland	33,0%	31,0%	32,0%	-6,1
Estonia	30,0%	27,0%	28,0%	-10,0
Iceland	30,0%	27,0%	29,0%	-10,0
Belgium	16,0%	14,0%	15,0%	-12,5
Germany (including former GDR from 1990)	29,0%	25,0%	27,0%	-13,8
Denmark	43,0%	37,0%	40,0%	-14,0
Slovenia	14,0%	12,0%	13,0%	-14,3
Lithuania	6,0%	5,0%	5,0%	-16,7
Norway	42,0%	35,0%	39,0%	-16,7
Spain	17,0%	14,0%	16,0%	-17,6
Austria	32,0%	26,0%	29,0%	-18,8
Poland	13,0%	10,0%	12,0%	-23,1
France	21,0%	16,0%	18,0%	-23,8
Hungary	12,0%	9,0%	11,0%	-25,0
Portugal	16,0%	12,0%	14,0%	-25,0
Romania	4,0%	3,0%	4,0%	-25,0
Sweden	35,0%	26,0%	30,0%	-25,7
Slovakia	23,0%	17,0%	20,0%	-26,1
Luxembourg	50,0%	36,0%	43,0%	-28,0
United Kingdom	25,0%	18,0%	22,0%	-28,0
Cyprus	7,0%	5,0%	6,0%	-28,6
Latvia	14,0%	10,0%	12,0%	-28,6
Italy	24,0%	17,0%	20,0%	-29,2
Netherlands	22,0%	15,0%	19,0%	-31,8
Croatia	17,0%	9,0%	13,0%	-47,1
Czech Republic	9,0%	4,0%	6,0%	-55,6
Turkey	3,0%	1,0%	2,0%	-66,7
Greece	4,0%	1,0%	3,0%	-75,0
Finland	-	-	-	-
Former Yugoslav Republic of Macedonia,	5,0%	-	6,0%	-
Serbia	-	-	-	-

España vuelve a situarse en el entorno de las medias europeas en el uso de servicios avanzados de Internet. Sobre todo en lo que respecta al volumen de población que los utiliza. Los niveles de BDG son inferiores a las medias europeas en el uso de Internet para realizar llamadas telefónicas, chats y mensajería instantánea y, especialmente, colgar contenidos propios en páginas web (cuarta posición en Europa, sin que se registren diferencias entre mujeres y hombres). En el caso del uso de Internet para ver televisión y escuchar radio,

los resultados son menos positivos, volviendo a mostrar una clara desventaja de las mujeres españolas respecto de los hombres.

Servicios avanzados usados: telefonar a través de Internet	2010				Servicios avanzados usados: chats y mensajería instantánea	2010			
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha		Hombres	Mujeres	Total	Brecha
European Union (27 countries)	20,0%	17,0%	19,0%	-15,0	European Union (27 countries)	33,0%	30,0%	32,0%	-9,1
European Union (15 countries)	19,0%	15,0%	17,0%	-21,1	European Union (15 countries)	33,0%	30,0%	32,0%	-9,1
Euro area	19,0%	15,0%	17,0%	-21,1	Euro area	32,0%	29,0%	30,0%	-9,4
Lithuania	39,0%	38,0%	39,0%	-2,6	Malta	28,0%	33,0%	31,0%	15,2
Bulgaria	28,0%	27,0%	27,0%	-3,6	Ireland	23,0%	26,0%	25,0%	11,5
Cyprus	23,0%	22,0%	23,0%	-4,3	Denmark	43,0%	47,0%	45,0%	8,5
Latvia	36,0%	34,0%	35,0%	-5,6	Iceland	42,0%	45,0%	43,0%	6,7
Estonia	35,0%	32,0%	34,0%	-8,6	Sweden	45,0%	48,0%	46,0%	6,2
France	23,0%	21,0%	22,0%	-8,7	Lithuania	41,0%	41,0%	41,0%	0,0
Iceland	34,0%	31,0%	33,0%	-8,8	Slovenia	36,0%	36,0%	36,0%	0,0
Poland	21,0%	19,0%	20,0%	-9,5	Poland	42,0%	41,0%	41,0%	-2,4
Slovakia	43,0%	38,0%	41,0%	-11,6	Norway	45,0%	43,0%	44,0%	-4,4
Denmark	34,0%	30,0%	32,0%	-11,8	Germany (including former GDR from 1990)	34,0%	32,0%	33,0%	-5,9
Romania	16,0%	14,0%	15,0%	-12,5	France	33,0%	31,0%	32,0%	-6,1
Spain	14,0%	12,0%	13,0%	-14,3	Spain	32,0%	30,0%	31,0%	-6,3
Czech Republic	30,0%	25,0%	27,0%	-16,7	United Kingdom	38,0%	35,0%	36,0%	-7,9
Ireland	18,0%	15,0%	17,0%	-16,7	Bulgaria	25,0%	23,0%	24,0%	-8,0
Hungary	26,0%	21,0%	23,0%	-19,2	Estonia	37,0%	34,0%	35,0%	-8,1
Portugal	15,0%	12,0%	13,0%	-20,0	Belgium	32,0%	29,0%	30,0%	-9,4
Netherlands	19,0%	15,0%	17,0%	-21,1	Slovakia	41,0%	37,0%	39,0%	-9,8
United Kingdom	22,0%	17,0%	20,0%	-22,7	Hungary	38,0%	34,0%	36,0%	-10,5
Slovenia	16,0%	12,0%	14,0%	-25,0	Portugal	38,0%	33,0%	35,0%	-13,2
Sweden	24,0%	18,0%	21,0%	-25,0	Latvia	30,0%	26,0%	28,0%	-13,3
Belgium	23,0%	17,0%	20,0%	-26,1	Austria	29,0%	25,0%	27,0%	-13,8
Malta	19,0%	14,0%	16,0%	-26,3	Cyprus	27,0%	23,0%	25,0%	-14,8
Austria	19,0%	14,0%	16,0%	-26,3	Romania	19,0%	16,0%	17,0%	-15,8
Greece	11,0%	8,0%	10,0%	-27,3	Greece	23,0%	19,0%	21,0%	-17,4
Croatia	17,0%	12,0%	14,0%	-29,4	Netherlands	44,0%	35,0%	40,0%	-20,5
Italy	17,0%	12,0%	14,0%	-29,4	Czech Republic	29,0%	23,0%	26,0%	-20,7
Germany (including former GDR from 1990)	20,0%	14,0%	17,0%	-30,0	Italy	24,0%	19,0%	21,0%	-20,8
Luxembourg	33,0%	22,0%	28,0%	-33,3	Luxembourg	43,0%	34,0%	39,0%	-20,9
Turkey	22,0%	13,0%	18,0%	-40,9	Croatia	27,0%	19,0%	23,0%	-29,6
Norway	24,0%	12,0%	18,0%	-50,0	Turkey	31,0%	17,0%	24,0%	-45,2
Finland	-	-	-	-	Finland	-	-	-	-
Former Yugoslav Republic of Macedonia,	34,0%	-	34,0%	-	Former Yugoslav Republic of Macedonia,	20,0%	-	20,0%	-
Serbia	-	-	-	-	Serbia	-	-	-	-

Servicios avanzados usados: escuchar radios y/o ver TV	2010				Servicios avanzados usados: colgar contenidos propios (texto, fotos,...)	2010			
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha		Hombres	Mujeres	Total	Brecha
European Union (27 countries)	30,0%	23,0%	26,0%	-23,3	European Union (27 countries)	23,0%	21,0%	22,0%	-8,7
European Union (15 countries)	32,0%	24,0%	28,0%	-25,0	European Union (15 countries)	25,0%	23,0%	24,0%	-8,0
Euro area (EA11-2000, EA12-2006, EA13-2007)	29,0%	21,0%	25,0%	-27,6	Euro area (EA11-2000, EA12-2006, EA13-2007)	23,0%	20,0%	22,0%	-13,0
Netherlands	55,0%	51,0%	53,0%	-7,3	Ireland	13,0%	14,0%	14,0%	7,1
Bulgaria	19,0%	17,0%	18,0%	-10,5	Iceland	40,0%	43,0%	41,0%	7,0
Malta	27,0%	24,0%	25,0%	-11,1	United Kingdom	31,0%	33,0%	32,0%	6,1
Iceland	69,0%	61,0%	65,0%	-11,6	Spain	23,0%	23,0%	23,0%	0,0
Sweden	59,0%	52,0%	56,0%	-11,9	France	28,0%	27,0%	27,0%	-3,6
Cyprus	24,0%	20,0%	22,0%	-16,7	Sweden	28,0%	27,0%	28,0%	-3,6
France	29,0%	24,0%	26,0%	-17,2	Denmark	38,0%	36,0%	37,0%	-5,3
Romania	17,0%	14,0%	15,0%	-17,6	Belgium	18,0%	17,0%	18,0%	-5,6
Italy	18,0%	14,0%	16,0%	-22,2	Estonia	33,0%	31,0%	32,0%	-6,1
Denmark	45,0%	35,0%	40,0%	-22,2	Lithuania	29,0%	27,0%	28,0%	-6,9
Slovenia	45,0%	35,0%	40,0%	-22,2	Netherlands	28,0%	26,0%	27,0%	-7,1
Norway	58,0%	45,0%	51,0%	-22,4	Latvia	40,0%	37,0%	38,0%	-7,5
Latvia	34,0%	26,0%	30,0%	-23,5	Bulgaria	13,0%	12,0%	12,0%	-7,7
Poland	25,0%	19,0%	22,0%	-24,0	Malta	12,0%	11,0%	12,0%	-8,3
Lithuania	29,0%	22,0%	26,0%	-24,1	Poland	12,0%	11,0%	11,0%	-8,3
Ireland	20,0%	15,0%	18,0%	-25,0	Luxembourg	37,0%	33,0%	35,0%	-10,8
Greece	20,0%	15,0%	18,0%	-25,0	Hungary	36,0%	32,0%	34,0%	-11,1
Slovakia	28,0%	21,0%	24,0%	-25,0	Portugal	22,0%	19,0%	21,0%	-13,6
Spain	31,0%	23,0%	27,0%	-25,8	Cyprus	21,0%	18,0%	19,0%	-14,3
Estonia	38,0%	28,0%	32,0%	-26,3	Austria	21,0%	18,0%	20,0%	-14,3
Czech Republic	26,0%	19,0%	22,0%	-26,9	Slovenia	31,0%	26,0%	29,0%	-16,1
United Kingdom	44,0%	32,0%	38,0%	-27,3	Germany (including former GDR from 1990)	24,0%	20,0%	22,0%	-16,7
Luxembourg	45,0%	32,0%	38,0%	-28,9	Norway	29,0%	24,0%	27,0%	-17,2
Hungary	27,0%	18,0%	22,0%	-33,3	Romania	17,0%	14,0%	15,0%	-17,6
Portugal	31,0%	20,0%	25,0%	-35,5	Italy	21,0%	16,0%	19,0%	-23,8
Belgium	27,0%	17,0%	22,0%	-37,0	Croatia	13,0%	9,0%	11,0%	-30,8
Croatia	26,0%	16,0%	21,0%	-38,5	Greece	12,0%	8,0%	10,0%	-33,3
Germany (including former GDR from 1990)	31,0%	19,0%	25,0%	-38,7	Slovakia	11,0%	7,0%	9,0%	-36,4
Austria	19,0%	11,0%	15,0%	-42,1	Czech Republic	8,0%	5,0%	6,0%	-37,5
Turkey	20,0%	11,0%	15,0%	-45,0	Turkey	15,0%	8,0%	11,0%	-46,7
Finland	-	-	-	-	Finland	-	-	-	-
Former Yugoslav Republic of Macedonia,	20,0%	-	19,0%	-	Former Yugoslav Republic of Macedonia,	17,0%	-	16,0%	-
Serbia	-	-	-	-	Serbia	-	-	-	-

III.3. La brecha digital de género en las Comunidades Autónomas

Tras la descripción actualizada de la situación de la inclusión digital de las mujeres y los hombres en España que se acaba de presentar, pasamos a descender en el nivel de análisis para observar lo que sucede en las diferentes Comunidades Autónomas. Se trata de una operación pocas veces efectuada con el nivel de desagregación de la información –variables- como el que aquí se ofrece, para la totalidad de las Comunidades españolas. La explotación de datos que hemos realizado ha implicado el manejo de un gran volumen de información operativizada a partir de los microdatos de la encuesta TIC-H del INE. Entendemos que el esfuerzo realizado resulta de interés para observar la realidad de la inclusión digital de género desde una perspectiva más cercana a las y los ciudadanos, que a veces puede quedar enmascarada o minusvalorada en las medias de los resultados nacionales. De ahí que entendamos que la información que a continuación se expone pueda resultar de particular utilidad para la evaluación de las políticas de inclusión digital que se vienen desarrollando a nivel territorial, así como la mejor formulación de nuevas iniciativas.

Debido al gran volumen de datos manejados al que se acaba de aludir, en este apartado del informe se analizan las dimensiones y cruces seleccionados por la relevancia de su información. No obstante, en el Anexo VI.1 se incluye la totalidad de las tablas elaboradas, en las que se recoge muchos otros datos de interés, pero cuya explotación excedería los límites de este trabajo. Entendemos que muchos de ellos pueden resultar de provecho para los *decisions makers* y restantes *stakeholders* a nivel local y regional.

Como estrategia de análisis, hemos ordenado algunas de las tablas de datos más significativas en función de los niveles de brecha de las distintas Comunidades Autónomas, incluyendo además de manera específica, el lugar que ocupa la media nacional, para que sirva de referencia explícita de la situación relativa de cada Autonomía en cada cuestión considerada.

Además, se han elaborado diagramas de dispersión para los resultados más significativos. Este tipo de representación gráfica permite situar sobre un mismo plano el comportamiento simultáneo de dos variables para cada caso a estudiar. Nuestros gráficos presentan las siguientes especificidades:

- Cada punto ilustra la comparación combinada del volumen de la brecha digital de género (variable dependiente), respecto del grado de cumplimiento de cada cuestión considerada (variable independiente; constituida por el porcentaje de personas que cumplen con la condición especificada en la pregunta correspondiente, por ejemplo: porcentaje de personas que han usado alguna vez el ordenador), para cada Comunidad Autónoma. Cuanto más a la derecha se sitúe una Comunidad (eje de abscisas), mayor grado de cumplimiento (intensidad) de la condición de que se trate, y viceversa. Sobre el eje de ordenadas se representa el nivel de BDG. Los lugares situados por encima del eje (valores positivos), indican situaciones de BDG “a favor” de las mujeres, más elevadas cuanto más arriba. Los lugares por debajo del eje (valores negativos), se corresponden con situaciones de BDG “a favor” de los hombres, más agudas cuanto más abajo se localice la Comunidad Autónoma.
- Para contextualizar mejor los resultados mostrados, se ha incluido también el dato nacional y el de la media de la Unión Europea de 27

países. Esto permite obtener de forma rápida y sencilla una primera imagen de la ubicación de una Comunidad en el escenario general de España y de Europa.

- Se ha agregado una línea de tendencia con el fin de estudiar la correlación lineal existente entre cada par de variables representadas en los gráficos. Informa sobre la existencia de una tendencia al aumento o disminución de los valores de una variable (en este caso la BDG), conforme aumentan o disminuyen los valores de otra (el porcentaje de población que cumple con la condición reflejada en los ejes de abscisas). Fruto de esa interacción, se determina la ubicación y, sobre todo, la pendiente de la línea de tendencia, siendo ambos datos particularmente útiles para nuestro análisis.
- Con el fin de mostrar con la mayor claridad y sencillez posible los casos de las Comunidades que se encuentran en los escenarios relativamente más extremos, tanto positivos como negativos, hemos agrupado y resaltado con una elipse los casos que presentan una mayor intensidad de respuesta, con menor nivel de desventaja femenina, por una parte; y los de menor intensidad de respuesta, con mayor desventaja femenina, por otra.
- Finalmente, incluimos en cada gráfico un recuadro que recoge una representación del mismo diagrama, pero en el que mantenemos fijos los valores de ambos ejes. El propósito es dar una imagen concisa de la situación de la correlación de cada par de variables en el conjunto de todos los gráficos realizados. El objetivo es superar la desviación de la información que pudiera derivarse de la variabilidad existente en los ejes generales. Así es posible hacerse una idea inmediata de relación entre

cada variable y la correspondiente BDG para el conjunto de las Comunidades Autónomas.

El punto de partida de nuestro análisis ha de ser, una vez más, el primer contacto que los individuos tienen con las TIC, esto es, el acceso a las distintas tecnologías. Se trata de considerar la situación respecto de la primera BDG.

90

Como puede comprobarse por la tabla que sigue –y ya se dijo en el análisis nacional- el acceso al teléfono móvil es el que presenta los mayores niveles de difusión y menores diferencias de género, en general. Sin embargo, mientras que esas diferencias son a favor de las mujeres sobre todo en Ceuta y Melilla, Castilla y León y País Vasco, lo son en su contra en Valencia, Cantabria y Galicia, entre otras.

Ha usado alguna vez: Móvil	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Ceuta y Melilla	88,2%	93,1%	90,6%	5,3
Castilla y León	89,5%	92,0%	90,8%	2,7
País Vasco	91,7%	94,2%	93,0%	2,7
Madrid	93,0%	94,4%	93,7%	1,4
Cataluña	92,6%	93,6%	93,1%	1,1
Asturias	90,4%	91,4%	90,9%	1,1
Navarra	92,5%	93,3%	92,9%	0,9
La Rioja	90,8%	91,6%	91,2%	0,8
Canarias	91,9%	92,3%	92,1%	0,5
Andalucía	90,7%	91,2%	91,0%	0,5
Aragón	92,8%	93,2%	93,0%	0,4
Nacional	92,3%	92,0%	92,2%	-0,3
Extremadura	92,0%	90,0%	91,0%	-2,1
Baleares	94,1%	92,0%	93,1%	-2,2
Murcia	94,3%	91,9%	93,1%	-2,6
Castilla-La Mancha	92,3%	89,9%	91,1%	-2,6
Galicia	89,6%	87,1%	88,4%	-2,8
Cantabria	92,8%	88,2%	90,5%	-5,0
Valencia	96,0%	91,2%	93,6%	-5,0

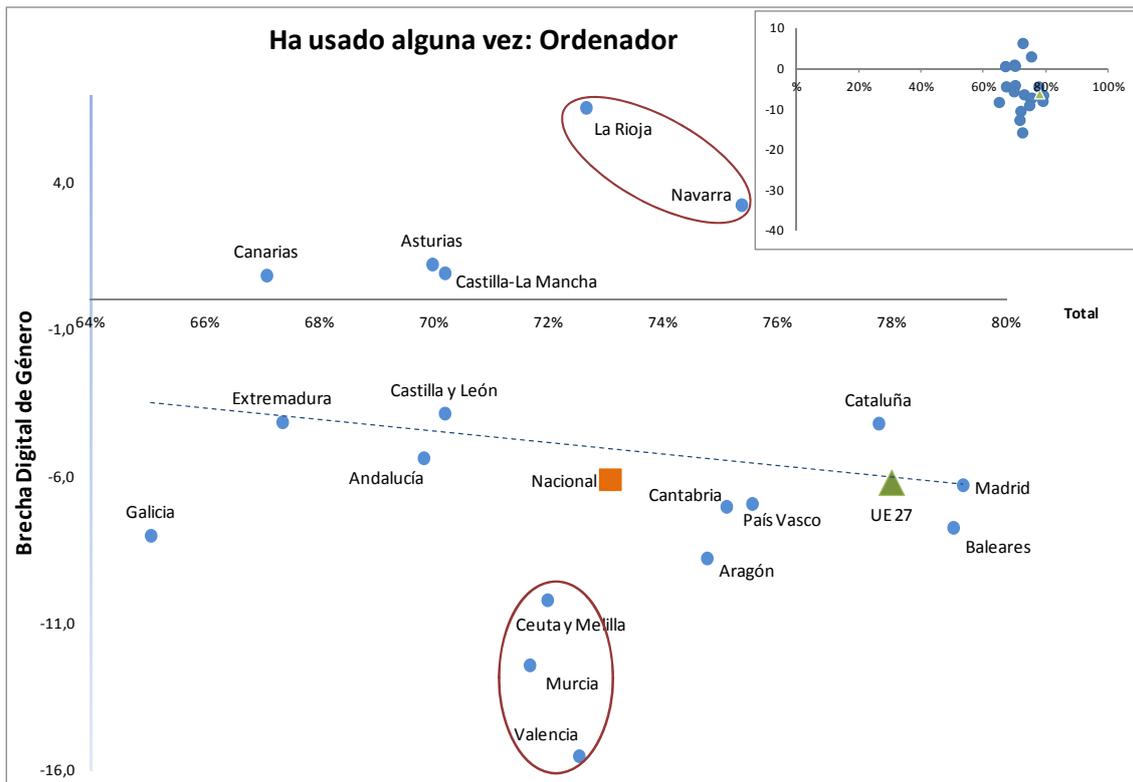
La desigualdad es mayor en el acceso al ordenador y más aún a Internet, con medias nacionales de BDG de 6,1 y 7,5 puntos en contra de las mujeres respectivamente. Esa situación negativa es más fuerte en Valencia, Murcia y Ceuta y Melilla para el ordenador y en también en Valencia y Murcia para Internet.

La situación inversa, con BDG a favor de las mujeres, se da sobre todo en La Rioja, Navarra y Asturias tanto en el caso del acceso al ordenador como a Internet. Estos datos son especialmente significativos en la medida que suponen que en los territorios situados claramente por encima de la media nacional se ha logrado invertir la tónica general de la menor inclusión digital femenina, al menos a nivel de la primera BDG.

Ha usado alguna vez: Ordenador	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
La Rioja	70,2%	75,1%	72,6%	6,5
Navarra	74,1%	76,6%	75,4%	3,2
Asturias	69,5%	70,4%	70,0%	1,2
Castilla-La Mancha	69,9%	70,5%	70,2%	0,9
Canarias	66,8%	67,3%	67,1%	0,8
Castilla y León	71,5%	68,8%	70,2%	-3,9
Extremadura	68,8%	65,9%	67,3%	-4,2
Cataluña	79,4%	76,1%	77,8%	-4,2
Andalucía	71,7%	67,9%	69,8%	-5,4
Nacional	75,4%	70,8%	73,1%	-6,1
Madrid	81,9%	76,7%	79,2%	-6,3
País Vasco	78,3%	72,8%	75,5%	-7,0
Cantabria	77,9%	72,4%	75,1%	-7,1
Baleares	82,2%	75,8%	79,1%	-7,8
Galicia	67,8%	62,4%	65,0%	-8,0
Aragón	78,1%	71,3%	74,8%	-8,8
Ceuta y Melilla	75,7%	68,0%	72,0%	-10,2
Murcia	76,3%	66,8%	71,7%	-12,5
Valencia	78,6%	66,4%	72,5%	-15,6

Ha usado alguna vez: Internet	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
La Rioja	65,9%	67,9%	66,9%	2,9
Navarra	68,8%	70,2%	69,5%	2,1
Asturias	65,0%	66,0%	65,5%	1,5
Canarias	62,5%	62,2%	62,3%	-0,4
Castilla-La Mancha	66,6%	65,5%	66,1%	-1,5
Castilla y León	66,0%	64,2%	65,1%	-2,8
Madrid	77,7%	73,0%	75,3%	-6,1
Andalucía	66,9%	62,5%	64,7%	-6,5
Baleares	79,8%	74,5%	77,2%	-6,7
Cataluña	77,6%	72,3%	75,0%	-6,9
Nacional	71,1%	65,8%	68,5%	-7,5
Ceuta y Melilla	72,1%	66,0%	69,1%	-8,5
Cantabria	70,6%	64,4%	67,5%	-8,7
Extremadura	64,9%	59,0%	62,0%	-9,1
País Vasco	74,6%	67,5%	71,0%	-9,4
Aragón	74,4%	67,2%	70,8%	-9,7
Galicia	61,1%	55,0%	58,0%	-9,9
Murcia	68,5%	59,3%	64,0%	-13,4
Valencia	73,8%	60,2%	67,0%	-18,3

La descripción que se acaba de hacer se aprecia con mayor claridad gracias a la representación gráfica de los datos.



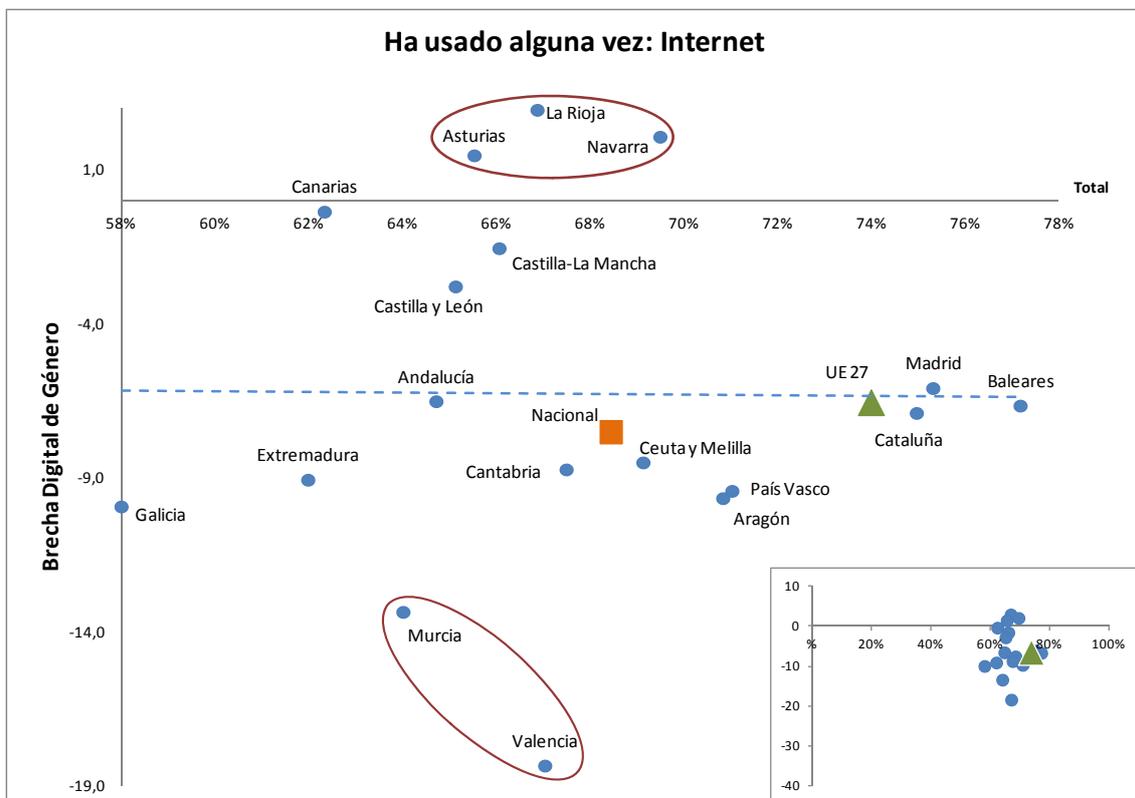
Para el uso alguna vez del ordenador, se constata:

- Una tendencia general de correlación positiva entre mayor porcentaje de población que ha utilizado el ordenador alguna vez (casos más a la derecha del eje horizontal) y mayor BDG (más abajo en el eje vertical). La línea de tendencia dibuja una pendiente negativa. Por tanto, mayor población que accede alguna vez, no implica reducción de la BDG.
- Niveles de uso inferiores a la media de la UE27, excepto en Madrid, Baleares y Cataluña. Destaca el nivel de uso por debajo de la media nacional en Galicia, Canarias y Extremadura.
- BDG positiva sólo en cinco Comunidades (Canarias, Asturias, Castilla-La Mancha, La Rioja y Navarra). Destacan las dos últimas por tener también porcentajes de uso en el entorno y por encima de la media

nacional. La BDG negativa más intensa, como ya se ha dicho, se registra en Valencia, Murcia y Ceuta y Melilla.

Para el uso alguna vez de Internet:

- La línea de tendencia perfectamente horizontal indica que, en principio, no se detecta correlación sobre el grado de BDG.
- También aquí los niveles de uso son inferiores a la media de la UE27, excepto en Baleares, Madrid y Cataluña, que se sitúan por encima.
- La mayoría de Comunidades tienen niveles de BDG en el entorno de las medias española y de la UE27. Se distancian de esa situación Asturias, La Rioja y Navarra, con ligeras BDG positivas, y sobre todo Valencia y Murcia por sus fuertes BDG negativas.



En el sentido de facilitar el acceso a las TIC en igualdad de condiciones a las mujeres y los hombres, también encontramos información útil respecto del lugar desde el que se produce dicho acceso. En estos niveles iniciales de la inclusión digital, juegan un papel importante los factores infraestructurales, tales como disponer de equipos en casa o trabajar en actividades en las que se utilicen las TIC, así como los esfuerzos dotacionales que hacen sobre todo las administraciones públicas allí donde los individuos tienen mayores dificultades para disponer de dispositivos por sus propios recursos.

Un examen rápido de los datos de lugar de acceso a Internet por Comunidades Autónomas, permite hacer las siguientes consideraciones:

- El principal lugar de conexión, en toda España, es la vivienda (un 85% del total de personas acceden desde ahí), pero este porcentaje es más elevado en Madrid y Cataluña, mientras que regiones de menor renta per cápita, como Extremadura, Galicia y Castilla-La Mancha, detentan los niveles más bajos.
- Esta situación es particularmente significativa en el caso de Extremadura –y en menor medida de Galicia– donde la inferior dotación de los hogares convive con una importante BDG en contra de las mujeres. También sucede algo parecido en Extremadura respecto del acceso a Internet desde el centro de trabajo.
- En paralelo, y puede que precisamente por ello, el recurso al acceso a Internet desde centros de estudios y bibliotecas públicas es mayor en Extremadura y Galicia, lo que sería indicativo de políticas específicas en

ese sentido que buscan compensar la desfavorable situación de inclusión digital a nivel doméstico.

Lugar de uso de Internet en los últimos 3 meses	Vivienda			Centro de trabajo			Centro de estudios			Otra vivienda						
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha	Hombres	Mujeres	Total	Brecha	Hombres	Mujeres	Total	Brecha				
Andalucía	80,2%	82,3%	81,2%	2,5	38,5%	33,9%	36,3%	-11,8	12,5%	16,1%	14,2%	22,3	25,8%	24,9%	25,3%	-3,5
Aragón	87,5%	85,8%	86,7%	-2,0	36,4%	44,4%	40,1%	17,9	10,4%	16,0%	13,0%	34,9	27,1%	26,7%	26,9%	-1,6
Asturias	89,4%	86,7%	88,0%	-3,0	44,2%	39,0%	41,5%	-11,8	11,9%	12,0%	11,9%	0,8	24,6%	32,8%	28,8%	25,0
Baleares	83,0%	86,7%	84,7%	4,3	44,1%	42,5%	43,3%	-3,6	10,6%	6,0%	8,4%	-43,8	23,2%	16,8%	20,1%	-27,4
Cánarias	89,6%	85,3%	87,5%	-4,8	29,0%	26,9%	28,0%	-7,2	6,8%	11,5%	9,1%	40,7	21,8%	12,5%	17,3%	-42,9
Cantabria	78,8%	87,7%	83,0%	10,1	44,4%	40,7%	42,7%	-8,3	11,1%	10,1%	10,6%	-8,4	39,8%	25,2%	32,9%	-36,7
Castilla y León	83,8%	79,6%	81,8%	-5,0	45,9%	38,7%	42,4%	-15,8	14,7%	15,3%	15,0%	4,1	30,1%	33,9%	31,9%	11,2
Castilla-La Mancha	77,8%	80,5%	79,1%	3,3	44,1%	38,7%	41,5%	-12,2	10,5%	14,1%	12,2%	25,1	30,2%	24,0%	27,2%	-20,5
Cataluña	90,9%	89,8%	90,3%	-1,2	39,6%	39,4%	39,5%	-0,5	8,7%	12,5%	10,6%	30,4	15,6%	16,5%	16,0%	5,4
Extremadura	80,0%	71,6%	76,1%	-10,5	43,3%	32,5%	38,3%	-25,0	13,2%	21,2%	16,9%	38,0	35,1%	34,7%	34,9%	-1,3
Galicia	81,5%	74,7%	78,2%	-8,4	45,1%	43,3%	44,2%	-4,2	13,2%	21,6%	17,3%	38,7	34,2%	37,4%	35,8%	8,3
La Rioja	76,5%	84,0%	80,2%	9,0	40,7%	45,1%	42,9%	9,6	8,9%	9,8%	9,3%	9,3	32,4%	27,9%	30,2%	-14,0
Madrid	89,6%	90,8%	90,2%	1,3	42,9%	46,8%	44,8%	8,3	15,1%	13,8%	14,4%	-8,7	33,5%	35,4%	34,4%	5,5
Murcia	81,7%	78,4%	80,3%	-4,1	47,9%	44,0%	46,2%	-8,0	10,0%	15,0%	12,2%	33,1	30,9%	31,4%	31,1%	1,6
Navarra	83,9%	84,6%	84,2%	0,8	44,3%	48,3%	46,3%	8,4	11,6%	10,1%	10,8%	-12,5	24,8%	26,6%	25,7%	6,6
Valencia	80,1%	80,0%	80,1%	-0,1	38,4%	39,7%	39,0%	3,3	9,6%	14,7%	11,9%	34,6	29,2%	29,9%	29,5%	2,6
País Vasco	85,5%	89,5%	87,4%	4,6	48,9%	44,5%	46,8%	-9,0	8,6%	16,4%	12,3%	47,9	22,5%	20,0%	21,3%	-11,0
Ceuta y Melilla	92,1%	81,8%	87,4%	-11,2	51,2%	38,8%	45,5%	-24,3	11,0%	16,3%	13,4%	32,3	38,4%	25,4%	32,4%	-33,8
Nacional	84,8%	84,7%	84,8%	-0,1	41,2%	39,9%	40,6%	-3,1	11,3%	14,4%	12,8%	21,7	26,6%	26,3%	26,5%	-1,0



MINISTERIO DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD

DIRECCIÓN GENERAL PARA LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES
INSTITUTO DE LA MUJER



UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Lugar de uso de Internet en los últimos 3 meses	Biblioteca pública			Oficina postal			Ayuntamiento o centro AAPP			Asociación o centro cívico			
	Hombres	Mujeres	Brecha Total	Hombres	Mujeres	Brecha Total	Hombres	Mujeres	Brecha Total	Hombres	Mujeres	Brecha Total	
Andalucía	4,3%	8,3%	6,2%	,4%	,7%	,5%	43,9	4,0%	5,1%	4,5%	1,8%	1,9%	1,0
Aragón	10,4%	11,5%	10,9%	,8%	1,1%	1,0%	27,5	5,7%	8,5%	7,0%	4,7%	4,2%	4,5%
Asturias	6,3%	7,9%	7,1%	,2%	,4%	,3%	40,0	6,3%	4,6%	5,4%	3,1%	2,6%	2,8%
Baleares	5,1%	6,5%	5,8%	-	-	-	-	4,7%	,5%	2,7%	2,5%	1,9%	2,2%
Canarias	3,7%	2,5%	3,1%	1,0%	,0%	,5%	-100,0	3,1%	1,0%	2,1%	1,0%	,1%	,6%
Cantabria	7,4%	5,6%	6,6%	,7%	,0%	,4%	-100,0	5,3%	2,9%	4,2%	1,0%	,9%	1,0%
Castilla-La Mancha	11,9%	12,3%	12,1%	1,4%	,7%	1,1%	-46,7	7,6%	3,7%	5,7%	3,0%	1,3%	2,2%
Castilla-La Mancha	10,4%	14,1%	12,2%	1,1%	,0%	,6%	-100,0	5,5%	1,2%	3,4%	2,0%	,0%	1,0%
Cataluña	6,8%	10,5%	8,6%	,0%	,2%	,1%	100,0	2,9%	3,0%	2,9%	1,0%	1,8%	1,4%
Extremadura	12,0%	12,8%	12,4%	,5%	,0%	,2%	-100,0	5,7%	5,4%	5,6%	,5%	,3%	,4%
Galiça	13,4%	12,7%	13,1%	1,6%	,5%	1,1%	-67,7	6,1%	3,5%	4,8%	3,1%	2,9%	3,0%
La Rioja	6,0%	10,7%	8,3%	-	-	-	-	6,7%	4,2%	5,5%	,4%	4,7%	2,5%
Madrid	8,1%	10,2%	9,1%	,0%	1,1%	,5%	100,0	4,0%	2,9%	3,5%	,6%	1,7%	1,1%
Murcia	10,8%	10,1%	10,5%	-	-	-	-	4,4%	4,2%	4,3%	1,2%	,0%	,6%
Navarra	12,0%	9,0%	10,5%	,1%	,0%	,0%	-100,0	4,3%	1,4%	2,9%	2,8%	2,5%	2,7%
Valencia	8,0%	7,6%	7,8%	,7%	,6%	,6%	-5,4	5,3%	4,3%	4,8%	4,7%	1,5%	3,3%
País Vasco	8,1%	7,1%	7,6%	-	-	-	-	4,0%	3,2%	3,6%	1,9%	1,6%	1,8%
Canarias Melilla	6,8%	5,8%	6,3%	4,6%	,0%	2,5%	-100,0	,9%	,0%	,5%	1,0%	,0%	,6%
Nacional	7,8%	9,5%	8,6%	,4%	,5%	,5%	10,6	4,5%	3,6%	4,0%	2,0%	1,7%	1,8%



MINISTERIO DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD

DIRECCIÓN GENERAL PARA LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES INSTITUTO DE LA MUJER



UNIÓN EUROPEA FONDO SOCIAL EUROPEO El FSE invierte en tu futuro

Lugar de uso de Internet en los últimos 3 meses	Cibercentro			Hotspot			Otro lugar					
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha	Hombres	Mujeres	Total	Brecha	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Andalucía	6,1%	5,8%	5,9%	-4,5	6,4%	5,6%	6,0%	-11,9	7,2%	4,7%	6,0%	-34,6
Aragón	4,1%	3,1%	3,7%	-23,5	6,8%	5,4%	6,1%	-20,6	6,9%	5,8%	6,4%	-16,1
Asturias	9,8%	9,2%	9,5%	-6,4	12,3%	5,3%	8,7%	-57,2	10,7%	6,4%	8,5%	-39,7
Baleares	12,6%	3,1%	8,0%	-75,3	12,2%	2,1%	7,3%	-82,5	7,1%	2,7%	5,0%	-61,8
Canarias	6,4%	8,8%	7,6%	26,6	5,0%	2,0%	3,5%	-60,5	5,4%	2,7%	4,1%	-50,0
Cantabria	6,4%	3,2%	4,9%	-49,4	11,7%	5,6%	8,8%	-52,5	12,6%	6,8%	9,9%	-46,2
Castilla y León	6,9%	4,9%	6,0%	-28,7	9,9%	7,5%	8,8%	-24,3	8,0%	6,6%	7,3%	-17,8
Castilla-La Mancha	7,1%	3,9%	5,6%	-45,0	5,6%	5,6%	5,6%	-0,2	4,1%	6,0%	5,0%	31,9
Cataluña	7,2%	5,3%	6,3%	-26,3	11,6%	5,5%	8,7%	-52,6	8,0%	3,1%	5,6%	-61,6
Extremadura	7,7%	5,4%	6,6%	-30,6	5,9%	3,5%	4,8%	-41,0	7,4%	1,1%	4,4%	-85,7
Galicia	14,5%	14,3%	14,4%	-1,3	20,6%	15,0%	17,9%	-27,1	14,1%	9,0%	11,6%	-36,4
La Rioja	7,9%	6,3%	7,1%	-20,3	7,2%	6,4%	6,8%	-12,1	5,7%	7,6%	6,6%	24,2
Madrid	8,2%	6,7%	7,5%	-18,7	10,7%	8,7%	9,7%	-18,7	14,1%	8,9%	11,6%	-36,5
Murcia	5,9%	5,8%	5,9%	-2,7	10,3%	12,8%	11,4%	19,6	7,9%	2,9%	5,7%	-63,1
Navarra	5,3%	4,9%	5,1%	-8,4	9,1%	4,2%	6,7%	-54,6	9,2%	4,0%	6,6%	-56,0
Valencia	10,5%	8,2%	9,5%	-21,9	9,5%	5,4%	7,7%	-42,8	10,7%	6,3%	8,7%	-41,5
País Vasco	9,0%	2,8%	6,1%	-68,9	7,7%	7,6%	7,7%	-1,4	10,1%	3,0%	6,7%	-70,1
Ceuta y Melilla	3,5%	12,5%	7,7%	71,9	3,7%	3,9%	3,8%	5,9	8,1%	2,1%	5,3%	-74,2
Nacional	8,0%	6,3%	7,2%	-21,1	9,7%	6,6%	8,2%	-31,5	9,3%	5,4%	7,4%	-42,0

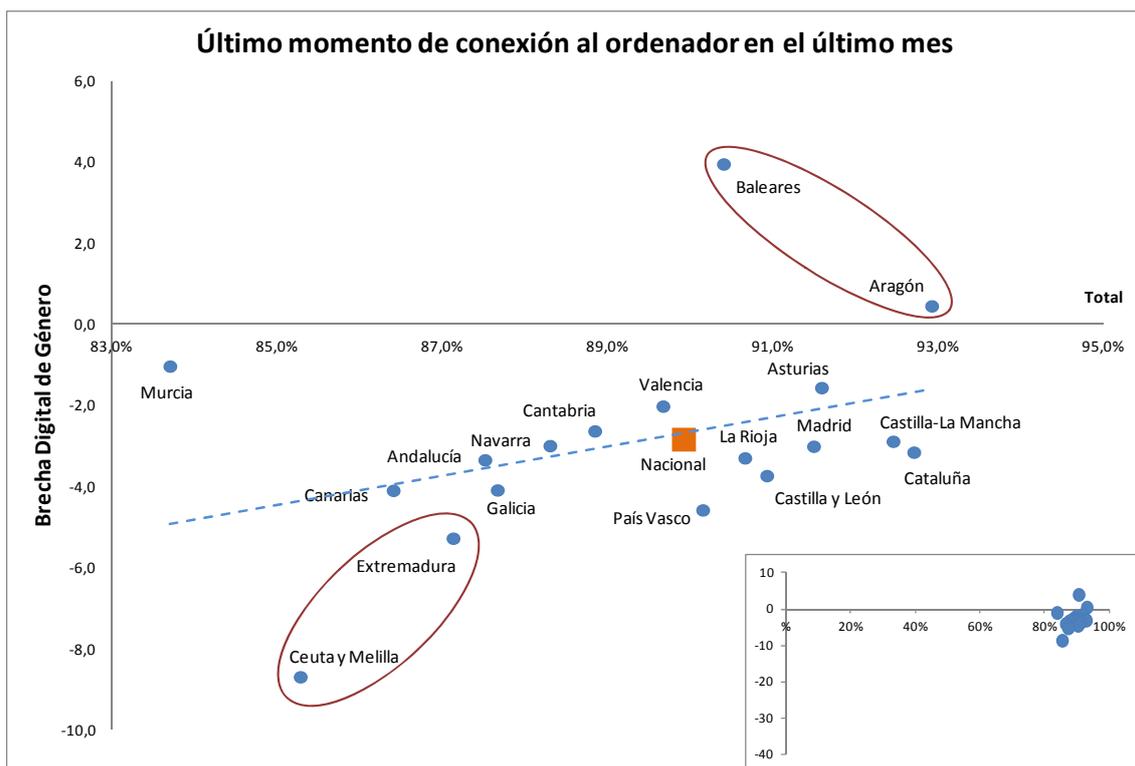
Entramos ahora en el terreno de la segunda brecha digital, el de la inclusión efectiva en las nuevas tecnologías, mediante el análisis de la frecuencia e intensidad de los usos TIC.

Esta segunda BDG comienza a marcar distancias con más claridad entre el grado de e-inclusión de mujeres y hombres. La desventaja femenina en el uso del ordenador en el último mes es general en todas las Comunidades españolas, a excepción de Baleares y, apenas, de Aragón. La situación más desfavorable la encontramos en Ceuta y Melilla, Extremadura y el País Vasco.

Último momento de conexión: último mes	Ordenador			
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Baleares	88,7%	92,3%	90,4%	3,9
Aragón	92,7%	93,1%	92,9%	0,5
Murcia	84,1%	83,2%	83,7%	-1,0
Asturias	92,3%	90,9%	91,6%	-1,6
Valencia	90,5%	88,7%	89,7%	-2,0
Cantabria	90,0%	87,6%	88,8%	-2,6
Nacional	91,2%	88,6%	89,9%	-2,8
Castilla-La Mancha	93,8%	91,1%	92,5%	-2,9
Navarra	89,7%	87,0%	88,3%	-3,0
Madrid	92,9%	90,1%	91,5%	-3,0
Cataluña	94,2%	91,2%	92,7%	-3,2
La Rioja	92,2%	89,2%	90,7%	-3,3
Andalucía	89,0%	86,0%	87,5%	-3,3
Castilla y León	92,6%	89,1%	90,9%	-3,7
Galicia	89,5%	85,8%	87,7%	-4,1
Canarias	88,2%	84,6%	86,4%	-4,1
País Vasco	92,2%	88,0%	90,2%	-4,6
Extremadura	89,4%	84,7%	87,1%	-5,3
Ceuta y Melilla	88,8%	81,1%	85,3%	-8,7

En este aspecto también podemos acudir a los diagramas de dispersión para mejorar el análisis. Respecto de la población que se ha conectado al ordenador en el último mes, podemos observar:

- Una correlación negativa entre mayor frecuencia de uso y amplitud de la BDG. La pendiente creciente de la línea de tendencia sería expresión de que en las Comunidades con mayor volumen de población que accede frecuentemente al ordenador, la BDG suele ser menor.¹¹
- Aunque como puede verse en el recuadro del ángulo inferior derecho los resultados están considerablemente concentrados en el nivel de respuesta (también en el rango de la BDG), las primeras posiciones las ocupan Aragón, Cataluña y Castilla-La Mancha y las últimas Murcia, Ceuta y Melilla y Canarias.
- Existe una importante BDG positiva en Baleares y apenas perceptible en Aragón. La BDG más negativa se registra en Ceuta y Melilla.



¹¹ Para la variable “Último momento de conexión al ordenador: último mes” no existe posibilidad de comparar con los resultados de la UE27 por no aparecer esta categoría en la base de datos de Eurostat.

La situación es prácticamente igual respecto del uso de Internet en el último mes, de nuevo con Baleares y en esta ocasión Galicia como únicas regiones (Castilla-La Mancha tiene una BDG de 0,1) en las que la proporción de mujeres es superior a la de los hombres. El furgón de cola lo ocupan en este caso Ceuta y Melilla.

102

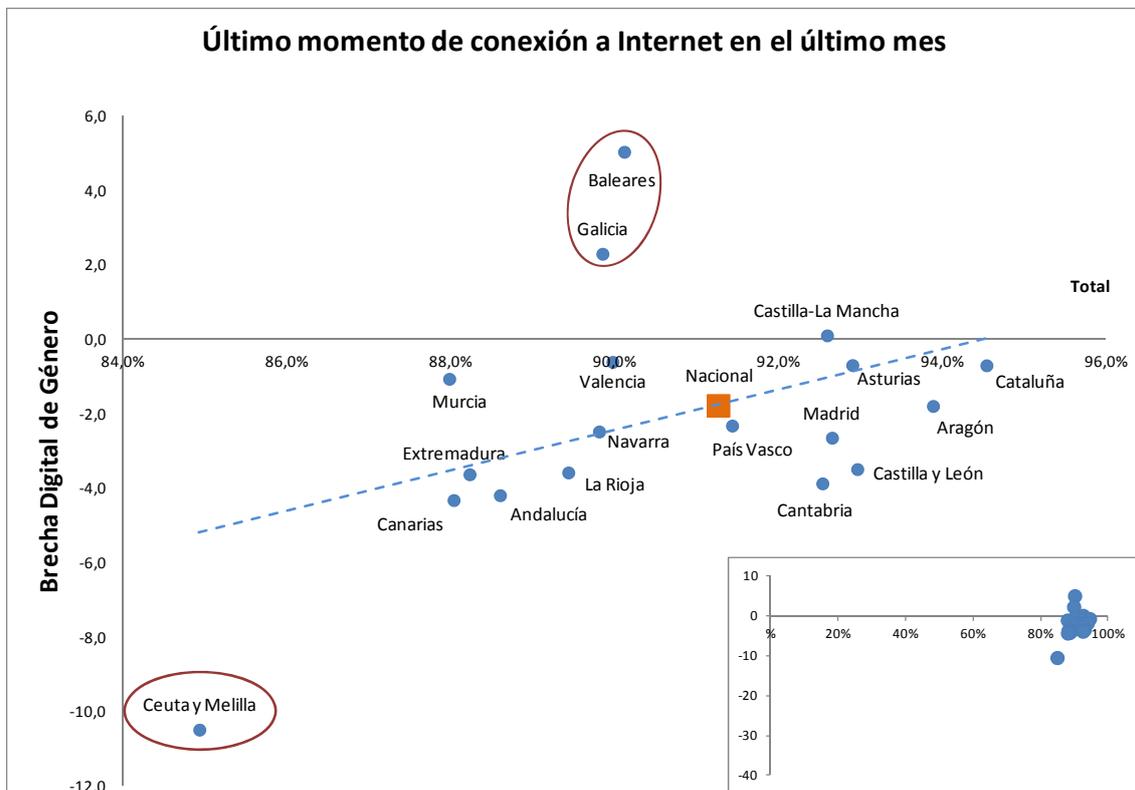
Último momento de conexión: último mes	Internet			
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Baleares	87,9%	92,6%	90,1%	5,0
Galicia	88,8%	90,9%	89,9%	2,3
Castilla-La Mancha	92,5%	92,6%	92,6%	0,1
Valencia	90,2%	89,7%	90,0%	-0,6
Asturias	93,2%	92,6%	92,9%	-0,7
Cataluña	94,9%	94,2%	94,5%	-0,7
Murcia	88,4%	87,5%	88,0%	-1,1
Nacional	92,1%	90,4%	91,3%	-1,8
Aragón	94,7%	93,0%	93,9%	-1,8
País Vasco	92,5%	90,3%	91,4%	-2,3
Navarra	90,9%	88,7%	89,8%	-2,5
Madrid	93,9%	91,4%	92,7%	-2,6
Castilla y León	94,6%	91,3%	93,0%	-3,5
La Rioja	91,1%	87,8%	89,4%	-3,6
Extremadura	89,8%	86,5%	88,2%	-3,6
Cantabria	94,3%	90,6%	92,5%	-3,9
Andalucía	90,4%	86,6%	88,6%	-4,2
Canarias	90,0%	86,1%	88,0%	-4,3
Ceuta y Melilla	89,3%	79,9%	84,9%	-10,5

El análisis gráfico complementa estos datos de manera interesante, pues corrobora lo descrito para el uso frecuente del ordenador, aún con mayor contundencia:

- En primer lugar destaca la fuerte pendiente creciente de la línea de tendencia, mostrando una clara correlación negativa entre mayor

volumen de población que se conecta a Internet con frecuencia y el tamaño de la BDG.¹²

- Elevada concentración de resultados sobre momento de conexión (todas las Comunidades están comprendidas entre el 88% y el 94,5%) y BDG (rango mayoritario de entre 0 y -4 puntos).
- De ese patrón se salen Baleares y Galicia, con BDG positiva, y sobre todo Ceuta y Melilla, claramente descolgadas tanto en volumen de población que se conecta con frecuencia como en elevado nivel de BDG negativa.



¹² Ídem ant.

La situación empeora al avanzar hacia la consideración de la intensidad de uso, manifestada por la frecuencia diaria de conexión. La desigualdad de género es superior a nivel nacional y en general en la mayoría de Comunidades. En el caso del ordenador, la brecha en España es -5 puntos, quedando sólo Asturias en positivo (brecha de 7,5 puntos a favor de las mujeres). Para Internet, la media española de -4 puntos de brecha, es mejorada hasta invertir su sentido en Cantabria, La Rioja y también Asturias. Para ambos indicadores, los mayores niveles de desigualdad en contra de las mujeres se registran, por este orden, en Extremadura, Canarias y País Vasco.

Frecuencia de uso: diariamente en los últimos 3 meses	Ordenador			
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Asturias	67,3%	72,7%	70,0%	7,5
La Rioja	71,4%	70,9%	71,1%	-0,6
Cataluña	74,0%	73,2%	73,6%	-1,0
Castilla-La Mancha	73,3%	71,7%	72,5%	-2,2
Cantabria	67,3%	65,6%	66,5%	-2,5
Valencia	69,0%	67,2%	68,2%	-2,7
Andalucía	69,6%	66,6%	68,2%	-4,2
Baleares	70,9%	67,7%	69,4%	-4,6
Castilla y León	74,2%	70,7%	72,5%	-4,7
Galicia	71,3%	67,9%	69,7%	-4,8
Ceuta y Melilla	67,4%	64,1%	65,9%	-4,9
Nacional	72,9%	69,2%	71,1%	-5,0
Aragón	73,6%	69,7%	71,8%	-5,2
Madrid	78,9%	73,0%	76,0%	-7,6
Navarra	74,8%	67,7%	71,3%	-9,5
Murcia	74,0%	65,6%	70,2%	-11,3
País Vasco	77,1%	67,7%	72,6%	-12,2
Canarias	70,0%	60,1%	65,2%	-14,1
Extremadura	73,2%	59,7%	66,8%	-18,4

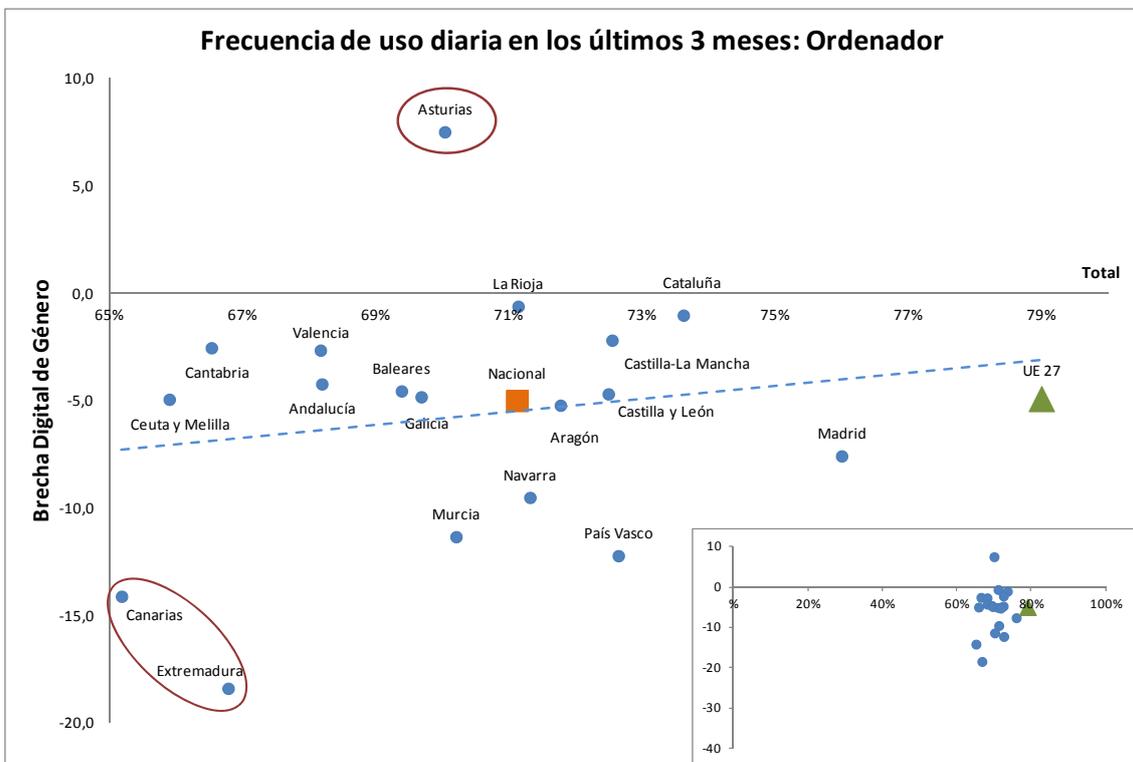
Frecuencia de uso: diariamente en los últimos 3 meses	Internet			
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Cantabria	60,5%	65,9%	63,0%	8,1
La Rioja	66,5%	71,3%	68,9%	6,8
Asturias	66,7%	69,8%	68,3%	4,3
Castilla-La Mancha	66,9%	67,3%	67,1%	0,6
Andalucía	66,6%	65,4%	66,0%	-1,7
Castilla y León	71,4%	70,1%	70,8%	-1,8
Cataluña	72,9%	71,4%	72,2%	-2,0
Madrid	76,8%	74,4%	75,6%	-3,2
Baleares	70,8%	68,4%	69,7%	-3,4
Nacional	70,5%	67,7%	69,2%	-4,0
Galicia	71,0%	67,7%	69,4%	-4,7
Murcia	69,2%	65,9%	67,7%	-4,7
Aragón	67,7%	64,4%	66,2%	-4,9
Valencia	66,7%	62,0%	64,6%	-7,0
Navarra	70,8%	65,1%	68,0%	-8,1
Ceuta y Melilla	70,5%	64,5%	67,8%	-8,5
País Vasco	73,3%	65,3%	69,5%	-10,9
Canarias	69,8%	57,3%	63,7%	-17,9
Extremadura	74,0%	57,2%	66,2%	-22,7

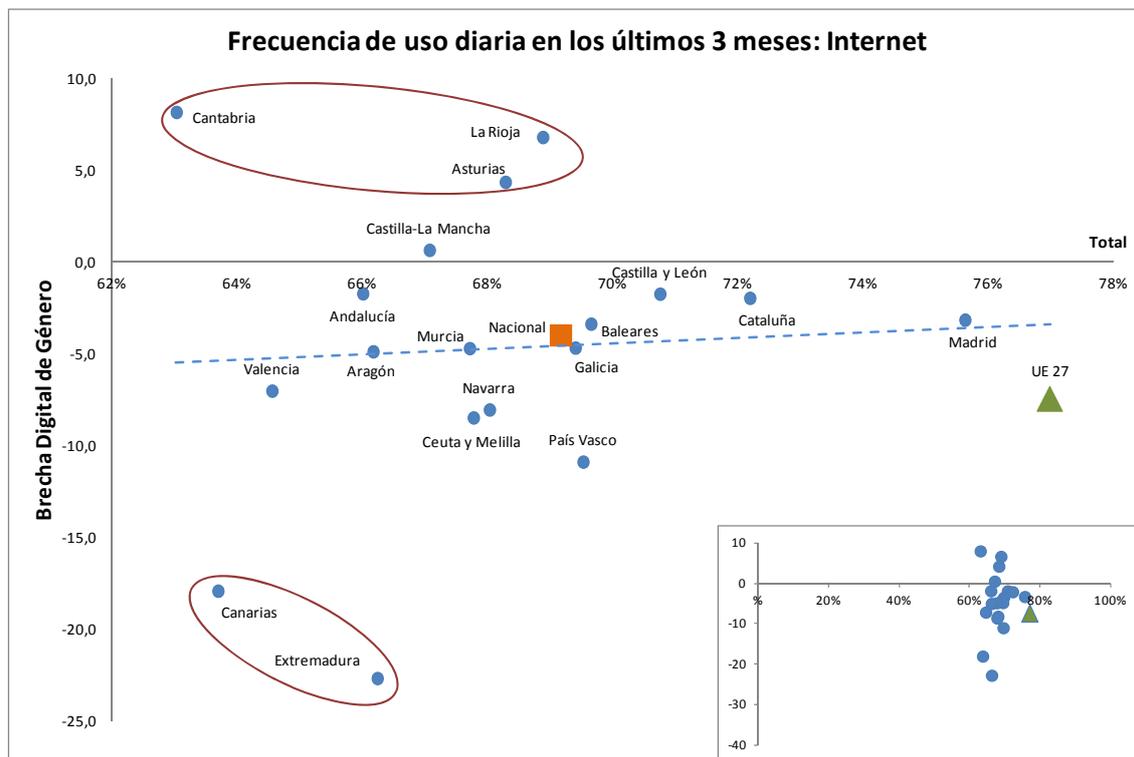
Profundizando en estas cuestiones mediante el empleo de los gráficos de dispersión, encontramos que:

- Se mantiene la correlación entre Comunidades con mayor porcentaje de población que usa a diario el ordenador y menores niveles de BDG, aunque la inclinación de la recta no es tan acusada como en el caso de la frecuencia mensual.
- La intensidad de uso de todas las Comunidades es sensiblemente inferior a la media de la UE27. Madrid es la región que más se aproxima a ese valor de referencia.
- Hay valores de BDG negativos para todas las Comunidades, a excepción de Asturias. Los peores niveles de desigualdad para las mujeres se registran en Navarra, Murcia, el País Vasco y, sobre todo,

Canarias y Extremadura, que además se encuentran también en las posiciones de cola en cuanto a intensidad de uso.

- Estos comentarios valen, en rasgos generales, para los resultados observados en la conexión diaria a Internet. Cabe señalar, no obstante, que en este aspecto se registra una importante BDG positiva en Asturias, La Rioja y Cantabria, aunque con niveles de uso por debajo de la media nacional. En el extremo contrario, de nuevo Extremadura y Canarias quedan descolgadas del resto por su abultada BDG negativa y menor nivel de uso diario de Internet.





Otro factor fundamental en la explicación de la segunda BDG, además de la frecuencia e intensidad de uso, es la cuestión de las habilidades TIC. Ante la ya mencionada ausencia de esta dimensión de análisis en la encuesta TIC-hogares, se puede inferir información al respecto mediante el análisis de los usos que se hacen de Internet, puesto que los distintos tipos de usos pueden requerir diferentes habilidades: más básicas los usos más básicos (navegar, usar un buscador, etc.), más avanzadas los usos más avanzados (crear una página web, compartir ficheros p2p, etc.).

Pues bien, los resultados más destacados a nivel de Comunidades Autónomas, son en nuestra opinión los siguientes:

- Usos más básicos: presentan la proporción más elevada de población usuaria y los menores niveles de desigualdad de género. Destaca el

caso de la BDG de -6,8 puntos en Extremadura en uso de un buscador (la media nacional es de -1,1). En el envío de correos electrónicos con archivos adjuntos, destacan las diferencias de género en La Rioja y Baleares (casi diez puntos a favor de las mujeres) por una parte, y en Andalucía y Castilla-La Mancha (con BDG de -6,6 puntos y -6 puntos, respectivamente), por la otra.

- Usos menos básicos: desciende la proporción de usuarios y aumentan las BDG. En el envío de mensajes a chats y foros, destaca la menor difusión en Navarra y País Vasco y las diferencias de género en Canarias (a favor de las mujeres), Ceuta y Melilla, Andalucía y Navarra (en contra). Compartir ficheros p2p es más popular en Canarias y Ceuta y Melilla y menos en Navarra y País Vasco. En este uso, las BDG llegan a ser muy considerables, destacando las de Baleares (-55 puntos), País Vasco (-41 puntos) y en menor medida Andalucía y Asturias (-31 y -33 puntos). Los usos menos populares son hacer llamadas telefónicas por Internet y crear páginas web, circunstancia que cuestiona el alcance de un posible análisis.

Tareas relacionadas con Internet	Usar un buscador			Enviar un correo elect con adjuntos			Mensajes a chats, foros		
	Hombres	Mujeres	Brecha	Hombres	Mujeres	Brecha	Hombres	Mujeres	Brecha
Andalucía	95,3%	94,1%	-1,2	77,0%	71,9%	-6,6	51,6%	43,0%	-16,6
Aragón	97,1%	95,5%	-1,7	79,9%	78,1%	-2,3	46,9%	41,4%	-11,9
Asturias	96,1%	96,7%	0,6	79,4%	75,6%	-4,8	43,8%	41,0%	-6,4
Baleares	93,7%	96,5%	2,9	71,9%	79,2%	9,1	49,1%	29,9%	-39,0
Canarias	98,1%	93,9%	-4,2	81,6%	82,9%	1,5	49,4%	60,1%	17,8
Cantabria	95,3%	94,6%	-0,8	75,5%	71,3%	-5,6	40,6%	38,0%	-6,5
Castilla y León	99,4%	94,5%	-5,0	75,1%	77,8%	3,5	41,5%	43,9%	5,5
Castilla-La Mancha	96,2%	97,4%	1,3	77,7%	73,1%	-6,0	43,4%	38,9%	-10,4
Cataluña	96,4%	96,9%	0,9	77,3%	76,5%	-1,1	49,2%	47,8%	-2,7
Extremadura	96,2%	89,6%	-6,8	62,3%	68,3%	8,8	43,6%	39,1%	-10,5
Galicia	95,4%	93,2%	-2,4	79,8%	76,6%	-4,0	41,0%	39,3%	-4,2
La Rioja	96,9%	96,2%	-0,7	71,0%	78,8%	9,9	38,7%	39,7%	2,5
Madrid	96,1%	96,2%	0,1	80,2%	81,5%	1,6	42,8%	39,8%	-7,0
Murcia	94,7%	92,9%	-1,8	72,9%	74,2%	1,7	40,6%	41,2%	1,4
Navarra	95,8%	95,4%	-0,3	78,7%	78,8%	0,1	35,5%	29,7%	-16,3
Valencia	95,5%	91,4%	-4,4	76,8%	72,7%	-5,3	42,1%	43,0%	2,3
País Vasco	97,4%	97,0%	-0,5	83,4%	80,1%	-4,0	32,1%	33,5%	4,1
Ceuta y Melilla	94,4%	96,7%	2,4	78,8%	80,4%	2,0	45,4%	37,7%	-17,0
Nacional	96,2%	95,1%	-1,1	77,6%	76,4%	-1,6	45,0%	42,5%	-43,8%

Tareas relacionadas con Internet	Hacer llamadas telefónicas		Compartir ficheros p2p		Crear página web		
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	
			Total	Brecha	Total	Brecha	
Andalucía	17,5%	15,5%	16,5%	-11,6	27,8%	6,1%	-45,5
Aragón	20,7%	15,9%	18,5%	-22,9	32,1%	9,1%	10,1
Asturias	16,8%	19,1%	18,0%	12,1	24,9%	9,0%	-40,4
Baleares	30,7%	20,6%	25,9%	-33,0	24,5%	6,7%	-51,7
Canarias	16,9%	14,8%	15,9%	-12,3	37,9%	11,9%	12,2
Cantabria	13,9%	17,4%	15,6%	19,7	25,3%	14,5%	17,2
Castilla y León	17,6%	12,1%	14,9%	-31,6	29,3%	8,1%	-23,6
Castilla-La Mancha	12,0%	12,8%	12,4%	6,1	23,5%	8,7%	4,6
Cataluña	19,1%	17,4%	18,3%	-8,9	30,7%	8,1%	-31,0
Extremadura	22,7%	19,2%	21,1%	-15,6	27,0%	7,4%	-47,2
Galicia	24,2%	19,7%	22,0%	-18,7	26,3%	9,7%	-40,2
La Rioja	22,6%	16,8%	19,7%	-25,6	30,7%	7,7%	-51,1
Madrid	25,3%	23,7%	24,5%	-6,2	29,0%	13,8%	12,4
Murcia	16,1%	12,5%	14,5%	-22,6	28,8%	6,5%	-45,2
Navarra	18,3%	17,6%	17,9%	-3,6	19,2%	5,9%	-42,2
Valencia	21,0%	19,6%	20,4%	-6,3	30,0%	7,7%	-32,7
País Vasco	17,9%	16,3%	17,1%	-8,8	20,2%	6,6%	-31,4
Ceuta y Melilla	19,8%	14,3%	17,2%	-27,8	33,3%	3,1%	-59,1
Nacional	20,0%	17,8%	18,9%	-11,0	28,6%	8,8%	-24,1

A continuación presentamos cuatro tablas que contienen una descripción de los servicios usados de Internet. Su análisis detallado, atendiendo a las diferencias más significativas entre Comunidades Autónomas, puede aportar información relevante sobre la especialización de los usos de Internet en función del género. Si bien entendemos que el presente trabajo no es el contexto más adecuado para abordar un estudio pormenorizado de la utilización de esos servicios, no queremos dejar de ofrecer dicha información. Más aún, remitimos a cualquier persona interesada en estas cuestiones a la consulta de los Anexos de este informe, donde se ofrecen todos los datos con el mayor nivel de desagregación.

Servicio usado de Internet	Correo electrónico			Buscar inf. sobre bienes y servicios			Viajes y alojamiento			Descargar software (excluido juegos)		
	Hombres	Mujeres	Brecha	Hombres	Mujeres	Brecha	Hombres	Mujeres	Brecha	Hombres	Mujeres	Brecha
Andalucía	81,0%	81,0%	0,1	83,5%	81,3%	-2,6	57,6%	58,2%	1,0	42,8%	23,7%	-44,7
Aragón	88,0%	85,7%	-2,6	82,4%	86,9%	5,1	61,5%	66,4%	7,3	41,9%	22,5%	-46,4
Asturias	86,4%	84,5%	-2,2	86,5%	85,8%	-1,5	63,6%	64,5%	1,3	38,6%	25,0%	-35,1
Baleares	89,2%	86,7%	-2,7	90,5%	88,4%	-4,3	69,2%	75,6%	8,5	38,5%	19,3%	-50,0
Canarias	79,7%	87,7%	9,2	82,0%	76,2%	-12,9	67,4%	62,3%	-7,7	45,5%	30,1%	-33,9
Cantabria	76,6%	80,1%	4,4	80,9%	81,3%	0,8	61,3%	59,1%	-3,7	30,4%	22,7%	-25,2
Castilla y León	82,1%	86,9%	5,4	85,9%	82,3%	-7,7	57,7%	64,9%	11,1	35,3%	21,7%	-38,4
Castilla-La Mancha	85,3%	84,3%	-1,2	84,0%	84,9%	2,0	48,9%	58,7%	16,6	33,2%	25,3%	-23,8
Cataluña	88,3%	92,5%	4,6	89,0%	89,1%	0,3	68,2%	72,1%	5,5	42,1%	32,0%	-24,0
Extremadura	76,0%	75,9%	-0,2	82,5%	77,7%	-10,4	59,2%	55,5%	-6,2	40,6%	23,3%	-42,5
Ga Galicia	85,4%	78,3%	-8,2	86,2%	85,6%	-1,4	63,0%	60,1%	-4,7	43,3%	28,7%	-33,6
La Rioja	78,0%	88,0%	11,4	81,3%	77,5%	-8,8	67,3%	63,0%	-6,3	39,2%	20,5%	-47,8
Madrid	90,1%	90,5%	0,4	86,9%	84,6%	-5,1	71,7%	73,9%	3,0	43,7%	25,4%	-41,9
Murcia	82,6%	86,3%	4,3	76,1%	75,6%	-1,1	62,2%	54,6%	-12,3	41,6%	29,5%	-29,1
N Navarra	81,6%	84,1%	2,9	87,4%	87,1%	-0,8	66,8%	67,0%	0,3	34,4%	15,9%	-53,9
Valencia	87,3%	86,8%	-0,6	78,9%	78,5%	-0,8	67,9%	61,0%	-10,2	37,9%	27,5%	-27,3
País Vasco	85,5%	82,6%	-3,4	88,5%	87,6%	-1,8	69,1%	67,0%	-3,1	30,0%	17,2%	-42,8
Ceuta y Melilla	84,4%	85,3%	1,1	72,7%	70,3%	-5,9	65,3%	55,8%	-14,6	44,1%	26,9%	-38,9
Nacional	85,4%	86,3%	1,1	84,8%	83,7%	-2,4	64,6%	65,4%	1,2	40,4%	25,9%	-35,8



DE ESTADO DE SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD
DIRECCIÓN GENERAL PARA LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES
INSTITUTO DE LA MUJER



Servicio usado de Internet	Jugar ó descargar juegos, imágenes,...			Leer ó descargar noticias, periódicos,...			Suscripción servicio de noticias			Búsqueda empleo						
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total				
Andalucía	50,6%	35,2%	43,3%	-30,3	62,6%	50,8%	57,0%	-18,8	14,3%	14,3%	14,3%	-0,2	22,3%	29,6%	25,8%	24,7
Aragón	46,0%	42,0%	44,1%	-8,7	65,9%	60,8%	63,5%	-7,8	10,7%	10,5%	10,6%	-1,4	20,2%	26,7%	23,2%	24,4
Asturias	45,9%	41,4%	43,6%	-9,9	75,7%	69,8%	72,7%	-7,8	11,8%	9,8%	10,8%	-16,6	23,6%	23,1%	23,4%	-2,0
Baleares	51,6%	29,4%	40,9%	-42,9	66,0%	63,3%	64,7%	-4,1	7,9%	3,2%	5,7%	-59,7	19,7%	19,3%	19,5%	-2,1
Canarias	49,7%	46,4%	48,1%	-6,7	68,3%	58,0%	63,3%	-15,1	16,1%	26,2%	20,6%	38,6	30,9%	30,7%	30,8%	-0,6
Cantabria	49,4%	26,8%	38,8%	-45,7	75,5%	63,5%	69,8%	-15,9	2,0%	3,9%	2,8%	49,8	14,3%	23,6%	18,6%	39,4
Castilla y León	45,2%	42,2%	43,7%	-6,6	72,5%	68,8%	70,8%	-5,2	14,8%	12,3%	13,6%	-17,0	19,2%	23,3%	21,2%	17,6
Castilla-La Mancha	46,3%	37,1%	41,9%	-20,0	65,7%	61,0%	63,4%	-7,1	8,0%	12,6%	10,1%	36,4	21,8%	29,8%	25,7%	26,7
Cataluña	49,4%	43,5%	46,6%	-11,8	62,7%	54,1%	58,6%	-13,7	13,3%	8,1%	11,0%	-39,6	21,6%	28,3%	24,9%	23,6
Extremadura	55,6%	40,0%	48,4%	-28,0	67,9%	56,5%	62,6%	-16,7	10,6%	7,6%	9,3%	-28,5	17,9%	24,7%	21,0%	27,4
Galicia	45,5%	40,0%	42,8%	-12,2	74,9%	65,7%	70,4%	-12,3	10,0%	2,9%	6,8%	-70,9	20,7%	24,7%	22,6%	16,4
La Rioja	48,0%	42,1%	45,0%	-12,3	61,9%	59,1%	60,5%	-4,5	11,8%	13,0%	12,4%	9,4	24,0%	15,0%	19,5%	-37,6
Madrid	52,4%	35,8%	44,3%	-31,7	70,9%	67,9%	69,4%	-4,3	10,0%	10,5%	10,2%	4,9	27,6%	29,5%	28,5%	6,3
Murcia	48,4%	41,5%	45,4%	-14,2	60,1%	52,2%	56,6%	-13,1	9,5%	7,3%	8,6%	-22,8	15,5%	23,7%	19,2%	34,4
Navarra	43,5%	39,3%	41,4%	-9,6	70,9%	63,3%	67,2%	-10,7	5,1%	8,1%	6,5%	37,6	15,9%	17,4%	16,6%	8,8
Valencia	45,1%	38,2%	42,0%	-15,4	55,9%	41,6%	49,5%	-25,6	15,9%	20,2%	17,5%	21,3	24,3%	24,5%	24,4%	0,8
País Vasco	45,5%	36,1%	41,1%	-20,6	77,0%	57,9%	68,0%	-24,9	7,0%	7,0%	7,0%	0,2	19,7%	18,5%	19,1%	-6,5
Ceuta y Melilla	53,5%	42,7%	48,6%	-20,2	60,5%	59,5%	60,0%	-1,7	15,9%	15,1%	15,5%	-4,5	7,4%	32,4%	18,9%	77,1
Nacional	48,8%	38,8%	44,0%	-20,5	66,1%	57,6%	62,0%	-12,8	11,9%	11,1%	11,6%	-6,4	22,6%	26,7%	24,5%	15,5

Servicio usado de Internet	Temas de salud			Banca e electrónica			Ventas de bienes y servicios			Información de educación y cursos						
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha	Hombres	Mujeres	Total	Brecha	Hombres	Mujeres	Total	Brecha				
Andalucía	47,9%	58,9%	53,1%	18,7	39,2%	32,3%	35,9%	-17,6	9,3%	4,3%	6,9%	-54,1	49,5%	57,3%	53,2%	13,5
Aragón	40,2%	64,5%	51,5%	37,7	36,0%	34,4%	35,3%	-4,2	10,4%	7,5%	9,0%	-27,6	47,8%	61,4%	54,1%	22,1
Asturias	46,7%	59,0%	53,1%	20,8	44,8%	38,2%	41,4%	-14,9	12,1%	3,9%	7,9%	-68,0	49,9%	55,6%	52,8%	10,3
Baleares	41,2%	49,9%	45,4%	17,3	50,9%	46,0%	48,6%	-9,7	12,4%	4,3%	8,5%	-65,5	37,7%	38,9%	38,3%	3,1
Canarias	50,8%	61,6%	56,1%	17,5	43,9%	46,5%	45,2%	5,7	5,9%	6,1%	6,0%	3,6	54,3%	62,7%	58,4%	13,5
Cantabria	41,9%	55,6%	48,3%	24,7	38,8%	35,1%	37,0%	-9,5	13,9%	1,5%	8,0%	-89,3	41,7%	57,9%	49,3%	28,0
Castilla y León	57,0%	64,4%	60,6%	11,6	34,6%	30,3%	32,5%	-12,5	8,7%	4,4%	6,6%	-49,1	43,6%	60,5%	51,7%	28,0
Castilla-La Mancha	41,2%	64,5%	52,4%	36,1	31,8%	22,9%	27,5%	-27,9	8,2%	3,6%	6,0%	-55,8	52,8%	65,5%	58,9%	19,4
Cataluña	42,6%	60,6%	51,3%	29,7	50,3%	48,2%	49,3%	-4,1	13,1%	8,5%	10,9%	-35,1	43,2%	50,8%	46,9%	15,1
Extremadura	35,0%	54,3%	43,9%	35,6	33,1%	19,1%	26,7%	-42,3	12,9%	5,8%	9,6%	-55,2	45,5%	48,7%	47,0%	6,5
Galicia	49,2%	65,3%	57,1%	24,7	44,9%	31,6%	38,4%	-29,6	13,0%	3,5%	8,4%	-73,1	51,2%	60,1%	55,6%	14,9
La Rioja	42,9%	56,9%	49,8%	24,5	37,3%	34,5%	35,9%	-7,6	9,3%	2,7%	6,0%	-70,4	48,7%	51,7%	50,2%	5,9
Madrid	54,2%	55,8%	55,0%	2,8	50,0%	48,9%	49,5%	-2,2	10,2%	6,0%	8,1%	-41,6	57,2%	62,3%	59,7%	8,2
Murcia	43,8%	60,6%	51,3%	27,6	47,6%	34,5%	41,8%	-27,5	11,2%	4,8%	8,4%	-57,1	51,4%	56,5%	53,7%	9,0
Navarra	41,9%	54,3%	48,0%	22,8	42,5%	42,4%	42,4%	-0,4	6,4%	1,9%	4,2%	-69,9	47,3%	49,7%	48,5%	4,9
Valencia	48,5%	50,8%	49,6%	4,6	46,6%	36,8%	42,1%	-21,1	14,3%	9,5%	12,1%	-33,3	50,5%	55,1%	52,6%	8,4
País Vasco	44,6%	53,8%	48,9%	17,1	48,3%	38,3%	43,6%	-20,6	9,4%	6,5%	8,1%	-31,1	42,3%	46,4%	44,2%	8,9
Ceuta y Melilla	64,8%	53,7%	59,7%	-17,2	35,1%	19,3%	27,8%	-45,2	9,1%	7,9%	8,5%	-12,6	53,1%	76,2%	63,8%	30,4
Nacional	47,2%	58,4%	52,5%	19,1	44,4%	39,1%	41,9%	-12,0	11,0%	6,0%	8,6%	-45,1	48,9%	56,4%	52,5%	13,2

Servicio usado de Internet	Realizar algún curso vía Internet			Aprendizaje			Web Administración últ. 3 meses			Web Administración últ. 12 meses		
	Hombres	Mujeres	Brecha	Hombres	Mujeres	Brecha	Hombres	Mujeres	Brecha	Hombres	Mujeres	Brecha
Andalucía	11,7%	17,9%	35,0	46,7%	47,4%	1,5	43,6%	41,3%	-2,3	53,5%	48,1%	-5,4
Aragón	16,1%	13,2%	-18,1	59,3%	59,3%	0,0	50,9%	47,8%	-3,1	61,5%	63,6%	2,1
Asturias	7,0%	15,3%	54,4	52,4%	53,8%	2,6	50,3%	48,7%	-1,6	60,9%	62,2%	1,3
Baleares	7,7%	11,2%	31,2	30,2%	29,4%	-2,7	34,0%	43,4%	38,5%	41,0%	47,7%	13,9
Canarias	11,5%	14,8%	22,3	34,1%	46,8%	27,2	39,6%	37,2%	-2,4	49,0%	45,7%	-3,3
Cantabria	9,9%	14,6%	32,1	50,0%	50,4%	0,8	44,6%	38,0%	-6,6	52,3%	51,8%	-0,5
Castilla y León	10,3%	16,0%	35,7	48,3%	54,0%	10,4	48,6%	57,4%	8,8	63,2%	69,0%	6,8
Castilla-La Mancha	15,2%	12,7%	-16,4	43,6%	60,0%	27,3	50,3%	51,4%	1,1	58,6%	57,5%	-1,1
Cataluña	11,7%	13,2%	12,4	29,6%	33,3%	11,1	44,4%	43,8%	-0,6	53,1%	55,2%	2,1
Extremadura	11,6%	11,4%	-1,7	45,7%	51,9%	12,1	49,3%	40,5%	-8,8	59,7%	49,1%	-10,6
Galicia	10,5%	13,1%	20,3	57,3%	58,4%	2,0	55,7%	47,5%	-8,2	67,3%	60,1%	-7,2
La Rioja	13,1%	18,8%	30,5	55,6%	51,3%	-7,8	40,1%	51,5%	11,4	53,1%	63,5%	10,4
Madrid	13,4%	12,5%	-6,9	51,8%	50,1%	-3,2	56,0%	53,3%	-2,7	67,6%	63,3%	-4,3
Murcia	12,1%	10,9%	-10,1	54,5%	57,1%	4,6	49,3%	46,2%	-3,1	60,6%	56,1%	-4,5
Navarra	6,6%	10,3%	36,1	40,2%	43,3%	7,3	43,6%	46,6%	3,0	53,7%	58,3%	4,6
Valencia	11,7%	14,1%	16,8	52,2%	50,0%	-4,3	44,0%	41,6%	-2,4	60,0%	56,3%	-3,7
País Vasco	5,7%	9,2%	38,5	35,3%	34,9%	-1,1	43,4%	43,4%	0,0	54,8%	52,4%	-2,4
Ceuta y Melilla	16,8%	20,2%	16,7	56,7%	60,7%	6,6	40,9%	38,9%	-2,0	51,5%	45,5%	-6,0
Nacional	11,5%	13,9%	16,9	44,8%	46,8%	4,2	47,0%	45,8%	-1,2	57,9%	56,0%	-1,9



SECRETARÍA DE ESTADO DE SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD
DIRECCIÓN GENERAL PARA LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES
INSTITUTO DE LA MUJER



UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

El análisis de la segunda BDG se cierra con el estudio del e-comercio. Distinguimos para ello el haber comprado alguna vez por Internet, del hecho, indicativo de un grado muy superior de e-inclusión, de ser una compradora o comprador habitual (aproximado por el dato de quienes han comprado durante el mes anterior a la realización de la encuesta).

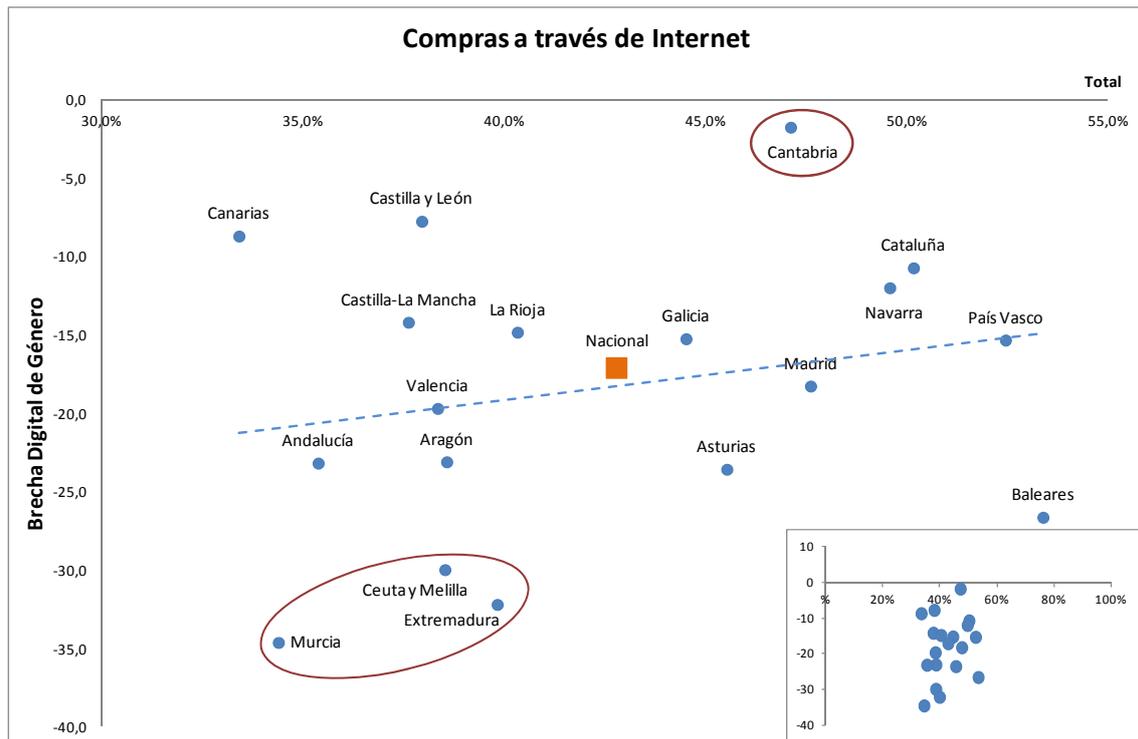
Si a nivel nacional un 43% de las personas internautas han comprado alguna vez por Internet, con una diferencia a favor de los hombres de 17 puntos, vemos que la penetración del e-comercio es superior en Baleares, País Vasco y Cataluña y claramente inferior en Canarias, Murcia y Andalucía. Eso sí, la desventaja femenina se produce en todas las Comunidades sin excepción, siendo más fuerte en Murcia, Extremadura y Ceuta y Melilla e inferior en Cantabria, Castilla y León y Canarias.

Compras a través de Internet	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Cantabria	47,5%	46,7%	47,1%	-1,7
Castilla y León	39,4%	36,4%	38,0%	-7,7
Canarias	34,9%	31,9%	33,4%	-8,7
Cataluña	52,9%	47,2%	50,2%	-10,7
Navarra	52,7%	46,4%	49,6%	-12,0
Castilla-La Mancha	40,4%	34,7%	37,6%	-14,2
La Rioja	43,5%	37,1%	40,3%	-14,8
Galicia	48,0%	40,7%	44,5%	-15,2
País Vasco	56,6%	47,9%	52,4%	-15,3
Nacional	46,6%	38,6%	42,8%	-17,1
Madrid	52,3%	42,8%	47,6%	-18,3
Valencia	42,0%	33,8%	38,3%	-19,7
Aragón	43,2%	33,2%	38,6%	-23,1
Andalucía	39,8%	30,6%	35,4%	-23,2
Asturias	51,8%	39,6%	45,5%	-23,6
Baleares	61,1%	44,8%	53,4%	-26,6
Ceuta y Melilla	44,7%	31,3%	38,5%	-30,0
Extremadura	46,9%	31,8%	39,8%	-32,2
Murcia	40,7%	26,6%	34,4%	-34,6

También para este fenómeno hemos elaborado un gráfico de dispersión que afina el análisis realizado. Observamos:

- La pendiente creciente de la línea de tendencia indica una vez más que la BDG es algo inferior en las Comunidades con mayores porcentajes de población que ha comprado alguna vez por Internet. Eso sí, su posición fuertemente desplazada hacia la parte inferior del eje vertical, pone de relieve la gran magnitud de la BDG. Otra perspectiva distinta de esa situación se contempla en la imagen a escala contenida en el recuadro situado en el ángulo inferior derecho: fuertes niveles de BDG (hacia abajo en el eje vertical) y todavía reducida población que realiza comercio electrónico (hacia la izquierda del eje horizontal).¹³
- La proporción de internautas que ha hecho e-comercio es superior (en torno al 50%) en Baleares, País Vasco, Cataluña y Navarra e inferior en Canarias, Murcia y Andalucía.

¹³ Ídem ant.



- La BDG menos acusada (aun siendo negativa) se registra en Cantabria, además con un nivel de uso por encima de la media. La peor situación la encontramos en Murcia, Extremadura y Ceuta y Melilla, con fortísimas BDG negativas y niveles de uso del e-comercio inferiores a la media nacional.

En relación con la frecuencia de compra, la situación es radicalmente diferente, pues las mujeres parecen estar incorporadas al e-comercio de manera más efectiva que los hombres. La BDG es a favor de ellas no sólo en el conjunto nacional, sino también en ocho de las Autonomías, destacando los casos de Valencia y Extremadura. En el extremo opuesto, Cantabria, Castilla y León y

Castilla-La Mancha registran niveles muy elevados de desigualdad de género en esta categoría.

¿Cuándo fue la última vez que compró a través de	Último mes			
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Valencia	27,7%	42,6%	33,6%	34,9
Extremadura	23,9%	35,3%	28,2%	32,4
Baleares	31,6%	38,1%	34,2%	17,1
Ceuta y Melilla	32,1%	36,9%	33,9%	13,1
País Vasco	29,1%	33,2%	30,9%	12,2
Andalucía	33,7%	38,4%	35,7%	12,1
Cataluña	30,1%	33,2%	31,5%	9,3
Murcia	26,5%	27,2%	26,7%	2,6
Nacional	34,0%	34,2%	34,1%	0,7
Aragón	38,4%	37,6%	38,0%	-2,1
Asturias	35,5%	33,4%	34,6%	-6,2
La Rioja	30,1%	27,3%	28,8%	-9,2
Madrid	38,4%	32,7%	35,9%	-14,9
Galicia	40,4%	34,0%	37,6%	-15,8
Canarias	36,1%	28,0%	32,2%	-22,5
Navarra	38,5%	28,5%	33,8%	-25,9
Castilla-La Mancha	46,2%	32,8%	40,2%	-29,1
Castilla y León	40,8%	28,5%	35,1%	-30,1
Cantabria	44,4%	25,9%	35,7%	-41,7

Queda por abordar el estudio de la tercera BDG a nivel territorial, la vinculada con los dispositivos, aplicaciones y usos más avanzados de Internet. Como ya se advirtió en el análisis nacional, es precisamente aquí donde más se agudizan las diferencias de género, en contra de las mujeres. Para ello consideramos el uso de dispositivos móviles de conexión y los usos avanzados de Internet.

En el campo de la conexión móvil, dos dispositivos, de los cuatro incluidos en la encuesta, son los que han alcanzado un grado de penetración significativa en la sociedad española: el teléfono móvil de banda ancha y el ordenador portátil wireless. El ordenador de mano y otro tipo de teléfonos móviles presentan

niveles de uso muy reducidos y quedan al margen de nuestro análisis (aunque la información al respecto se recoge en sendas tablas mostradas más abajo).

Las diferencias son particularmente grandes (en 2010) en el uso de teléfono móvil de banda ancha, con brechas de más de 50 puntos en contra de las mujeres en siete Autonomías y con sólo una Comunidad (Murcia) con una mínima diferencia a favor de ellas. En uso de ordenador portátil wireless, la tendencia es similar, si bien las brechas están más contenidas. Destaca el caso positivo de Madrid, y en menor medida de Galicia, por la ventaja significativa de las mujeres en este terreno.

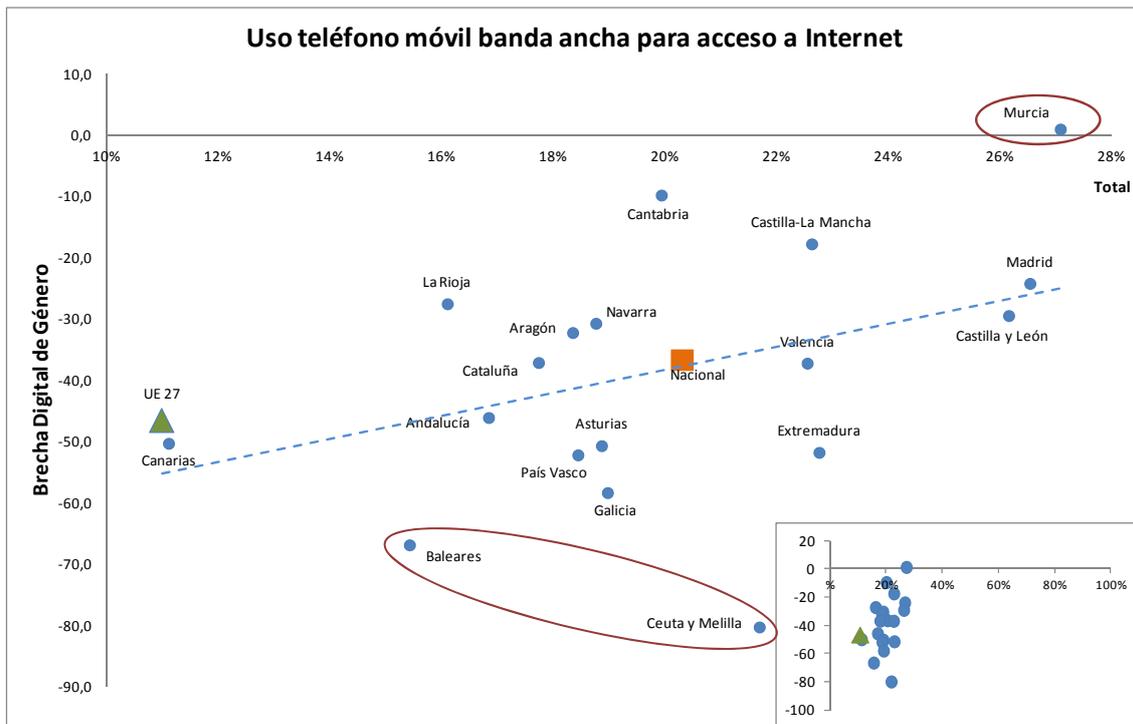
Uso dispositivo movil para acceso a Internet	Teléfono móvil banda ancha			
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Murcia	27,0%	27,2%	27,1%	1,0
Cantabria	20,9%	18,9%	19,9%	-9,7
Castilla-La Mancha	24,7%	20,4%	22,6%	-17,7
Madrid	30,1%	22,8%	26,5%	-24,1
La Rioja	18,6%	13,5%	16,1%	-27,5
Castilla y León	30,5%	21,5%	26,2%	-29,4
Navarra	22,1%	15,3%	18,8%	-30,7
Aragón	21,6%	14,6%	18,3%	-32,2
Nacional	24,6%	15,6%	20,3%	-36,7
Cataluña	21,6%	13,6%	17,7%	-37,1
Valencia	27,1%	17,0%	22,5%	-37,2
Andalucía	21,5%	11,6%	16,8%	-46,0
Canarias	14,7%	7,3%	11,1%	-50,2
Asturias	25,5%	12,6%	18,9%	-50,6
Extremadura	29,9%	14,4%	22,8%	-51,7
País Vasco	24,5%	11,7%	18,4%	-52,1
Galicia	26,5%	11,1%	19,0%	-58,3
Baleares	22,7%	7,6%	15,4%	-66,8
Ceuta y Melilla	34,4%	6,8%	21,7%	-80,2

Uso dispositivo móvil para acceso a Internet	Ordenador portátil wireless			
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Madrid	25,4%	29,5%	27,4%	13,7
Galicia	39,6%	41,8%	40,6%	5,3
Extremadura	31,2%	31,3%	31,2%	0,4
La Rioja	25,5%	24,9%	25,2%	-2,1
Aragón	26,3%	25,4%	25,9%	-3,4
Castilla-La Mancha	28,2%	26,7%	27,5%	-5,2
Cataluña	21,4%	20,1%	20,8%	-5,8
Valencia	26,9%	24,7%	25,9%	-8,0
Nacional	25,4%	23,2%	24,3%	-8,5
Andalucía	20,8%	18,1%	19,5%	-13,1
Canarias	15,0%	12,9%	13,9%	-14,1
Navarra	21,5%	18,0%	19,8%	-16,1
Murcia	29,7%	24,4%	27,3%	-17,7
Asturias	30,4%	24,8%	27,5%	-18,4
Ceuta y Melilla	41,0%	28,4%	35,2%	-30,7
Castilla y León	36,4%	24,9%	30,9%	-31,6
Cantabria	28,4%	17,1%	23,1%	-39,7
País Vasco	24,7%	14,6%	19,9%	-40,7
Baleares	22,5%	13,3%	18,0%	-41,1

La representación gráfica de esa misma información, queda como sigue y permite hacer algunas observaciones adicionales:

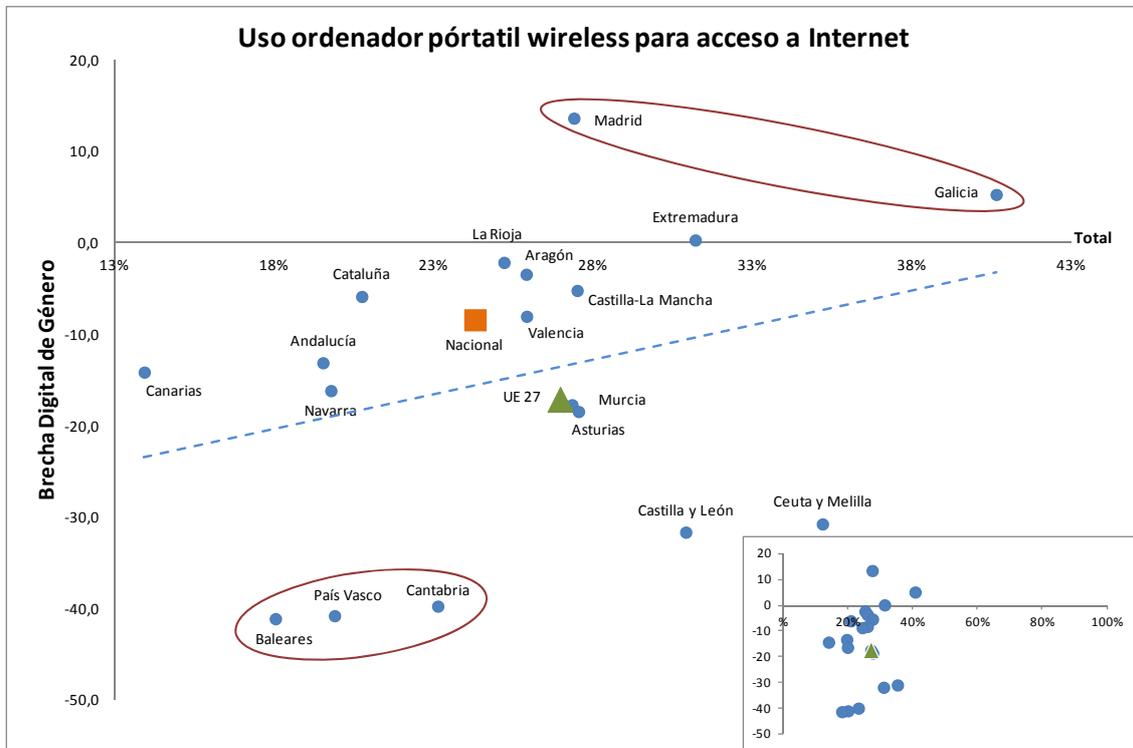
- España está considerablemente por delante de la media de la UE27 en volumen de población que utiliza el teléfono móvil para acceder a Internet. Sólo Canarias queda rezagada, al nivel de la propia UE27. A pesar de ello, como queda patente en el gráfico escalado del recuadro inferior, se trata de una práctica minoritaria (en 2010, recuérdese) y donde se registran abultadísimas BDG negativas.
- La línea de tendencia muestra la relación positiva entre mayores niveles de población usuaria y menores BDG.
- Murcia, Madrid y Castilla y León se sitúan “a la cabeza” de Comunidades en uso de teléfonos para navegar.

- Sólo Murcia presenta una mínima BDG positiva. Las BDG negativas alcanzan valores enormes de más de 50 puntos, destacando los casos de Ceuta y Melilla y de Baleares.



- El uso de un ordenador portátil wireless para acceder a Internet está algo más extendido (en 2010) y más en consonancia con la media de la UE27. En este caso, encontramos una mayor dispersión de situaciones entre las Comunidades Autónomas, tanto para el nivel de uso, como para el grado de BDG.
- La tendencia a que la BDG disminuya conforme aumenta el porcentaje de población usuaria de este dispositivo, se mantiene (línea de tendencia).
- El mayor volumen de uso se da en Galicia y el menor en Canarias.

- La BDG es positiva en Galicia y sobre todo en Madrid. Los casos más negativos los encontramos en Baleares, País Vasco y Cantabria.



Uso dispositivo móvil para acceso a Internet	Otro teléfono móvil			
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Cantabria	8,2%	8,2%	8,2%	-0,4
Valencia	7,0%	6,5%	6,8%	-6,8
Madrid	6,7%	5,5%	6,1%	-18,5
Aragón	6,5%	4,8%	5,7%	-25,9
Castilla y León	4,6%	2,8%	3,7%	-38,5
Extremadura	6,5%	3,9%	5,3%	-40,0
Murcia	9,5%	5,5%	7,7%	-42,6
Asturias	5,9%	3,2%	4,5%	-45,8
Nacional	7,1%	3,8%	5,5%	-46,9
Navarra	4,6%	2,3%	3,5%	-49,3
Andalucía	6,5%	3,3%	4,9%	-49,8
Canarias	3,5%	1,5%	2,5%	-55,3
País Vasco	4,4%	1,8%	3,2%	-60,5
Cataluña	7,6%	3,0%	5,4%	-60,8
Galicia	13,7%	3,4%	8,7%	-74,9
Castilla-La Mancha	10,0%	2,4%	6,3%	-75,9
Ceuta y Melilla	11,0%	2,1%	6,9%	-81,0
Baleares	7,2%	,8%	4,1%	-88,4
La Rioja	13,9%	1,5%	7,8%	-89,2

Uso dispositivo móvil para acceso a Internet	Ordenador de mano			
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Navarra	6,8%	5,7%	6,3%	-16,2
Aragón	5,9%	4,5%	5,3%	-24,6
Cataluña	8,6%	6,4%	7,6%	-25,2
La Rioja	7,3%	5,0%	6,1%	-31,0
Valencia	9,0%	5,7%	7,5%	-36,9
Galicia	10,8%	6,7%	8,8%	-38,5
Madrid	11,6%	7,1%	9,4%	-38,6
Andalucía	6,5%	3,6%	5,1%	-43,9
Asturias	9,9%	5,6%	7,7%	-44,2
Nacional	9,1%	5,0%	7,2%	-45,2
País Vasco	8,0%	4,0%	6,1%	-50,3
Murcia	14,9%	6,9%	11,4%	-53,5
Castilla y León	12,2%	4,5%	8,5%	-62,7
Cantabria	9,3%	2,6%	6,2%	-72,4
Castilla-La Mancha	11,4%	3,1%	7,4%	-72,6
Ceuta y Melilla	7,1%	1,8%	4,7%	-73,8
Canarias	5,2%	,7%	3,0%	-85,8
Baleares	8,9%	,8%	5,0%	-91,2
Extremadura	10,4%	,9%	6,0%	-91,4

En cuanto a los servicios avanzados usados en Internet, el análisis territorial es más dificultoso, puesto que puede existir una gran diversidad de factores condicionantes de las diferencias en el uso de los distintos tipos de servicios avanzados. A pesar de lo cual, consideramos interesante detenernos brevemente a considerar qué Comunidades muestran una mayor diferencia de género, aunque no sea posible incidir en su explicación, por ahora.

En ese sentido, Baleares es la Comunidad que presenta una situación más clara por tener los mayores niveles de BDG (desigualdad en contra de las mujeres y por tanto posicionada al final de las tablas que siguen) en el uso de los cuatro servicios considerados. Cantabria, pese a ostentar el primer puesto en ventaja femenina en la realización de llamadas por Internet, también se encuentra en la parte baja de las tablas en las otras tres variables.

En la parte superior, indicativa de BDG a favor de las mujeres, destaca el caso del País Vasco, como patrón más claro.

No podemos finalizar este apartado sin llamar la atención sobre que el servicio avanzado “escuchar radio y ver televisión”, fuertemente asociado con el consumo de ocio, registra una BDG a favor de los hombres en todas las Comunidades Autónomas.

Servicios avanzados usados en Internet	Telefonar a través de Internet			
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Cantabria	9,4%	16,5%	12,7%	43,1
Valencia	19,9%	24,6%	22,0%	19,1
País Vasco	15,2%	18,4%	16,7%	17,7
Asturias	21,2%	23,8%	22,6%	10,8
Ceuta y Melilla	22,4%	23,5%	22,9%	4,7
Canarias	21,1%	22,0%	21,5%	3,9
Castilla-La Mancha	13,9%	14,3%	14,1%	2,8
Andalucía	19,1%	19,1%	19,1%	0,1
Nacional	20,9%	20,0%	20,5%	-4,1
Cataluña	18,6%	17,4%	18,0%	-6,2
Navarra	20,4%	18,9%	19,7%	-7,2
Extremadura	22,4%	20,6%	21,6%	-7,9
Madrid	29,1%	26,4%	27,8%	-9,4
Galicia	22,8%	20,3%	21,6%	-11,3
Aragón	22,2%	17,3%	20,0%	-21,9
Castilla y León	18,0%	13,5%	15,8%	-25,2
La Rioja	25,6%	18,4%	22,0%	-28,4
Murcia	19,3%	12,5%	16,3%	-35,2
Baleares	30,9%	17,5%	24,5%	-43,4

Servicios avanzados usados en Internet	Mensajes a chats, mensajería			
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
La Rioja	37,6%	47,9%	42,7%	21,4
País Vasco	31,4%	37,1%	34,1%	15,5
Castilla-La Mancha	47,7%	52,7%	50,1%	9,6
Cataluña	47,6%	52,2%	49,8%	8,9
Valencia	48,6%	53,0%	50,6%	8,2
Canarias	55,9%	60,4%	58,1%	7,5
Madrid	48,4%	50,4%	49,4%	4,0
Aragón	49,2%	50,5%	49,8%	2,6
Nacional	48,3%	49,6%	48,9%	2,6
Castilla y León	50,1%	51,2%	50,6%	2,1
Asturias	47,2%	48,0%	47,6%	1,8
Andalucía	50,8%	49,6%	50,3%	-2,4
Navarra	33,2%	32,4%	32,8%	-2,4
Cantabria	39,6%	38,6%	39,1%	-2,5
Murcia	50,3%	48,1%	49,3%	-4,4
Ceuta y Melilla	55,8%	53,0%	54,5%	-5,0
Extremadura	53,3%	50,4%	52,0%	-5,4
Galicia	51,6%	42,1%	46,9%	-18,5
Baleares	54,0%	41,1%	47,8%	-23,9

Servicios avanzados usados en Internet	Escuchar radio y/o ver TV			
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Madrid	47,3%	47,0%	47,1%	-0,6
Murcia	42,0%	40,9%	41,5%	-2,6
País Vasco	33,5%	31,6%	32,6%	-5,6
Ceuta y Melilla	38,8%	34,8%	37,0%	-10,1
Navarra	40,4%	36,3%	38,4%	-10,2
Castilla-La Mancha	47,7%	42,5%	45,2%	-11,0
Cataluña	44,3%	37,6%	41,1%	-15,1
Asturias	46,7%	38,8%	42,6%	-17,0
Nacional	46,1%	38,0%	42,2%	-17,7
Canarias	49,9%	40,5%	45,4%	-18,8
Extremadura	49,1%	38,8%	44,3%	-21,0
Valencia	48,3%	37,2%	43,3%	-23,0
Aragón	47,2%	35,3%	41,7%	-25,2
Andalucía	47,3%	35,1%	41,5%	-25,7
Castilla y León	47,0%	33,7%	40,6%	-28,4
La Rioja	48,4%	33,4%	41,0%	-30,8
Galicia	51,0%	34,1%	42,7%	-33,2
Baleares	42,6%	27,9%	35,5%	-34,6
Cantabria	47,5%	29,2%	38,9%	-38,5



Servicios avanzados usados en Internet	Colgar contenidos propios: texto, fotos			
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
La Rioja	24,8%	33,5%	29,1%	25,9
País Vasco	23,3%	31,0%	26,9%	25,1
Canarias	38,6%	49,6%	43,9%	22,2
Madrid	30,1%	37,9%	33,9%	20,7
Asturias	26,5%	33,0%	29,8%	19,8
Ceuta y Melilla	37,1%	44,3%	40,4%	16,3
Castilla-La Mancha	33,6%	39,1%	36,3%	14,3
Aragón	31,7%	35,9%	33,6%	11,8
Valencia	33,3%	37,4%	35,2%	10,8
Castilla y León	31,6%	34,4%	33,0%	8,2
Nacional	34,8%	37,0%	35,9%	5,9
Cataluña	40,8%	42,5%	41,6%	4,2
Galicia	36,3%	36,5%	36,4%	0,4
Murcia	34,7%	34,1%	34,5%	-1,8
Extremadura	39,2%	37,7%	38,5%	-3,9
Navarra	24,4%	23,3%	23,9%	-4,7
Baleares	39,6%	33,7%	36,7%	-15,0
Andalucía	38,9%	32,6%	35,9%	-16,1
Cantabria	34,6%	27,9%	31,5%	-19,3



IV. CONCLUSIONES

Como se ha podido constatar por el estudio realizado, en el año 2010 España ha experimentado una importante difusión de las tecnologías de la información y la comunicación. Como en otros contextos internacionales, el volumen de población usuaria de TIC ha aumentado de forma considerable en los últimos años. Pero a pesar ello, la brecha digital de género continua presente.

129

Aunque en el acceso a las tecnologías más populares, como el teléfono móvil, la situación es de práctica igualdad, el porcentaje de mujeres que han hecho uso en alguna ocasión de un ordenador o de Internet está todavía por detrás del correspondiente a los hombres. Sin embargo, en perspectiva temporal, destaca la tendencia a la progresiva reducción e incluso superación de las diferencias en la primera brecha digital. El análisis en función de la edad, corrobora esa impresión, situación positiva a la que también contribuye el progresivo incremento de la formación. La conjunción de ambas variables, juventud y alta formación, son determinantes para el incremento de la alfabetización digital y la superación de la primera BDG en España. Ello también se aprecia en el papel positivo que en tales términos tiene la convivencia en familias, entendemos que por el efecto impulsor que tendría la presencia de menores en el hogar.

La convergencia entre mujeres y hombres en esos niveles más básicos de incorporación a las TIC, también se percibe en determinados aspectos de la segunda brecha digital de género. Aunque en líneas generales existe una menor intensidad de la incorporación femenina a Internet y significativas diferencias en los usos que mujeres y hombres hacen de las TIC, hemos

encontrado una mayoría de personas que usan habitualmente el ordenador e Internet y se constata la tendencia a la progresiva minoración de la BDG.

En esa tendencia hacia una mayor convergencia en la segunda BDG, la edad continúa contribuyendo positivamente, registrándose resultados a favor de las mujeres en frecuencia e intensidad de uso TIC en los grupos de edad más jóvenes. Sin embargo, se aprecia una importante diferencia respecto del papel de la educación, confirmando algo que ya hemos apuntado en otros estudios: la formación pierde capacidad de contribuir a la eliminación de las desigualdades de género conforme nos adentramos en niveles de mayor intensidad o complejidad de incorporación a las TIC. También se ha constatado que estar empleada o estudiando contribuye de manera poderosa mejorar la e-inclusión de las mujeres.

130

En cuanto a la tareas y usos que se hacen de Internet, las actividades más sencillas y populares presentan niveles de uso elevado y brechas de género reducidas, pero conforme se hacen más específicas, menos populares y, en cierto modo, implican un mayor grado de habilidad técnica, el porcentaje de personas usuarias desciende significativamente y la BDG vuelve a incrementarse. Además, comprobamos que se mantiene la especialización de género en los tipos de usos, siendo la desproporción especialmente patente en el caso de los vinculados al consumo y al ocio, todos ellos mucho más empleados por los hombres que por las mujeres, frente al mayor uso que éstas hacen de servicios relacionados con el bienestar social: empleo, salud o formación.

Para los usos más populares (email, viajes y alojamientos, webs de administraciones públicas), la edad mantiene la tendencia a que conforme ésta aumenta, la proporción de usuarios va disminuyendo y la BDG aumenta,

mientras que en las cohortes más jóvenes la desigualdad es a favor de las mujeres. Ello podría amparar una posible superación futura de la BDG en ese tipo de usos por causas generacionales.

En los usos masculinizados, la edad no es capaz, en general, de revertir el dominio masculino. Por tanto, no parece probable que el mero paso del tiempo altere de forma definitiva la sexualización de estos usos. La ventaja masculina en ese tipo de usos se encuentra fuertemente asentada en todos los niveles educativos en general, alejando en consecuencia la posibilidad de que tales desequilibrios se corrijan sólo con la extensión de los grados educativos superiores. Nuevamente, estar empleada o sobre todo estudiando tiende a reducir en alguna medida la abultada BDG general en este tipo de usos.

En los usos feminizados, las diferencias entre las BDG de los distintos grupos de edad, nivel de estudios y situación laboral, apuntan hacia la relevancia explicativa de otros factores de tipo social o cultural. Ello es coherente con la constatación de que mejores posiciones económicas van asociadas a mayores volúmenes de población que hace ese tipo de usos (por ejemplo consultar temas de salud) pero también a la pérdida de la ventaja de género que ellas tienen en los hogares de menores ingresos. También con el hecho de que la BDG a favor de las mujeres tiende a crecer conforme disminuye la densidad de población, lo que confirmaría que Internet es una importante herramienta para las mujeres de entornos escasamente poblados.

Por otra parte, hemos visto cómo, aunque las mujeres españolas tienen una menor presencia general en el comercio electrónico, existe un importante colectivo de mujeres que hacen un uso frecuente del e-comercio. En esta última categoría la edad desempeña un importante papel, puesto que la BDG es a favor de ellas en los grupos más jóvenes (de entre 16 y 34 años).



Conforme se posee mayor formación, el porcentaje de personas que han comprado por Internet se incrementa ostensiblemente, al tiempo que se va reduciendo la BDG también con fuerza. Otro factor impulsor del e-comercio es el empleo, pues entre quienes están ocupados, la participación en esa actividad es superior y la desigualdad de género inferior. En sentido contrario, las situaciones de inactividad (y no tanto el hallarse en paro) concentran los peores porcentajes de uso y las mayores BDG.

En cuanto a la seguridad informática, los hombres españoles se ocupan de ella en mayor medida que las mujeres y más a menudo. Además, existe una clara correlación entre incremento de la edad y aumento de la BDG en uso de software de seguridad (aunque en los grupos más jóvenes la ventaja es para las mujeres). Y ello a pesar de que el nivel de preocupación sobre problemas en Internet es sensiblemente menor entre los hombres que entre las mujeres. Tal vez como consecuencia de su mayor grado de preocupación, las mujeres presentan un mayor nivel de inhibición a la hora de realizar algunas actividades en Internet que podrían conllevar riesgos de seguridad. En conclusión, podríamos afirmar que ellas son menos activas en la gestión de la seguridad, también más pragmáticas y, desde luego más miedosas. Este comportamiento podría estar relacionado con cuestiones como la tecnofobia o la brecha de habilidades tecnológicas entre mujeres y hombres.

En el campo de la tercera brecha digital de género, relativa a las aplicaciones que están a la cabeza del desarrollo de Internet, el dominio masculino es claro en la conexión mediante dispositivos móviles. La edad no condiciona de forma lineal la BDG en este terreno. En el acceso a Internet por teléfono móvil el grado de desigualdad no es menor entre los más jóvenes. Ello puede deberse a que estos dispositivos aún no estaban tan difundidos en el año 2010, unido a una mayor facilidad de los hombres para incorporar las novedades tecnológicas

antes que las mujeres, algo que es característico de la tercera BDG. La formación no parece poder corregir la tercera BDG, puesto que la desigualdad se acentúa entre los grupos con más formación, alcanzándose el mayor grado de desigualdad precisamente entre la población con estudios universitarios. Por otra parte, la mayor BDG en el uso de estos dispositivos de conexión se da entre quienes se encuentran en situación de desempleo, mientras que la familia ya no resulta aquí un factor coadyuvante (como sí sucedía para la primera BDG).

Sin embargo, la BDG en usos avanzados de Internet se reduce significativamente en 2010 e incluso alcanza ventajas femeninas en algunos apartados. Por tanto, podemos concluir que convive la posición dominante de los hombres en la utilización de los formatos más novedosos, tal vez derivada de una mayor facilidad o interés por las novedades tecnológicas, con la progresiva reducción de diferencias de género en los usos avanzados de Internet conforme éstos maduran o se extienden, aun cuando se mantiene una especialización clara en función del sexo.

Como ya hemos reiterado en otras ocasiones, la situación de desigualdad en el terreno de la tercera BDG, puede resultar de particular importancia para explicar la desigualdad de género en el conjunto de la Sociedad de la Información, en tanto que afecta precisamente al entorno clave en el que se fraguan y lideran los cambios tecnológicos, económicos y sociales.

Una interesante conclusión de carácter general que se extrae de la comprobación de la situación existente a lo largo de las tres BDG, es la constatación una vez más de la existencia y superposición de esas múltiples brechas digitales de género, que refuerzan su influencia negativa sobre la incorporación efectiva de las mujeres a la SI y la igualdad de género. No

obstante lo cual, parece existir una tendencia a que las diferencias de género disminuyan conforme se va incrementado la proporción de personas que accede y hacen uso de las TIC. La desigualdad de género permanece concentrada en los tipos de usos que se hacen y en particular en los de carácter más avanzado.

Si esa es la situación en España, su contextualización con el entorno europeo ha puesto de manifiesto que nuestro país se sitúa en torno a las medias europeas, aunque considerablemente alejado de los primeros lugares que ocupan los países más avanzados en los niveles de inclusión digital e igualdad de género.

Además, conforme pasamos de la primera a la segunda BDG (especial significatividad tiene el caso del e-comercio), España desciende a posiciones más alejadas de los puestos de cabeza y por tanto se va distanciando de los escenarios más deseables en términos de e-inclusión.

Paradójicamente, España ocupa posiciones por encima de las medias europeas en algunos aspectos de la tercera BDG, como el acceso a Internet por dispositivos móviles de conexión.

A pesar de esta situación desfavorable en Europa, hemos de señalar que la evolución experimentada en los últimos años es hacia una importante mejora de España en cuanto a la extensión de las TIC y la reducción de la BDG. Sin embargo, el campo de las nuevas tecnologías es particularmente dinámico y el progreso experimentado por otros países, cuando no el liderazgo de los de cabecera, ha impedido que la mejoría vivida por España en términos absolutos (temporales), se corresponda con una ganancia de posiciones en relación con otros países europeos. La evolución hacia la situación que detentan los países

que podemos considerar casos de benchmarking, necesitará de la intensificación de los esfuerzos en inclusión digital desde esa perspectiva de relativa y dinámica.

Este trabajo ha incluido como elemento novedoso el análisis de la inclusión digital con perspectiva de género a nivel de Comunidades Autónomas. Los resultados alcanzados, aunque precisarían ser desarrollados con mayor detenimiento y profundidad en posteriores investigaciones, permiten establecer algunas conclusiones significativas.

En primer lugar se comprueba que, en términos generales, las Comunidades españolas se encuentran relativamente próximas en cuanto a porcentajes de acceso y uso de TIC. La variedad de situaciones es muy superior en cuanto a los niveles de BDG. Además, la dispersión de los resultados se incrementa conforme nos adentramos en terrenos de mayor intensidad tecnológica, que también van asociados a diferencias de género más acusadas.

Más allá de esas consideraciones de carácter general, es posible establecer una relación de los principales resultados obtenidos, estructurada en función de los respectivos grados de BDG:

- Primera BDG:
 - El análisis realizado ha arrojado un resultado llamativo que viene a matizar la supuesta superación de la primera BDG que estaría asociado al incremento progresivo del volumen de población que accede a las TIC. A pesar de que a nivel nacional dicha relación ha quedado contrastada, la desagregación de los datos a nivel autonómico muestra que las distancias entre mujeres y hombres no disminuyen con una mayor extensión del acceso a las TIC.

Hemos comprobado que las Comunidades con mayor población que ha accedido alguna vez al ordenador o a Internet, no presentan niveles más bajos de BDG que otras con niveles de acceso inferiores.

- En general, los mayores niveles de desigualdad en contra de las mujeres en el acceso al ordenador e Internet se han detectado en Valencia, Murcia y Ceuta y Melilla. Las diferencias son a favor de las mujeres en La Rioja, Navarra y Asturias.
 - Por otra parte, las limitaciones derivadas de la carencia de infraestructura informática y de Internet en el hogar son mayores en Extremadura y Galicia.
- Segunda BDG:
 - A este nivel ya sí que se constata una relación negativa entre mayor volumen de población e-incorporada (que usa las TIC con mayor frecuencia e intensidad) y tamaño de la BDG. Por lo tanto, podemos afirmar que las Comunidades con mayores niveles de incorporación efectiva a las TIC, tienden a presentar un menor grado de desigualdad a nivel de la segunda BDG.
 - Las mujeres de Baleares, Aragón y Galicia utilizan el ordenador e Internet con mayor frecuencia que los hombres de esas Comunidades. En el extremo contrario se sitúa Ceuta y Melilla y en menor medida Extremadura y Canarias.
 - Estas dos últimas Comunidades también registran las mayores BDG en intensidad de uso de ambas tecnologías (conexión a diario al ordenador o Internet), quedando claramente descolgadas del conjunto de regiones con niveles de brecha que cuadruplican las medias nacionales.

- La penetración del e-comercio es superior en Baleares, País Vasco, Cataluña y Navarra y claramente inferior en Canarias, Murcia y Andalucía. Eso sí, la desventaja femenina se produce en todas las Comunidades sin excepción, siendo más fuerte en Murcia, Extremadura y Ceuta y Melilla, hasta el punto de duplicar el valor medio nacional de BDG.
- Tercera BDG:
 - Como ocurría con la segunda, también para la tercera BDG se detecta una correlación entre Comunidades con mayor volumen de población usuaria de dispositivos móviles de conexión a Internet y niveles inferiores de desigualdad de género.
 - No obstante lo anterior, hay que incidir en que la conexión mediante dispositivos móviles presenta en 2010 una BDG muy fuerte en toda España, especialmente acusada en Ceuta y Melilla, Baleares, País Vasco y Cantabria. En sentido contrario, Murcia, Madrid y Galicia destacan como casos en que la proporción de mujeres usuarias de estos dispositivos es ligeramente superior a la de hombres.
 - En cuanto al uso de servicios avanzados de Internet, la desigualdad de género en contra de las mujeres es más fuerte en Baleares y Cantabria. La situación más favorable se registra en el País Vasco.

Como resumen final de los resultados a nivel autonómico, y aun siendo conscientes de los riesgos que implica una simplificación excesiva de una realidad tan compleja, podríamos afirmar que, en cuanto a igualdad de género en la SI, la mejor situación en el conjunto de España la disfrutaban las mujeres de La Rioja, Navarra, Asturias y Madrid. Por el contrario, las situaciones más



desfavorables se concentran en Murcia, Extremadura, Ceuta y Melilla y en menor medida en Valencia, Canarias y Baleares.

Confiamos en que los resultados alcanzados en los diferentes niveles territoriales, sean de utilidad para la elaboración y ejecución por parte de las respectivas administraciones implicadas, de medidas efectivas tendentes a lograr una mayor igualdad de género en las TIC.

138

La conclusión final que se extrae de nuestra investigación es que, a pesar de los matices que van apareciendo con los años, las mujeres españolas usuarias de nuevas tecnologías continúan teniendo un menor nivel de e-inclusión, esto es, un menor grado de incorporación efectiva a las TIC, que los usuarios varones. También que en la Red se están trasplantando situaciones de desigualdad derivadas de una sociedad patriarcal y de la división sexual del trabajo. De seguir así, las consecuencias de esta situación se dejarán sentir en el medio plazo.

Y es que si las aplicaciones TIC no están diseñadas para el apoyo y aprovechamiento del 50% de la población, constituyen una barrera para que la SI contribuya a la igualdad de género. De hecho, la misma existencia de esta brecha pone en cuestión un modelo de SI que, por no considerar suficientes elementos de inclusión, tenderá al fracaso y la no sostenibilidad.

V. BIBLIOGRAFÍA

- Bimber, B.**, (2000), "Measuring the Gender Gap on the Internet", *Social Science Quarterly*, No. 81, Vol. 3, pp. 868-76.
- Brynin, M., Raban, Y., y Soffer, T.**, (2004), "The New ITCs: Age, Gender and the Family", en *e-living: Life in a Digital Europe*.
- Castaño, C.**, (coord.), (2008), *La segunda brecha digital*. Cátedra. Madrid.
- Castaño, C.**, Martín, J. y Vázquez, S., (2008), "La e-inclusión y el bienestar social: una perspectiva de género", en *Economía industrial*, No. 367, pp. 139-152.
<http://www.mityc.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/367/139.pdf> (Disponible diciembre 2011).
- Castaño, C.**, et al, (2009), *La brecha digital de género. Amantes y distantes*, Universidad Complutense de Madrid.
- Celik, H. y Ipcioglu, I.**, (2007), "Gender differences in the acceptance of information and communication technologies: the case of internet usage", *International Journal of Knowledge and Learning*, Vol. 3 - Issue 6 – 2007, pp. 576-591.
- DiMaggio, P. y Hargittai, E.**, (2001), "From the 'Digital Divide' to 'Digital Inequality': Studying Internet Use as Penetration Increases", *Working Paper Series*, 15, Princeton, Center for Arts and Cultural Policy Studies.
- DiMaggio, P., Hargittai, E., Celeste, C. y Shafer, S.**, (2004), "Digital Inequality: From Unequal Access to Differentiated Use", en Neckerman, K.(ed.) *Social Inequality*, New York, Russell Sage Foundation, pp. 355-400.
- Dutta, S. y Mia, I.**, (2008), *The Global Information Technology Report 2008-2009*, World Economic Forum, Geneva, Switzerland.
<http://www.insead.edu/v1/gitr/wef/main/fullreport/index.html> (Disponible diciembre 2011).
- European Commission (EC)**, (2011), *Strategy Equality between women and men 2010-2015*.

- European Commission (EC)**, (2010), Una Agenda Digital para Europa. Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones.
- Eurostat**, (2010), "Community Survey on ICT Usage in Households and by Individuals".
- Eurostat**, (2009), "Availability of Variables Collected in the Community Survey on ICT Usage in Households and by Individuals 2003-2008".
- Fundación France Telecom España**, (2010), eEspaña 2010, Fundación France Telecom España, Madrid. <http://www.informeeespana.es/docs/eE2010.pdf> (Disponible diciembre 2011).
- Hafkin, N. y Huyer, S.**, (eds.), (2006), Cinderella or Cyberella?: Empowering Women in the Knowledge Society, Bloomfield, CT, Kumarian Press.
- Hausmann, R., Tyson, L.D. y Zahidi, S.**, (eds.), (2006), The Global Gender Gap Report 2006, World Economic Forum, Geneva, Switzerland. <http://www.weforum.org/pdf/gendergap/report2006.pdf> (Disponible diciembre 2011).
- Instituto Nacional de Estadística (INE)**, (2010), Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares (TIC-H).
- Joseph, J.L. y Mukhopadhyay, S.**, (2010), "A bi-national examination of gender and IT adoption", International Journal of Society Systems Science, Vol. 2, No.3, pp. 255-268.
- Kennedy, T., Wellman, B. y Klement, K.**, (2003), "Gendering the Digital Divide", IT & Society, Vol. 1, No. 5, pp. 72-96.
- Liff, S. y Shepherd, A.**, (2004), "An Evolving Gender Digital Divide?", OII Issue Brief, 2, Oxford Internet Institute.
- Permanyer, I.**, (2009), "The Measurement of Multidimensional Gender Inequality: Continuing the Debate", en Social Indicators Research, Springer Netherlands. <http://www.springerlink.com/content/4231w73g52205841/fulltext.pdf> (Disponible diciembre 2011).

Stewart, J., (2002), "Information society, the Internet and gender. A summary of Pan-european statistical data", en Sorensen, K. and Stewart, J. (eds.), Digital Divides and Inclusion Measures: A Review of the Literature and Statistical Trends on Gender and ICT, Trondheim, Norway, NTNU.

Wellman, B. y Haythornwhite, C., (eds.), (2002), The Internet in every day life, Oxford, Blackwell.



VI. ANEXOS

VI.1. Tablas de Comunidades Autónomas (otros resultados)

Lugar de utilización del ordenador en los últimos 3	Vivienda			Centro de trabajo			Centro de estudios			Otra vivienda conocidos				
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total		
	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha		
Andalucía	86,8%	88,1%	87,4%	40,8%	35,5%	38,3%	-13,0	11,9%	16,0%	13,8%	25,5%	24,1%	24,8%	-5,6
Aragón	93,4%	89,4%	91,5%	39,8%	47,6%	43,5%	16,4	11,9%	18,9%	15,2%	28,1%	29,0%	28,5%	3,2
Asturias	91,8%	90,7%	91,2%	43,3%	44,6%	44,0%	2,8	12,6%	12,9%	12,8%	26,5%	31,6%	29,1%	16,1
Baleares	90,9%	86,5%	88,8%	47,3%	45,0%	46,2%	-4,8	10,7%	10,3%	10,5%	25,9%	19,0%	22,6%	-26,6
Canarias	91,1%	87,4%	89,3%	30,7%	29,9%	30,3%	-2,6	8,9%	10,9%	9,9%	18,3%	13,0%	15,7%	-29,2
Cantabria	85,6%	90,8%	88,1%	47,1%	42,6%	44,9%	-9,5	12,4%	10,4%	11,5%	38,2%	25,6%	32,2%	-32,9
Castilla y León	88,0%	92,0%	89,9%	50,3%	42,9%	46,7%	-14,7	13,4%	15,7%	14,5%	30,0%	35,7%	32,8%	15,9
Castilla-La Mancha	90,8%	86,0%	88,5%	47,8%	42,0%	45,0%	-12,2	9,4%	15,9%	12,5%	32,2%	28,1%	30,2%	-12,9
Cataluña	92,8%	94,1%	93,4%	44,1%	41,9%	43,0%	-5,0	9,4%	13,8%	11,5%	17,4%	17,9%	17,6%	3,2
Extremadura	88,6%	81,5%	85,2%	43,8%	38,6%	41,3%	-12,0	13,6%	25,6%	19,3%	39,2%	33,6%	36,5%	-14,3
Galicia	87,2%	89,0%	88,1%	47,6%	49,5%	48,5%	3,8	13,1%	20,5%	16,6%	34,8%	40,6%	37,6%	14,2
La Rioja	86,3%	88,1%	87,2%	45,4%	44,9%	45,2%	-1,1	8,8%	11,9%	10,3%	32,4%	27,8%	30,1%	-14,3
Madrid	93,8%	94,3%	94,0%	45,9%	48,4%	47,2%	5,2	15,4%	14,3%	14,9%	35,6%	35,9%	35,8%	1,0
Murcia	91,2%	84,9%	88,3%	48,4%	44,8%	46,7%	-7,4	11,3%	14,2%	12,6%	31,9%	31,6%	31,8%	-0,7
Navarra	88,7%	90,5%	89,6%	50,5%	52,6%	51,5%	3,9	12,3%	9,7%	11,0%	26,3%	25,7%	26,0%	-2,5
Valencia	87,5%	86,6%	87,1%	41,0%	41,6%	41,3%	1,2	11,0%	15,7%	13,1%	28,8%	30,2%	29,4%	4,4
País Vasco	90,1%	93,6%	91,8%	54,1%	50,6%	52,4%	-6,5	8,5%	16,4%	12,2%	22,4%	21,3%	21,9%	-5,2
Ceuta y Melilla	89,2%	86,3%	87,9%	53,9%	46,3%	50,5%	-14,1	10,2%	17,9%	13,6%	35,5%	33,3%	34,5%	-6,1
Nacional	90,1%	90,3%	90,2%	44,3%	42,7%	43,5%	-3,6	11,6%	15,2%	13,3%	27,4%	27,2%	27,3%	-0,6

Lugar de utilización del ordenador en los últimos 3	Centro público			Cibercafé			Otro lugar		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha
Andalucía	8,6%	11,8%	10,1%	6,8%	5,4%	6,1%	8,6%	7,7%	8,2%
Aragón	17,1%	18,7%	17,8%	5,1%	3,1%	4,2%	10,2%	9,4%	9,8%
Asturias	12,4%	14,1%	13,2%	10,6%	8,9%	9,7%	17,5%	9,3%	13,4%
Baleares	7,7%	9,3%	8,5%	11,0%	4,0%	7,7%	14,6%	3,9%	9,5%
Canarias	8,0%	5,2%	6,6%	6,5%	6,3%	6,4%	9,3%	3,1%	6,2%
Cantabria	15,3%	8,4%	12,0%	8,4%	5,0%	6,8%	16,3%	10,3%	13,5%
Castilla y León	19,2%	15,6%	17,5%	6,9%	6,2%	6,6%	11,0%	9,7%	10,4%
Castilla-La Mancha	14,8%	15,4%	15,1%	7,6%	5,7%	6,7%	9,9%	6,6%	8,3%
Cataluña	10,3%	13,8%	12,0%	7,2%	6,1%	6,7%	15,3%	9,2%	12,4%
Extremadura	15,1%	17,7%	16,4%	6,0%	4,8%	5,5%	9,0%	5,1%	7,2%
Galicia	17,2%	18,7%	17,9%	13,8%	14,1%	13,9%	23,8%	20,7%	22,3%
La Rioja	11,2%	13,7%	12,4%	8,3%	6,9%	7,6%	7,0%	13,9%	10,4%
Madrid	12,2%	14,4%	13,3%	8,6%	6,4%	7,5%	15,9%	14,3%	15,1%
Murcia	15,2%	15,1%	15,2%	6,5%	6,1%	6,3%	12,1%	6,5%	9,6%
Navarra	14,5%	12,0%	13,3%	5,8%	4,9%	5,4%	11,7%	7,8%	9,8%
Valencia	12,6%	12,9%	12,7%	10,0%	7,7%	9,0%	13,3%	9,9%	11,8%
País Vasco	14,7%	12,2%	13,6%	8,2%	3,6%	6,0%	15,5%	8,4%	12,1%
Ceuta y Melilla	11,6%	7,5%	9,8%	8,1%	12,2%	10,0%	18,0%	4,8%	12,1%
Nacional	12,3%	13,5%	12,8%	8,1%	6,4%	7,3%	13,4%	9,8%	11,7%

¿Cuándo fue la última vez que compró a través de internet?	Último mes			1-3 meses			3 meses - 1 año			Más de 1 año						
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha	Hombres	Mujeres	Total	Brecha	Hombres	Mujeres	Total	Brecha				
Andalucía	33,7%	38,4%	35,7%	12,1	23,5%	22,0%	22,9%	-6,7	26,3%	24,5%	25,6%	-6,9	16,4%	15,1%	15,9%	-7,7
Aragón	38,4%	37,6%	38,0%	-2,1	19,2%	19,9%	19,5%	3,5	26,7%	31,3%	28,6%	14,7	15,8%	11,3%	13,9%	-28,5
Asturias	35,5%	33,4%	34,6%	-6,2	24,1%	27,5%	25,6%	12,3	28,5%	26,8%	27,7%	-5,9	11,9%	12,4%	12,1%	4,1
Baleares	31,6%	38,1%	34,2%	17,1	19,5%	18,3%	19,0%	-6,2	31,9%	21,4%	27,7%	-32,9	17,0%	22,2%	19,1%	23,4
Canarias	36,1%	28,0%	32,2%	-22,5	20,2%	20,7%	20,4%	2,6	21,6%	31,8%	26,4%	32,1	22,2%	19,5%	20,9%	-11,8
Cantabria	44,4%	25,9%	35,7%	-41,7	25,9%	17,7%	22,0%	-31,7	21,6%	37,0%	28,9%	41,5	8,1%	19,5%	13,5%	58,6
Castilla y León	40,8%	28,5%	35,1%	-30,1	28,7%	29,1%	28,9%	1,5	23,5%	23,4%	23,5%	-0,3	7,0%	18,9%	12,6%	63,0
Castilla-La Mancha	46,2%	32,8%	40,2%	-29,1	15,4%	23,3%	18,9%	34,0	23,2%	23,0%	23,1%	-0,8	15,3%	21,0%	17,8%	27,3
Cataluña	30,1%	33,2%	31,5%	9,3	27,9%	29,1%	28,5%	4,2	20,8%	20,1%	20,5%	-3,5	21,1%	17,6%	19,5%	-16,8
Extremadura	23,9%	35,3%	28,2%	32,4	29,5%	28,2%	29,0%	-4,3	28,9%	23,5%	26,9%	-18,8	17,7%	13,0%	15,9%	-26,7
Galicia	40,4%	34,0%	37,6%	-15,8	20,1%	15,6%	18,1%	-22,5	20,8%	29,6%	24,7%	29,7	18,7%	20,8%	19,6%	10,2
La Rioja	30,1%	27,3%	28,8%	-9,2	24,4%	38,3%	30,7%	36,4	29,2%	21,1%	25,5%	-27,9	16,4%	13,4%	15,0%	-18,3
Madrid	38,4%	32,7%	35,9%	-14,9	28,1%	34,7%	31,0%	19,0	21,9%	22,6%	22,2%	2,9	11,6%	10,1%	10,9%	-13,0
Murcia	26,5%	27,2%	26,7%	2,6	19,7%	24,6%	21,4%	20,1	25,9%	19,4%	23,6%	-25,1	28,0%	28,8%	28,3%	3,0
Navarra	38,5%	28,5%	33,8%	-25,9	16,7%	32,3%	23,9%	48,5	28,9%	23,9%	26,6%	-17,3	16,0%	15,3%	15,6%	-4,3
Valencia	27,7%	42,6%	33,6%	34,9	24,7%	19,1%	22,5%	-22,7	27,2%	22,0%	25,1%	-19,1	20,4%	16,3%	18,8%	-20,1
País Vasco	29,1%	33,2%	30,9%	12,2	20,4%	31,2%	25,1%	34,5	30,1%	22,4%	26,7%	-25,5	20,4%	13,2%	17,2%	-35,1
Ceuta y Melilla	32,1%	36,9%	33,9%	13,1	21,7%	21,8%	21,7%	0,3	33,2%	36,1%	34,3%	8,0	13,0%	5,2%	10,1%	-59,9
Nacional	34,0%	34,2%	34,1%	0,7	24,4%	26,4%	25,3%	7,3	24,5%	23,5%	24,1%	-4,0	17,1%	15,9%	16,6%	-7,0

Productos/servicios comprados en Internet (últ 12)	Alimentación		Bienes hogar		Medicamentos		Películas, música	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Andalucía	7,7%	13,1%	17,1%	18,1%	2,2%	2,6%	9,8%	4,9%
	10,0%	10,0%	17,5%	17,5%	1,2%	1,2%	7,7%	7,7%
	41,1	41,1	5,1	5,1	94,0	94,0	94,0	-49,7
Aragón	6,0%	13,0%	20,3%	34,5%	-	-	6,2%	3,8%
	8,9%	8,9%	26,2%	26,2%	-	-	5,2%	5,2%
	54,1	54,1	41,2	41,2	-	-	-	-38,3
Asturias	7,4%	12,1%	20,3%	15,8%	,8%	1,5%	13,3%	6,3%
	9,5%	9,5%	18,3%	18,3%	1,1%	1,1%	10,2%	10,2%
	39,1	39,1	-22,1	-22,1	48,9	48,9	48,9	-52,9
Baleares	8,6%	5,6%	9,8%	20,4%	1,0%	1,8%	12,5%	8,1%
	7,4%	7,4%	13,9%	13,9%	1,3%	1,3%	10,8%	10,8%
	-35,0	-35,0	51,8	51,8	45,3	45,3	45,3	-34,6
Canarias	9,6%	5,5%	2,8%	9,7%	,0%	,7%	11,7%	4,7%
	7,6%	7,6%	6,1%	6,1%	,3%	,3%	8,3%	8,3%
	-42,5	-42,5	70,8	70,8	100,0	100,0	100,0	-59,9
Cantabria	18,0%	,0%	29,6%	24,0%	3,7%	,0%	17,3%	11,7%
	10,1%	10,1%	27,1%	27,1%	2,1%	2,1%	14,9%	14,9%
	-100,0	-100,0	-18,7	-18,7	-100,0	-100,0	-100,0	-32,4
Castilla y León	6,4%	5,8%	28,8%	22,6%	,3%	,0%	9,8%	9,1%
	6,1%	6,1%	26,1%	26,1%	,2%	,2%	9,5%	9,5%
	-8,9	-8,9	-21,4	-21,4	-100,0	-100,0	-100,0	-7,9
Castilla-La Mancha	5,3%	11,7%	29,2%	18,2%	,7%	,0%	12,4%	13,6%
	8,0%	8,0%	24,5%	24,5%	,4%	,4%	15,2%	15,2%
	54,3	54,3	-37,8	-37,8	-100,0	-100,0	-100,0	-17,0
Cataluña	13,7%	17,2%	15,2%	18,3%	,9%	1,4%	16,4%	7,7%
	15,3%	15,3%	16,7%	16,7%	1,1%	1,1%	10,2%	10,2%
	20,4	20,4	16,7	16,7	38,3	38,3	38,3	-38,3
Extremadura	2,8%	1,6%	22,6%	36,6%	-	-	3,1%	10,3%
	2,3%	2,3%	28,1%	28,1%	-	-	5,9%	5,9%
	38,2	38,2	38,2	38,2	-	-	-	69,7
Galicia	3,7%	1,7%	26,5%	26,2%	1,8%	2,0%	16,0%	7,0%
	2,8%	2,8%	26,4%	26,4%	1,9%	1,9%	12,1%	12,1%
	-53,6	-53,6	-1,2	-1,2	10,5	10,5	10,5	-56,1
La Rioja	4,7%	9,8%	26,4%	18,2%	-	-	2,1%	10,9%
	7,1%	7,1%	22,6%	22,6%	-	-	6,2%	6,2%
	51,4	51,4	-30,9	-30,9	-	-	-	80,5
Madrid	10,0%	21,3%	22,4%	16,4%	1,9%	1,0%	8,7%	6,3%
	15,1%	15,1%	19,7%	19,7%	1,5%	1,5%	7,6%	7,6%
	52,9	52,9	-26,9	-26,9	-48,1	-48,1	-48,1	-27,8
Murcia	13,0%	21,0%	16,4%	28,7%	,0%	2,0%	10,7%	8,1%
	15,8%	15,8%	20,7%	20,7%	,7%	,7%	9,8%	9,8%
	38,1	38,1	42,7	42,7	100,0	100,0	100,0	-23,6
Navarra	8,1%	8,7%	20,1%	20,0%	,0%	,1%	12,4%	8,9%
	8,4%	8,4%	20,0%	20,0%	,1%	,1%	10,7%	10,7%
	6,8	6,8	-0,7	-0,7	100,0	100,0	100,0	-28,2
Valencia	3,9%	9,1%	13,6%	20,1%	,6%	,0%	11,0%	6,2%
	6,0%	6,0%	16,2%	16,2%	,3%	,3%	9,0%	9,0%
	57,4	57,4	32,4	32,4	-100,0	-100,0	-100,0	-43,8
País Vasco	7,8%	12,8%	17,6%	16,9%	1,2%	,0%	12,2%	7,3%
	10,1%	10,1%	17,3%	17,3%	,6%	,6%	10,0%	10,0%
	38,9	38,9	-4,3	-4,3	100,0	100,0	100,0	-39,9
Ceuta y Melilla	-	-	13,9%	22,5%	,0%	5,6%	3,7%	,0%
	-	-	17,3%	17,3%	2,2%	2,2%	2,2%	2,2%
	34,6	34,6	2,9	2,9	19,4	19,4	19,4	-100,0
Nacional	8,7%	13,2%	18,7%	19,3%	,9%	1,1%	11,0%	7,0%
	10,7%	10,7%	19,0%	19,0%	1,0%	1,0%	9,3%	9,3%
	34,6	34,6	2,9	2,9	19,4	19,4	19,4	-36,0

Productos/servicios comprados en Internet (últ 12)	Libros, revistas periódicos		Material formativo on line		Material deportivo, ropa		Software de juegos de ordenador					
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha	Hombres	Mujeres	Total	Brecha				
Andalucía	20,1%	15,3%	18,1%	-23,9	10,7%	5,0%	8,3%	-53,6	10,9%	4,9%	8,4%	-54,9
Aragón	19,4%	18,5%	19,0%	-4,6	9,0%	5,1%	7,4%	-43,3	13,7%	4,6%	9,9%	-66,8
Asturias	27,5%	27,1%	27,3%	-1,3	7,6%	9,9%	8,6%	23,4	14,8%	10,8%	13,0%	-26,9
Baleares	14,8%	13,9%	14,5%	-6,4	8,0%	7,1%	7,7%	-11,1	15,8%	,0%	9,8%	-100,0
Canarias	12,7%	22,4%	17,3%	43,5	6,1%	8,6%	7,3%	28,5	13,3%	,8%	7,3%	-93,7
Cantabria	19,5%	26,9%	22,7%	27,6	18,2%	11,5%	15,3%	-36,9	8,0%	1,9%	5,3%	-76,8
Castilla y León	13,3%	15,0%	14,0%	11,9	6,8%	12,1%	9,1%	43,4	14,0%	2,2%	8,9%	-84,0
Castilla-La Mancha	21,6%	32,0%	26,0%	32,4	16,8%	9,3%	13,6%	-44,7	12,4%	7,6%	10,3%	-38,7
Cataluña	21,1%	15,7%	18,6%	-25,6	6,4%	6,8%	6,6%	5,9	13,7%	6,8%	10,5%	-50,6
Extremadura	7,4%	20,3%	12,4%	63,8	5,4%	13,4%	8,5%	59,3	10,0%	4,2%	7,8%	-58,0
Galicia	26,4%	17,2%	22,4%	-34,8	7,0%	13,8%	10,0%	48,9	18,9%	4,6%	12,7%	-75,6
La Rioja	11,5%	14,7%	13,0%	22,1	2,1%	13,2%	7,3%	84,4	6,9%	5,7%	6,3%	-17,8
Madrid	17,9%	19,7%	18,7%	9,5	5,4%	4,5%	5,0%	-17,0	13,2%	6,4%	10,1%	-51,6
Murcia	19,6%	17,9%	19,0%	-8,9	5,6%	9,2%	6,9%	38,9	8,7%	2,7%	6,6%	-68,7
Navarra	16,8%	18,6%	17,7%	9,8	6,6%	6,2%	6,4%	-5,8	7,7%	4,5%	6,2%	-42,1
Valencia	22,2%	13,0%	18,5%	-41,5	7,0%	11,9%	9,0%	40,8	9,3%	3,9%	7,1%	-58,2
País Vasco	16,4%	23,6%	19,7%	30,5	6,4%	8,7%	7,4%	27,3	9,7%	3,8%	7,0%	-60,4
Ceuta y Melilla	20,0%	15,9%	18,4%	-20,7	20,5%	20,8%	20,6%	1,6	3,7%	12,0%	7,0%	69,2
Nacional	19,3%	18,2%	18,8%	-6,0	7,6%	7,8%	7,7%	1,6	12,4%	5,2%	9,3%	-58,5

Productos/servicios comprados en Internet (últ 12)	Otro software de ordenador		Equipo informático		Equipo electrónico		Servicios de telecomunicaciones								
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres							
Andalucía	12,2%	6,5%	9,8%	-46,3	17,1%	9,2%	13,8%	-46,5	22,8%	11,0%	17,8%	9,3%	7,3%	8,4%	-21,6
Aragón	10,7%	4,7%	8,2%	-55,8	19,9%	5,1%	13,8%	-74,7	17,6%	7,3%	13,3%	9,9%	17,1%	12,9%	42,2
Asturias	16,3%	8,2%	12,7%	-49,7	20,5%	7,3%	14,6%	-64,6	25,0%	11,9%	19,2%	12,4%	5,7%	9,4%	-54,1
Baleares	9,0%	2,5%	6,5%	-72,4	16,5%	4,7%	12,0%	-71,4	14,6%	8,2%	12,1%	5,5%	3,2%	4,6%	-42,6
Canarias	10,3%	2,3%	6,4%	-77,2	17,3%	9,2%	13,4%	-46,9	6,4%	4,3%	5,4%	10,8%	8,7%	9,8%	-19,4
Cantabria	5,4%	,8%	3,4%	-85,6	13,1%	6,7%	10,3%	-48,9	38,4%	15,9%	28,5%	7,2%	3,7%	5,7%	-48,4
Castilla y León	14,3%	7,6%	11,4%	-46,6	22,1%	9,5%	16,6%	-56,8	17,9%	13,3%	15,9%	11,3%	18,8%	14,6%	39,7
Castilla-La Mancha	15,7%	5,2%	11,2%	-66,9	22,9%	5,5%	15,5%	-76,0	27,8%	9,0%	19,7%	9,8%	8,4%	9,2%	-14,2
Cataluña	15,9%	6,7%	11,6%	-57,8	19,6%	6,1%	13,3%	-68,8	23,8%	16,1%	20,2%	8,2%	7,9%	8,0%	-4,0
Extremadura	8,3%	1,9%	5,8%	-77,4	20,8%	10,1%	16,6%	-51,4	19,9%	26,4%	22,4%	13,3%	2,3%	3,0%	-83,0
Galicia	22,8%	5,3%	15,2%	-76,7	38,2%	11,6%	26,7%	-69,7	40,5%	13,5%	28,8%	21,8%	8,3%	16,0%	-62,0
La Rioja	16,9%	6,4%	12,0%	-62,0	20,9%	9,8%	15,7%	-53,2	32,1%	10,2%	21,9%	17,0%	1,8%	9,9%	-89,5
Madrid	20,5%	8,4%	15,1%	-59,0	19,0%	9,4%	14,7%	-50,6	21,2%	15,7%	18,7%	17,3%	10,9%	14,5%	-36,8
Murcia	14,9%	2,2%	10,5%	-85,5	11,9%	6,7%	10,1%	-43,7	15,3%	21,2%	17,4%	8,0%	9,5%	8,5%	16,4
Navarra	17,2%	8,3%	13,0%	-51,9	23,5%	6,7%	15,7%	-71,4	30,0%	14,1%	22,6%	8,8%	5,2%	7,1%	-41,2
Valencia	21,4%	6,3%	15,3%	-70,7	24,1%	8,6%	17,8%	-64,1	25,7%	5,6%	17,6%	15,6%	11,5%	13,9%	-26,4
País Vasco	13,2%	10,2%	11,8%	-22,6	23,4%	7,9%	16,3%	-66,1	30,8%	14,4%	23,3%	7,5%	9,0%	8,2%	16,7
Ceuta y Melilla	6,2%	2,5%	4,8%	-59,2	23,4%	18,3%	21,4%	-22,0	12,6%	10,4%	11,7%	9,8%	,0%	5,9%	-100,0
Nacional	15,9%	6,6%	11,9%	-58,8	20,7%	8,1%	15,2%	-60,8	23,5%	13,0%	18,9%	11,9%	9,1%	10,7%	-23,0

Grado de preocupación sobre problemas en Internet: Vírus con pérdida de información	Muy preocupado			Brecha			Relativamente preocupado			Nada preocupado			Brecha
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	
Andalucía	34,0%	34,7%	34,3%	2,1	33,9%	35,8%	34,8%	5,2	32,1%	29,6%	30,9%	-8,0	
Aragón	23,2%	23,0%	23,1%	-0,9	43,7%	49,9%	46,6%	12,4	33,0%	27,0%	30,2%	-18,2	
Asturias	28,4%	27,1%	27,7%	-4,6	40,4%	45,0%	42,7%	10,2	31,2%	27,9%	29,5%	-10,6	
Baleares	27,9%	38,2%	32,8%	26,9	38,1%	34,4%	36,3%	-9,7	34,0%	27,4%	30,8%	-19,4	
Canarias	31,0%	27,6%	29,3%	-11,0	38,0%	38,3%	38,1%	0,9	31,0%	34,1%	32,5%	9,0	
Cantabria	32,6%	43,9%	37,9%	25,8	31,5%	31,2%	31,4%	-0,9	35,9%	24,9%	30,7%	-30,7	
Castilla y León	34,1%	45,1%	39,4%	24,4	39,6%	37,1%	38,4%	-6,3	26,3%	17,8%	22,2%	-32,3	
Castilla-La Mancha	39,1%	51,5%	45,1%	24,2	38,4%	31,6%	35,1%	-17,6	22,6%	16,9%	19,8%	-25,4	
Cataluña	34,6%	31,9%	33,3%	-7,7	32,9%	36,2%	34,5%	9,1	32,5%	31,8%	32,2%	-1,9	
Extremadura	48,5%	43,6%	46,2%	-10,0	28,8%	30,1%	29,4%	4,1	22,7%	26,3%	24,4%	13,7	
Galicia	28,2%	31,9%	30,0%	11,8	39,4%	38,3%	38,9%	-2,8	32,4%	29,8%	31,2%	-8,1	
La Rioja	32,2%	34,4%	33,3%	6,6	36,4%	45,8%	41,1%	20,6	31,4%	19,8%	25,6%	-37,2	
Madrid	34,6%	42,3%	38,4%	18,2	44,9%	37,6%	41,3%	-16,3	20,5%	20,1%	20,3%	-1,8	
Murcia	31,9%	32,6%	32,2%	2,0	38,2%	42,1%	39,9%	9,4	29,9%	25,3%	27,9%	-15,3	
Navarra	29,6%	28,5%	29,1%	-3,6	39,5%	43,5%	41,5%	9,3	30,9%	27,9%	29,4%	-9,6	
Valencia	22,6%	29,8%	25,8%	24,0	50,6%	47,6%	49,2%	-5,9	26,8%	22,6%	24,9%	-15,5	
País Vasco	37,1%	27,8%	32,7%	-25,1	34,0%	47,5%	40,4%	28,5	28,9%	24,7%	26,9%	-14,6	
Ceuta y Melilla	41,1%	41,3%	41,2%	0,7	38,3%	48,4%	43,0%	20,9	20,6%	10,3%	15,8%	-50,3	
Nacional	32,4%	35,1%	33,7%	7,7	38,8%	38,8%	38,8%	-0,1	28,7%	26,1%	27,5%	-9,3	

Grado de preocupación sobre problemas en Internet: Spam	Muy preocupado			Brecha			Relativamente preocupado			Nada preocupado			Brecha
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	
Andalucía	22,6%	21,1%	21,8%	-6,7	34,9%	37,0%	35,9%	5,6	42,5%	42,0%	42,3%	-1,3	
Aragón	15,1%	17,5%	16,2%	13,9	36,5%	35,1%	35,8%	-4,0	48,4%	47,4%	47,9%	-2,0	
Asturias	24,9%	21,3%	23,1%	-14,5	35,1%	44,0%	39,7%	20,3	40,0%	34,7%	37,3%	-13,3	
Baleares	25,6%	30,7%	28,0%	16,6	29,1%	30,1%	29,6%	3,2	45,3%	39,2%	42,4%	-13,4	
Canarias	25,4%	21,1%	23,3%	-17,0	39,7%	36,7%	38,2%	-7,6	34,9%	42,2%	38,5%	17,3	
Cantabria	21,8%	31,1%	26,2%	29,9	29,6%	30,7%	30,1%	3,7	48,7%	38,2%	43,7%	-21,4	
Castilla y León	28,5%	25,4%	27,0%	-11,0	32,1%	44,6%	38,1%	28,0	39,4%	30,1%	34,9%	-23,7	
Castilla-La Mancha	27,8%	29,3%	28,6%	5,0	33,3%	42,0%	37,5%	20,7	38,8%	28,7%	33,9%	-26,2	
Cataluña	27,6%	23,7%	25,7%	-14,4	29,6%	33,1%	31,3%	10,6	42,8%	43,2%	43,0%	1,1	
Extremadura	30,0%	23,6%	26,9%	-21,4	29,7%	30,6%	30,2%	3,1	40,3%	45,8%	42,9%	11,9	
Galicia	22,5%	17,0%	19,8%	-24,6	34,3%	42,4%	38,2%	19,1	43,3%	40,7%	42,0%	-6,0	
La Rioja	23,9%	15,2%	19,6%	-36,2	26,8%	44,9%	35,8%	40,3	49,3%	39,8%	44,6%	-19,2	
Madrid	23,1%	25,6%	24,3%	9,5	38,9%	38,5%	38,7%	-0,9	38,0%	35,9%	37,0%	-5,4	
Murcia	14,2%	19,9%	16,7%	28,6	39,9%	36,5%	38,3%	-8,5	45,9%	43,6%	44,9%	-5,0	
Navarra	13,5%	11,9%	12,7%	-11,9	41,4%	42,6%	42,0%	3,0	45,1%	45,4%	45,3%	0,8	
Valencia	20,3%	18,3%	19,4%	-9,5	39,3%	38,0%	38,7%	-3,4	40,4%	43,7%	41,9%	7,5	
País Vasco	16,0%	12,6%	14,4%	-20,7	46,2%	44,6%	45,4%	-3,6	37,8%	42,8%	40,2%	11,7	
Ceuta y Melilla	24,8%	25,5%	25,1%	2,5	33,3%	29,3%	31,4%	-12,1	41,9%	45,3%	43,5%	7,5	
Nacional	23,3%	22,1%	22,7%	-5,2	35,5%	37,7%	36,6%	5,8	41,2%	40,2%	40,8%	-2,4	

Grado de preocupación sobre problemas en Internet: Intimidación	Muy preocupado			Brecha			Relativamente preocupado			Nada preocupado			Brecha		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Andalucía	29,9%	34,8%	32,2%	14,1	27,6%	25,2%	26,5%	-8,8	42,5%	40,0%	41,3%	41,3%	42,5%	40,0%	41,3%
Aragón	18,7%	33,3%	25,5%	43,7	24,5%	25,6%	25,0%	4,4	56,7%	41,0%	49,4%	49,4%	56,7%	41,0%	49,4%
Asturias	24,6%	31,1%	27,9%	21,1	31,3%	29,9%	30,6%	-4,6	44,1%	39,0%	41,5%	41,5%	44,1%	39,0%	41,5%
Baleares	31,7%	42,1%	36,7%	24,7	25,5%	25,8%	25,6%	1,4	42,9%	32,1%	37,7%	37,7%	42,9%	32,1%	37,7%
Canarias	33,2%	24,0%	28,7%	-27,7	30,5%	39,0%	34,8%	21,7	36,2%	37,0%	36,6%	36,6%	36,2%	37,0%	36,6%
Cantabria	37,5%	55,7%	46,1%	32,7	26,0%	16,7%	21,6%	-35,6	36,5%	27,5%	32,3%	32,3%	36,5%	27,5%	32,3%
Castilla y León	35,9%	49,4%	42,4%	27,3	21,3%	21,4%	21,3%	0,5	42,8%	29,2%	36,3%	36,3%	42,8%	29,2%	36,3%
Castilla-La Mancha	46,2%	57,5%	51,7%	19,6	23,8%	21,4%	22,6%	-10,1	30,0%	21,1%	25,7%	25,7%	30,0%	21,1%	25,7%
Cataluña	31,5%	35,6%	33,5%	11,5	25,8%	25,6%	25,7%	-0,9	42,7%	38,8%	40,8%	40,8%	42,7%	38,8%	40,8%
Extremadura	46,6%	50,4%	48,4%	7,5	14,5%	20,2%	17,2%	28,2	38,9%	29,3%	34,4%	34,4%	38,9%	29,3%	34,4%
Galicia	23,4%	31,8%	27,5%	26,4	25,3%	29,8%	27,5%	15,1	51,2%	38,3%	45,0%	45,0%	51,2%	38,3%	45,0%
La Rioja	27,8%	42,4%	35,1%	34,5	29,2%	24,5%	26,9%	-16,0	43,0%	33,0%	38,0%	38,0%	43,0%	33,0%	38,0%
Madrid	36,8%	49,1%	42,9%	25,0	32,4%	23,7%	28,1%	-27,0	30,7%	27,2%	29,0%	29,0%	30,7%	27,2%	29,0%
Murcia	19,7%	32,7%	25,5%	39,7	24,8%	35,2%	29,4%	29,6	55,5%	32,1%	45,1%	45,1%	55,5%	32,1%	45,1%
Navarra	18,6%	24,6%	21,6%	24,4	34,9%	35,5%	35,2%	1,6	46,5%	39,9%	43,2%	43,2%	46,5%	39,9%	43,2%
Valencia	27,5%	32,0%	29,5%	14,1	23,6%	29,6%	26,3%	20,3	48,9%	38,4%	44,2%	44,2%	48,9%	38,4%	44,2%
País Vasco	21,1%	16,9%	19,1%	-19,8	36,7%	40,5%	38,5%	9,3	42,2%	42,6%	42,4%	42,4%	42,2%	42,6%	42,4%
Ceuta y Melilla	33,8%	47,9%	40,4%	29,4	26,3%	24,3%	25,4%	-7,5	39,9%	27,8%	34,2%	34,2%	39,9%	27,8%	34,2%
Nacional	30,9%	37,7%	34,1%	18,0	27,2%	27,0%	27,1%	-0,5	41,9%	35,3%	38,8%	38,8%	41,9%	35,3%	38,8%

Grado de preocupación sobre problemas en Internet: Phising/pharming	Muy preocupado		Brecha		Relativamente preocupado		Brecha		Nada preocupado		Brecha	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total
Andalucía	29,6%	31,3%	30,4%	5,4	24,1%	20,6%	22,4%	-14,4	46,3%	48,1%	47,2%	3,7
Aragón	20,6%	20,6%	20,6%	0,1	18,8%	27,3%	22,8%	31,0	60,5%	52,1%	56,6%	-14,0
Asturias	21,9%	22,3%	22,1%	1,9	26,5%	31,3%	28,9%	15,3	51,6%	46,4%	49,0%	-10,1
Baleares	30,4%	31,1%	30,7%	2,2	32,8%	33,6%	33,2%	2,5	36,8%	35,3%	36,1%	-4,1
Canarias	35,9%	21,7%	28,8%	-39,4	24,2%	29,2%	26,7%	17,2	40,0%	49,1%	44,5%	18,6
Cantabria	32,6%	41,8%	37,0%	22,0	21,4%	14,6%	18,2%	-31,8	46,0%	43,6%	44,9%	-5,2
Castilla y León	38,0%	39,0%	38,5%	2,7	19,5%	26,9%	23,0%	27,6	42,6%	34,1%	38,5%	-19,9
Castilla-La Mancha	48,2%	53,1%	50,6%	9,3	20,0%	19,1%	19,6%	-4,7	31,8%	27,8%	29,8%	-12,6
Cataluña	26,5%	23,5%	25,1%	-11,4	25,2%	33,5%	29,2%	24,9	48,3%	42,9%	45,7%	-11,0
Extremadura	50,9%	44,0%	47,6%	-13,4	17,1%	27,6%	22,1%	38,0	32,1%	28,4%	30,3%	-11,5
Galicia	18,8%	24,2%	21,5%	22,3	21,7%	31,5%	26,4%	30,9	59,4%	44,3%	52,1%	-25,5
La Rioja	33,9%	39,8%	36,9%	14,9	24,3%	20,5%	22,4%	-15,8	41,8%	39,7%	40,7%	-5,0
Madrid	34,7%	43,0%	38,8%	19,2	28,9%	23,2%	26,1%	-19,6	36,4%	33,8%	35,1%	-7,1
Murcia	19,2%	22,0%	20,4%	13,1	25,4%	24,1%	24,8%	-5,1	55,4%	53,8%	54,7%	-2,8
Navarra	17,6%	18,4%	18,0%	4,7	37,2%	35,9%	36,5%	-3,4	45,2%	45,6%	45,4%	0,9
Valencia	18,6%	27,7%	22,7%	32,8	28,7%	26,1%	27,6%	-9,0	52,7%	46,1%	49,8%	-12,4
País Vasco	20,4%	18,2%	19,4%	-10,8	36,0%	35,7%	35,8%	-0,7	43,6%	46,1%	44,8%	5,3
Ceuta y Melilla	27,4%	48,1%	37,1%	43,2	39,4%	11,2%	26,1%	-71,7	33,2%	40,7%	36,7%	18,4
Nacional	28,7%	30,9%	29,7%	7,2	25,8%	26,9%	26,3%	4,1	45,6%	42,2%	44,0%	-7,3

Grado de preocupación sobre problemas en Internet: Uso fraudulento tarjetas	Muy preocupado			Brecha			Relativamente preocupado			Nada preocupado			Brecha
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	
Andalucía	35,6%	35,3%	35,4%	-0,6	19,6%	18,5%	19,1%	-5,8	44,8%	46,2%	45,5%	3,0	
Aragón	21,1%	29,4%	24,9%	28,2	18,0%	20,6%	19,2%	12,6	60,9%	50,1%	55,9%	-17,8	
Asturias	27,2%	31,9%	29,6%	14,9	23,5%	25,8%	24,7%	9,0	49,3%	42,2%	45,7%	-14,3	
Baleares	40,9%	42,8%	41,8%	4,5	21,6%	27,2%	24,3%	20,6	37,5%	30,0%	33,9%	-20,1	
Canarias	37,2%	22,2%	29,7%	-40,1	21,6%	30,7%	26,2%	29,6	41,2%	47,0%	44,1%	12,4	
Cantabria	42,4%	51,5%	46,7%	17,7	19,6%	13,1%	16,5%	-33,3	38,0%	35,4%	36,8%	-6,8	
Castilla y León	43,0%	45,8%	44,4%	6,1	18,1%	20,7%	19,3%	12,5	38,9%	33,5%	36,3%	-13,8	
Castilla-La Mancha	53,1%	55,4%	54,2%	4,2	16,3%	16,6%	16,4%	1,6	30,7%	28,1%	29,4%	-8,4	
Cataluña	35,2%	33,4%	34,3%	-5,0	18,4%	25,0%	21,6%	26,5	46,4%	41,5%	44,1%	-10,5	
Extremadura	54,8%	49,6%	52,4%	-9,5	14,0%	17,8%	15,8%	21,6	31,2%	32,5%	31,8%	4,1	
Galicia	25,9%	30,3%	28,0%	14,6	21,2%	24,8%	22,9%	14,3	52,9%	44,9%	49,0%	-15,1	
La Rioja	40,6%	43,2%	41,9%	6,0	17,5%	23,4%	20,5%	25,3	41,9%	33,4%	37,7%	-20,3	
Madrid	40,0%	56,3%	48,0%	29,0	24,3%	15,6%	20,0%	-35,9	35,8%	28,2%	32,0%	-21,2	
Murcia	28,2%	31,1%	29,5%	9,2	21,6%	18,3%	20,1%	-15,0	50,2%	50,6%	50,4%	0,8	
Navarra	25,2%	28,3%	26,7%	10,7	34,3%	31,2%	32,8%	-8,8	40,5%	40,5%	40,5%	0,0	
Valencia	25,7%	34,8%	29,8%	26,1	22,7%	22,5%	22,6%	-1,0	51,6%	42,7%	47,6%	-17,2	
País Vasco	25,4%	22,6%	24,1%	-10,8	34,5%	37,7%	36,0%	8,6	40,2%	39,7%	39,9%	-1,2	
Ceuta y Melilla	38,4%	49,5%	43,6%	22,5	18,9%	11,2%	15,3%	-40,8	42,7%	39,3%	41,1%	-8,0	
Nacional	34,9%	38,5%	36,6%	9,3	21,3%	22,0%	21,6%	2,9	43,8%	39,5%	41,7%	-9,7	

Grado de preocupación sobre problemas en Internet: Acceso niños	Muy preocupado			Brecha			Relativamente preocupado			Nada preocupado			Brecha
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	
Andalucía	36,5%	44,0%	40,1%	17,1	17,6%	18,3%	18,0%	3,8	45,8%	37,6%	41,9%	-18,0	
Aragón	34,7%	41,8%	38,0%	17,1	17,9%	22,8%	20,2%	21,4	47,4%	35,4%	41,8%	-25,4	
Asturias	30,5%	42,3%	36,5%	27,9	19,5%	17,6%	18,5%	-9,8	50,0%	40,1%	44,9%	-19,8	
Baleares	42,8%	52,5%	47,5%	18,5	17,9%	17,8%	17,9%	-0,3	39,3%	29,7%	34,7%	-24,6	
Canarias	41,2%	33,7%	37,5%	-18,3	13,2%	21,5%	17,3%	38,5	45,6%	44,8%	45,2%	-1,6	
Cantabria	49,9%	64,3%	56,7%	22,3	15,1%	13,7%	14,5%	-9,2	35,0%	22,0%	28,8%	-37,1	
Castilla y León	51,7%	62,4%	56,9%	17,2	15,6%	7,3%	11,6%	-53,0	32,6%	30,2%	31,5%	-7,4	
Castilla-La Mancha	62,6%	66,8%	64,6%	6,2	15,6%	18,3%	16,9%	14,9	21,7%	14,9%	18,4%	-31,6	
Cataluña	39,8%	43,7%	41,7%	8,8	15,7%	17,1%	16,4%	8,5	44,5%	39,2%	42,0%	-11,9	
Extremadura	63,5%	69,6%	66,4%	8,8	15,7%	11,4%	13,7%	-27,0	20,9%	19,0%	20,0%	-9,1	
Galicia	34,1%	48,6%	41,1%	29,9	17,2%	10,5%	14,0%	-39,1	48,7%	40,9%	45,0%	-16,0	
La Rioja	45,9%	51,4%	48,6%	10,6	12,6%	17,5%	15,1%	28,0	41,4%	31,1%	36,3%	-25,0	
Madrid	50,6%	62,2%	56,3%	18,7	18,1%	15,6%	16,8%	-13,6	31,4%	22,2%	26,8%	-29,3	
Murcia	41,3%	52,9%	46,5%	22,0	19,6%	13,3%	16,8%	-32,2	39,1%	33,8%	36,8%	-13,6	
Navarra	30,0%	39,7%	34,8%	24,4	18,4%	14,6%	16,5%	-20,7	51,6%	45,7%	48,6%	-11,5	
Valencia	45,9%	50,1%	47,8%	8,2	15,0%	17,2%	16,0%	12,8	39,1%	32,7%	36,2%	-16,2	
País Vasco	26,2%	34,3%	30,1%	23,5	15,5%	19,1%	17,2%	18,4	58,2%	46,6%	52,7%	-19,9	
Ceuta y Melilla	34,6%	63,1%	48,0%	45,2	37,4%	15,5%	27,1%	-58,7	28,0%	21,5%	24,9%	-23,3	
Nacional	42,5%	49,8%	46,0%	14,7	16,6%	16,5%	16,6%	-0,9	40,8%	33,7%	37,4%	-17,5	

Problemas experimentados en internet (últ. 12 meses)	Virus con pérdida de información			Spam			Intimididad			Brecha		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total			
	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha			
Andalucía	32,1%	30,8%	31,5%	-4,3	45,0%	42,1%	43,6%	-6,4	6,5%	4,5%	5,6%	-30,5
Aragón	26,7%	25,3%	26,0%	-5,1	49,0%	49,5%	49,2%	1,2	4,5%	7,9%	6,1%	42,9
Asturias	31,4%	24,6%	27,9%	-21,6	55,3%	50,5%	52,8%	-8,7	9,4%	4,1%	6,7%	-56,8
Baleares	37,4%	38,5%	37,9%	2,7	46,6%	48,4%	47,5%	3,6	4,4%	11,6%	7,8%	62,1
Canarias	40,5%	26,6%	33,6%	-34,5	46,3%	39,8%	43,1%	-14,1	3,4%	2,5%	2,9%	-26,7
Cantabria	37,4%	27,4%	32,7%	-26,7	58,0%	51,4%	54,9%	-11,4	4,2%	5,6%	4,9%	24,6
Castilla y León	35,9%	34,7%	35,4%	-3,4	55,2%	60,5%	57,8%	8,9	7,0%	5,2%	6,2%	-25,9
Castilla-La Mancha	32,6%	39,2%	35,8%	16,7	48,2%	42,6%	45,5%	-11,6	6,0%	2,5%	4,3%	-58,7
Cataluña	36,3%	35,3%	35,8%	-2,8	50,9%	49,2%	50,1%	-3,4	6,1%	6,7%	6,4%	8,7
Extremadura	40,4%	27,4%	34,3%	-32,1	47,0%	37,3%	42,4%	-20,7	9,9%	4,8%	7,5%	-51,5
Galicia	31,7%	26,3%	29,1%	-17,1	49,4%	48,5%	49,0%	-1,8	8,1%	3,8%	6,0%	-53,2
La Rioja	21,5%	26,3%	23,9%	18,3	44,3%	44,9%	44,6%	1,3	4,1%	5,8%	5,0%	28,8
Madrid	37,5%	36,3%	36,9%	-3,2	54,8%	51,3%	53,1%	-6,2	9,2%	8,2%	8,7%	-10,7
Murcia	27,8%	31,3%	29,4%	11,1	48,0%	58,7%	52,7%	18,3	4,9%	6,9%	5,8%	28,4
Navarra	27,9%	27,5%	27,7%	-1,4	54,2%	54,1%	54,2%	-0,1	6,5%	5,4%	5,9%	-17,1
Valencia	35,1%	27,5%	31,7%	-21,7	54,1%	48,9%	51,8%	-9,6	11,5%	5,7%	8,9%	-50,1
País Vasco	22,7%	30,3%	26,3%	25,2	54,2%	55,5%	54,8%	2,2	6,8%	5,5%	6,2%	-17,8
Ceuta y Melilla	26,8%	45,3%	35,5%	40,8	59,1%	51,1%	55,3%	-13,6	6,8%	10,7%	8,6%	36,5
Nacional	34,0%	32,0%	33,0%	-5,9	50,7%	48,6%	49,7%	-4,2	7,3%	5,9%	6,6%	-19,6

Problemas experimentados en Internet (ult. 12 meses)	Phishing/pharming		Uso fraudulento tarjetas		Acceso niños		Brecha					
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha	Hombres	Mujeres		Total				
Andalucía	3,4%	1,9%	2,6%	-44,9	1,5%	1,0%	1,2%	-34,6	1,7%	0,9%	1,8%	22,8
Aragón	7,3%	2,9%	5,3%	-59,7	1,5%	1,2%	1,3%	-21,2	1,1%	2,6%	1,8%	59,8
Asturias	3,9%	3,7%	3,8%	-5,4	2,3%	1,9%	2,1%	-17,5	2,5%	1,2%	1,8%	-52,3
Baleares	4,6%	4,0%	4,3%	-13,8	3,7%	8,0%	5,8%	53,3	4,6%	8,4%	6,4%	44,7
Canarias	6%	7%	6%	8,0	6%	4%	5%	-42,4	1,2%	8%	1,0%	-28,9
Cantabria	1,5%	1,7%	1,6%	13,8	3,5%	0%	1,8%	-100,0	5%	1,0%	7%	44,7
Castilla y León	2,9%	3,3%	3,1%	13,9	1,8%	3%	1,1%	-84,1	9%	4,3%	2,5%	79,7
Castilla-La Mancha	6,6%	1,9%	4,3%	-71,5	3,9%	3%	2,2%	-92,7	3,4%	1,1%	2,3%	-67,5
Cataluña	3,0%	2,1%	2,5%	-29,8	2,5%	2,9%	2,7%	15,3	3,5%	2,1%	2,8%	-40,6
Extremadura	4,1%	3,1%	3,6%	-24,9	7%	0%	4%	-100,0	1,1%	1,0%	1,1%	-9,4
Galicia	2,4%	2,3%	2,3%	-2,6	1,1%	8%	1,0%	-27,2	3%	9%	6%	62,5
La Rioja	5,3%	2,1%	3,7%	-59,8	7%	1,5%	1,1%	52,4	0%	1,5%	8%	100,0
Madrid	3,0%	2,6%	2,8%	-10,9	2,7%	1,3%	2,0%	-51,4	2%	1,0%	6%	76,0
Murcia	3,2%	2,9%	3,1%	-10,6	1,7%	1,3%	1,5%	-26,8	3%	2,3%	1,2%	87,3
Navarra	5,3%	2,0%	3,7%	-63,0	1,0%	1,9%	1,4%	49,0	3%	1,4%	9%	75,8
Valencia	5,8%	4,5%	5,2%	-22,2	2,8%	3,1%	3,0%	9,0	2,8%	2,0%	2,4%	-28,5
País Vasco	4,0%	2,3%	3,2%	-43,9	2,1%	1,3%	1,7%	-39,6	7%	5%	6%	-25,9
Ceuta y Melilla	9,2%	2,7%	6,1%	-71,0	1,1%	0%	6%	-100,0	4,8%	1,2%	3,1%	-75,0
Nacional	3,7%	2,5%	3,1%	-31,3	2,2%	1,7%	1,9%	-21,3	1,6%	1,7%	1,7%	4,2

Actividades NO realizadas en Internet (últimos 12 meses) por seguridad	Comunicación AA.PP.			Descargas			Uso dispositivos móviles			
	Hombres	Mujeres	Brecha	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Andalucía	15,4%	13,0%	-15,5	22,7%	21,9%	22,3%	15,9%	15,3%	15,6%	-4,0
Aragón	11,4%	18,9%	39,7	21,1%	20,5%	20,9%	11,2%	14,5%	12,7%	23,1
Asturias	12,1%	14,0%	13,1	25,4%	18,1%	21,7%	13,3%	12,2%	12,8%	-8,3
Baleares	3,8%	10,8%	65,0	17,7%	23,5%	20,5%	12,7%	12,4%	12,5%	-2,5
Canarias	8,2%	10,7%	22,8	18,3%	15,8%	17,0%	7,0%	9,9%	8,5%	29,3
Cantabria	3,7%	10,5%	65,0	24,4%	30,0%	27,1%	7,5%	12,4%	9,8%	39,7
Castilla y León	13,5%	9,9%	-26,0	24,0%	20,5%	22,3%	13,7%	14,2%	13,9%	3,4
Castilla-La Mancha	15,5%	13,2%	-14,5	24,0%	27,3%	25,6%	11,9	19,5%	14,7%	-24,8
Cataluña	6,3%	5,6%	-11,9	16,2%	12,4%	14,4%	5,8%	7,3%	6,5%	20,7
Extremadura	14,9%	16,4%	9,0	26,3%	21,6%	24,1%	19,3%	13,8%	16,7%	-28,6
Galicia	9,0%	9,6%	6,3	17,9%	20,7%	19,2%	13,7	9,6%	13,4%	28,8
La Rioja	13,1%	15,4%	15,4	22,6%	20,5%	21,6%	-9,2	21,9%	14,2%	-70,3
Madrid	14,4%	12,3%	-14,7	26,7%	28,5%	27,6%	6,3	16,1%	15,9%	-2,7
Murcia	11,7%	13,2%	10,9	19,4%	24,0%	21,5%	19,3	10,0%	16,5%	39,4
Navarra	7,5%	6,1%	-19,0	15,6%	16,5%	16,1%	5,5	7,7%	8,0%	4,3
Valencia	15,9%	20,2%	21,1	25,2%	24,5%	24,9%	-2,9	16,5%	17,9%	8,3
País Vasco	3,7%	4,0%	7,1	11,6%	15,5%	13,5%	25,3	4,9%	6,3%	22,2
Ceuta y Melilla	18,5%	23,9%	22,7	37,9%	38,2%	38,1%	0,7	23,3%	27,6%	27,9
Nacional	11,6%	11,6%	0,0	21,5%	21,1%	21,3%	-1,7	12,5%	13,0%	4,0

Utilización software seguridad	Sí			No			No sabe			No aplicable						
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total				
	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha				
Andalucía	83,1%	81,4%	82,3%	-2,1	10,3%	10,0%	10,2%	-3,0	2,5%	4,3%	3,4%	41,8	4,0%	4,3%	4,2%	5,5
Aragón	85,4%	83,6%	84,6%	-2,1	10,9%	8,8%	9,9%	-19,1	1,7%	4,4%	2,9%	61,7	2,1%	3,2%	2,6%	36,0
Asturias	86,0%	79,4%	82,6%	-7,6	10,8%	11,7%	11,2%	7,7	2,1%	5,7%	4,0%	62,8	1,1%	3,1%	2,1%	65,3
Baleares	82,5%	84,8%	83,6%	2,7	11,2%	8,0%	9,7%	-28,9	3,3%	5,1%	4,2%	34,7	2,9%	2,1%	2,5%	-28,0
Canarias	86,6%	79,8%	83,2%	-7,9	10,2%	10,0%	10,1%	-1,5	2,1%	5,5%	3,8%	61,5	1,1%	4,7%	2,9%	76,7
Cantabria	76,6%	85,7%	80,9%	10,6	12,1%	3,6%	8,1%	-70,3	6,5%	5,8%	6,2%	-11,2	4,8%	4,9%	4,8%	3,4
Castilla-La Mancha	83,0%	86,1%	84,5%	3,6	10,2%	8,4%	9,4%	-17,6	3,5%	2,6%	3,1%	-25,8	3,3%	2,8%	3,1%	-13,5
Castilla-La Mancha	89,8%	84,3%	87,2%	-6,1	7,9%	4,8%	6,4%	-39,3	,9%	4,2%	2,5%	79,2	1,4%	6,6%	3,9%	78,7
Cataluña	88,1%	85,8%	87,0%	-2,6	7,6%	8,0%	7,8%	5,3	2,6%	3,3%	2,9%	20,5	1,7%	2,9%	2,3%	40,2
Extremadura	87,9%	70,1%	79,5%	-20,3	8,0%	18,6%	13,0%	56,9	1,3%	2,2%	1,8%	39,4	2,7%	9,1%	5,7%	70,2
Galicia	79,5%	76,0%	77,8%	-4,4	15,3%	15,0%	15,2%	-2,6	3,1%	6,9%	4,9%	55,7	2,1%	2,1%	2,1%	2,8
La Rioja	80,6%	85,6%	83,1%	5,8	14,6%	6,1%	10,4%	-58,5	1,0%	2,0%	1,5%	51,3	3,8%	6,3%	5,1%	39,7
Madrid	86,9%	86,4%	86,6%	-0,7	8,2%	6,6%	7,4%	-19,1	1,3%	2,2%	1,7%	39,9	3,6%	4,8%	4,2%	26,4
Murcia	83,7%	79,9%	82,0%	-4,5	10,8%	8,6%	9,8%	-21,0	3,8%	5,4%	4,5%	30,4	1,7%	6,1%	3,6%	72,2
Navarra	80,6%	84,8%	82,7%	5,0	10,8%	6,6%	8,7%	-39,0	3,3%	3,4%	3,4%	1,5	5,3%	5,2%	5,3%	-2,2
Valencia	84,1%	84,0%	84,1%	-0,2	10,5%	7,5%	9,1%	-28,3	1,5%	2,1%	1,7%	29,6	3,9%	6,4%	5,0%	39,2
País Vasco	84,6%	86,7%	85,6%	2,4	9,3%	6,7%	8,1%	-28,0	3,5%	4,2%	3,8%	18,3	2,6%	2,3%	2,5%	-9,3
Ceuta y Melilla	79,1%	73,6%	76,5%	-7,0	19,1%	19,5%	19,3%	2,4	1,8%	,0%	1,0%	-100,0	,0%	6,9%	3,2%	100,0
Nacional	85,1%	83,4%	84,3%	-1,9	9,7%	8,6%	9,2%	-11,4	2,3%	3,7%	3,0%	37,0	2,9%	4,3%	3,5%	32,5

Software seguridad utilizado	Programa detección virus			Brecha	Cortafuegos			Brecha	Filtro correo electrónico			Brecha
	Hombres	Mujeres	Total		Hombres	Mujeres	Total		Hombres	Mujeres	Total	
Andalucía	86,3%	82,0%	84,3%	-5,0	50,8%	35,4%	43,5%	-30,4	36,1%	27,3%	31,9%	-24,6
Aragón	93,8%	89,5%	91,8%	-4,6	59,3%	44,1%	52,3%	-25,5	52,3%	35,1%	44,4%	-33,0
Asturias	91,0%	84,0%	87,6%	-7,6	56,6%	36,6%	46,8%	-35,2	45,4%	33,9%	39,7%	-25,4
Baleares	81,3%	81,1%	81,2%	-0,3	43,8%	30,5%	37,3%	-30,3	34,0%	25,4%	29,8%	-25,5
Canarias	80,2%	90,9%	85,3%	11,8	40,0%	39,5%	39,7%	-1,1	24,6%	31,6%	27,9%	22,3
Cantabria	90,8%	76,0%	83,4%	-16,3	56,6%	45,0%	50,8%	-20,5	48,6%	31,7%	40,2%	-34,7
Castilla y León	88,0%	86,6%	87,3%	-1,6	59,6%	48,1%	54,0%	-19,3	40,9%	35,5%	38,3%	-13,3
Castilla-La Mancha	90,7%	88,3%	89,6%	-2,6	48,1%	38,2%	43,5%	-20,5	33,2%	29,1%	31,3%	-12,5
Cataluña	87,5%	88,5%	88,0%	1,2	55,4%	48,2%	52,0%	-12,9	40,7%	35,7%	38,3%	-12,1
Extremadura	82,5%	76,4%	80,0%	-7,5	55,6%	32,1%	45,8%	-42,2	42,5%	24,8%	35,1%	-41,7
Galicia	89,1%	79,3%	84,5%	-11,0	51,4%	34,8%	43,6%	-32,4	39,9%	36,2%	38,2%	-9,4
La Rioja	84,4%	88,6%	86,6%	4,8	44,4%	38,8%	41,5%	-12,5	46,2%	32,2%	39,1%	-30,3
Madrid	91,8%	88,6%	90,3%	-3,5	58,5%	46,0%	52,4%	-21,3	44,7%	37,8%	41,3%	-15,4
Murcia	92,1%	95,1%	93,4%	3,2	61,9%	53,8%	58,4%	-13,0	51,4%	43,4%	47,9%	-15,7
Navarra	94,4%	89,7%	92,0%	-5,0	59,4%	47,9%	53,6%	-19,4	31,2%	25,7%	28,4%	-17,7
Valencia	93,2%	85,5%	89,7%	-8,3	56,5%	44,7%	51,3%	-20,9	46,0%	37,3%	42,1%	-18,9
País Vasco	91,4%	93,8%	92,5%	2,5	64,0%	56,0%	60,1%	-12,5	24,7%	24,3%	24,5%	-1,4
Ceuta y Melilla	82,5%	84,5%	83,4%	2,4	53,5%	34,8%	45,0%	-34,9	37,0%	34,6%	35,9%	-6,5
Nacional	88,9%	86,5%	87,8%	-2,7	54,8%	43,2%	49,3%	-21,1	40,0%	33,3%	36,8%	-16,8

Software seguridad utilizado	Filtrado contenidos web			Otro			Un paquete de programas					
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha	Hombres	Mujeres	Total	Brecha	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Andalucía	13,4%	7,8%	10,8%	-41,9	2,8%	1,6%	2,2%	-40,5	17,6%	21,4%	19,4%	17,7
Aragón	20,6%	19,9%	20,3%	-3,2	2,9%	2,3%	2,6%	-20,6	14,4%	21,1%	17,5%	31,6
Asturias	10,6%	12,5%	11,5%	15,1	1,7%	,9%	1,3%	-44,5	13,6%	20,0%	16,7%	32,0
Baleares	7,1%	4,5%	5,8%	-37,2	3,4%	2,1%	2,7%	-38,1	24,9%	32,0%	28,3%	22,3
Canarias	9,1%	6,0%	7,6%	-34,0	1,9%	,5%	1,2%	-73,3	20,5%	10,9%	15,9%	-46,9
Cantabria	18,3%	16,4%	17,3%	-10,4	,8%	,0%	,4%	-100,0	28,1%	47,4%	37,7%	40,8
Castilla y León	9,9%	7,3%	8,6%	-25,8	2,3%	,7%	1,5%	-69,2	23,9%	31,0%	27,4%	22,8
Castilla-La Mancha	10,8%	5,4%	8,3%	-49,8	1,6%	4,0%	2,8%	59,5	33,7%	40,5%	36,9%	16,8
Cataluña	7,3%	9,5%	8,3%	23,2	2,3%	2,0%	2,2%	-13,5	27,6%	28,4%	28,0%	2,9
Extremadura	11,4%	6,7%	9,5%	-40,9	1,2%	,7%	1,0%	-41,4	34,9%	44,8%	39,0%	22,1
Galicia	6,6%	10,9%	8,7%	39,3	1,4%	3,0%	2,1%	52,9	14,7%	24,0%	19,1%	38,6
La Rioja	16,2%	5,8%	10,9%	-64,1	1,7%	,0%	,8%	-100,0	29,0%	27,6%	28,3%	-4,9
Madrid	9,1%	12,6%	10,8%	27,9	2,7%	,5%	1,6%	-79,9	22,7%	26,6%	24,6%	14,7
Murcia	23,1%	22,9%	23,1%	-0,9	1,1%	,0%	,6%	-100,0	16,3%	18,0%	17,1%	9,3
Navarra	15,7%	9,8%	12,7%	-38,0	4,8%	2,3%	3,5%	-52,3	11,8%	17,6%	14,8%	32,8
Valencia	24,0%	23,3%	23,7%	-3,1	3,1%	2,1%	2,7%	-32,4	16,1%	20,8%	18,2%	22,6
País Vasco	7,0%	8,6%	7,8%	18,5	,8%	1,2%	1,0%	32,7	11,8%	12,2%	12,0%	3,2
Ceuta y Melilla	11,4%	21,1%	15,8%	45,8	3,0%	5,0%	3,9%	41,2	40,6%	27,2%	34,5%	-32,9
Nacional	12,1%	11,3%	11,7%	-6,5	2,3%	1,6%	2,0%	-33,7	21,2%	24,9%	23,0%	14,7

Actualización de productos de seguridad informática	Sí, periódicamente			Sí, ocasionalmente			No					
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total			
	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha	Brecha			
Andalucía	79,1%	70,3%	74,9%	-11,1	12,2%	15,5%	13,8%	21,0	8,6%	14,2%	11,3%	39,2
Aragón	83,0%	69,2%	76,6%	-16,6	10,0%	17,6%	13,5%	43,1	7,0%	13,2%	9,9%	46,8
Asturias	79,5%	74,8%	77,2%	-5,9	13,1%	14,2%	13,7%	7,6	7,3%	10,9%	9,1%	33,1
Baleares	92,8%	80,2%	86,7%	-13,7	5,2%	9,7%	7,4%	45,8	1,9%	10,2%	5,9%	81,2
Canarias	83,4%	83,8%	83,6%	0,5	10,1%	6,7%	8,5%	-33,2	6,6%	9,5%	8,0%	30,8
Cantabria	67,4%	78,2%	72,8%	13,8	13,6%	10,7%	12,2%	-21,2	19,0%	11,1%	15,0%	-41,6
Castilla y León	75,6%	74,2%	74,9%	-1,8	13,2%	13,5%	13,3%	2,0	11,2%	12,3%	11,7%	8,9
Castilla-La Mancha	73,7%	73,2%	73,4%	-0,7	16,4%	14,2%	15,3%	-13,4	10,0%	12,7%	11,2%	21,3
Cataluña	88,5%	86,3%	87,5%	-2,5	7,4%	10,7%	8,9%	30,6	4,1%	3,0%	3,6%	-25,8
Extremadura	70,5%	65,0%	68,2%	-7,8	10,5%	8,4%	9,6%	-20,1	19,0%	26,7%	22,2%	28,5
Galicia	77,7%	73,1%	75,5%	-6,0	11,1%	11,2%	11,2%	1,0	11,1%	15,7%	13,3%	29,1
La Rioja	76,4%	74,5%	75,5%	-2,5	9,2%	17,0%	13,1%	46,0	14,4%	8,5%	11,4%	-41,0
Madrid	79,6%	73,1%	76,4%	-8,2	12,2%	14,3%	13,2%	14,6	8,2%	12,7%	10,4%	35,1
Murcia	73,9%	67,4%	71,0%	-8,8	16,7%	22,0%	19,0%	23,9	9,4%	10,6%	9,9%	11,6
Navarra	82,9%	79,4%	81,1%	-4,2	9,3%	6,2%	7,7%	-32,7	7,9%	14,4%	11,2%	45,4
Valencia	76,9%	73,5%	75,4%	-4,4	15,8%	13,5%	14,8%	-14,7	7,3%	13,0%	9,9%	43,9
País Vasco	83,1%	83,5%	83,3%	0,5	10,0%	11,2%	10,6%	10,6	6,9%	5,3%	6,2%	-23,1
Ceuta y Melilla	82,9%	70,5%	77,3%	-15,0	14,4%	19,4%	16,7%	25,7	2,7%	10,2%	6,1%	73,4
Nacional	80,6%	76,1%	78,4%	-5,6	11,6%	13,0%	12,3%	11,0	7,9%	10,9%	9,3%	27,9

Frecuencia realización copias seguridad de ficheros	Siempre			A veces			Nunca			No aplicable						
	Hombres	Mujeres	Total	Brecha	Hombres	Mujeres	Total	Brecha	Hombres	Mujeres	Total	Brecha				
Andalucía	22,9%	20,9%	21,9%	-8,6	23,9%	22,8%	23,4%	-4,5	46,2%	49,5%	47,8%	6,7	7,0%	6,8%	6,9%	-4,2
Aragón	15,3%	18,9%	17,0%	18,9	29,5%	20,3%	25,2%	-31,3	48,4%	52,3%	50,2%	7,5	6,8%	8,5%	7,6%	20,0
Asturias	21,9%	19,5%	20,7%	-11,1	27,9%	28,7%	28,3%	2,8	46,7%	48,4%	47,5%	3,5	3,5%	3,4%	3,5%	-1,8
Baleares	27,6%	28,8%	28,2%	4,0	18,5%	17,2%	17,9%	-6,6	45,1%	47,1%	46,1%	4,1	8,8%	6,9%	7,9%	-21,6
Canarias	27,6%	29,3%	28,5%	5,8	22,0%	18,3%	20,2%	-16,7	48,6%	49,7%	49,2%	2,3	1,8%	2,6%	2,2%	32,3
Cantabria	22,1%	18,7%	20,5%	-15,5	17,5%	19,0%	18,2%	8,2	55,9%	53,0%	54,5%	-5,2	4,5%	9,3%	6,7%	51,5
Castilla y León	20,2%	16,9%	18,6%	-16,5	31,8%	25,4%	28,7%	-20,1	41,2%	55,7%	48,2%	26,1	6,8%	2,0%	4,5%	-70,7
Castilla-La Mancha	21,1%	19,9%	20,6%	-5,7	30,7%	27,6%	29,2%	-10,3	45,3%	43,4%	44,4%	-4,2	2,8%	9,0%	5,8%	69,1
Cataluña	30,5%	28,8%	29,7%	-5,6	21,9%	21,5%	21,7%	-1,9	41,7%	41,8%	41,7%	0,4	5,9%	7,9%	6,9%	24,8
Extremadura	20,2%	22,6%	21,3%	10,6	20,6%	24,0%	22,2%	14,1	54,0%	42,3%	48,4%	-21,6	5,2%	11,1%	8,0%	52,8
Galicia	23,2%	19,2%	21,3%	-17,2	27,5%	17,3%	22,6%	-37,0	45,7%	58,8%	52,0%	22,2	3,6%	4,7%	4,1%	23,9
La Rioja	15,8%	29,5%	22,6%	46,4	23,7%	24,2%	23,9%	2,2	52,7%	37,3%	45,0%	-29,2	7,9%	9,0%	8,4%	12,6
Madrid	23,5%	16,0%	19,8%	-32,0	28,4%	35,0%	31,6%	18,8	44,2%	43,2%	43,7%	-2,2	3,9%	5,9%	4,9%	33,2
Murcia	19,9%	13,9%	17,2%	-30,5	33,3%	31,7%	32,6%	-4,8	40,5%	45,8%	42,9%	11,7	6,3%	8,6%	7,4%	26,9
Navarra	27,1%	18,3%	22,8%	-32,4	20,6%	17,4%	19,0%	-15,6	43,8%	50,3%	47,0%	12,8	8,4%	14,0%	11,2%	39,9
Valencia	16,0%	20,2%	17,9%	20,6	30,1%	28,9%	29,5%	-4,0	45,5%	41,2%	43,6%	-9,4	8,4%	9,7%	9,0%	13,3
País Vasco	21,0%	20,2%	20,6%	-3,7	24,3%	18,9%	21,7%	-22,2	47,4%	53,8%	50,5%	11,8	7,3%	7,1%	7,2%	-3,0
Ceuta y Melilla	27,4%	30,7%	28,9%	10,9	43,2%	18,3%	31,5%	-57,6	27,3%	43,6%	35,0%	37,4	2,1%	7,3%	4,5%	71,6
Nacional	23,2%	21,4%	22,3%	-7,5	26,0%	24,8%	25,4%	-4,4	45,0%	46,8%	45,9%	3,8	5,9%	7,0%	6,4%	15,7

VI.2. Tablas de contingencia y correlaciones

La información contenida en estos Anexos se adjunta en documento aparte para reducir el peso y facilitar el manejo de la información.

A continuación se presenta una muestra de las páginas iniciales de los diferentes Anexos.

VI.2.1. DATOS NACIONALES

¿Usa el teléfono móvil? * Sexo de la persona informante * Grupo de edad

Tabla de contingencia

Grupo de edad	¿Usa el teléfono móvil?	Sexo	Frecuencia	Sexo de la persona informante		Total	Índice	
				Hombres	Mujeres			
18-24	Sí	SI	Frecuencia	3223200	3131982	4355182	1,3	
		% dentro de grupo de la persona informante	87,0%	88,0%	87,0%			
	No	SI	Frecuencia	82172	20188	99860	-44,3	
		% dentro de grupo de la persona informante	2,0%	1,0%	2,0%			
	Total			Frecuencia	3305372	3332170	4447542	
				% dentro de grupo de la persona informante	100,0%	100,0%	100,0%	
25-34	Sí	SI	Frecuencia	2660809	2524077	3184886	1,0	
		% dentro de grupo de la persona informante	87,0%	88,4%	88,1%			
	No	SI	Frecuencia	82082	82987	165069	-22,8	
		% dentro de grupo de la persona informante	2,1%	1,6%	1,9%			
	Total			Frecuencia	2742891	2607064	3250955	
				% dentro de grupo de la persona informante	100,0%	100,0%	100,0%	
35-44	Sí	SI	Frecuencia	2810907	2630085	3441002	1,3	
		% dentro de grupo de la persona informante	87,4%	87,1%	87,3%			
	No	SI	Frecuencia	162402	160084	322486	1,3	
		% dentro de grupo de la persona informante	2,6%	2,9%	2,7%			
	Total			Frecuencia	2973309	2790169	3863498	
				% dentro de grupo de la persona informante	100,0%	100,0%	100,0%	
45-54	Sí	SI	Frecuencia	2650222	2338477	4018709	1,3	
		% dentro de grupo de la persona informante	81,0%	81,9%	81,7%			
	No	SI	Frecuencia	260887	191101	451988	-7,8	
		% dentro de grupo de la persona informante	8,0%	8,1%	8,3%			
	Total			Frecuencia	2911109	2529578	4480697	
				% dentro de grupo de la persona informante	100,0%	100,0%	100,0%	
55-64	Sí	SI	Frecuencia	2680021	2228924	4028945	1,3	
		% dentro de grupo de la persona informante	81,1%	87,1%	84,6%			
	No	SI	Frecuencia	217099	211984	429083	-7,8	
		% dentro de grupo de la persona informante	11,9%	12,9%	13,4%			
	Total			Frecuencia	2897120	2440908	4458028	
				% dentro de grupo de la persona informante	100,0%	100,0%	100,0%	
65-74	Sí	SI	Frecuencia	1202002	1282129	2484131	1,3	
		% dentro de grupo de la persona informante	80,2%	87,8%	84,2%			
	No	SI	Frecuencia	640885	682754	1323639	-3,0	
		% dentro de grupo de la persona informante	21,1%	22,4%	21,8%			
	Total			Frecuencia	1742887	1964883	2707770	
				% dentro de grupo de la persona informante	100,0%	100,0%	100,0%	
Total	Sí	SI	Frecuencia	18802570	1818124	21983794	1,3	
		% dentro de grupo de la persona informante	82,0%	82,0%	82,0%			
	No	SI	Frecuencia	1227210	1236688	2463898	-3,0	
		% dentro de grupo de la persona informante	7,7%	8,0%	7,8%			
Total			Frecuencia	19979780	19417932	24447692		
			% dentro de grupo de la persona informante	100,0%	100,0%	100,0%		

VI.2.1. DATOS NACIONALES (continuación)

¿Usa el teléfono móvil? * Sexo de la persona informante * Ingresos mensuales netos del hogar

Tabla de contingencia

Ingresos mensuales netos del hogar				Sexo de la persona informante		Total	BDG
				Hombres	Mujeres		
<1100 EUR	¿Usa el teléfono móvil?	Si	Recuento	2828388	3234698	6063086	1,6
			% dentro de Sexo de la persona informante	83,5%	84,9%	84,2%	
		No	Recuento	557538	574729	1132267	-0,1
		% dentro de Sexo de la persona informante	16,5%	15,1%	15,8%		
		Total	Recuento	3385926	3799427	7185353	
			% dentro de Sexo de la persona informante	100,0%	100,0%	100,0%	
1100-1800 EUR	¿Usa el teléfono móvil?	Si	Recuento	4072844	4010716	8083560	-0,5
			% dentro de Sexo de la persona informante	83,0%	82,9%	82,9%	
		No	Recuento	307894	323917	631811	5,8
		% dentro de Sexo de la persona informante	7,0%	7,9%	7,2%		
		Total	Recuento	4380738	4334633	8715371	
			% dentro de Sexo de la persona informante	100,0%	100,0%	100,0%	
1800-2700 EUR	¿Usa el teléfono móvil?	Si	Recuento	2884276	2888838	5773114	-0,6
			% dentro de Sexo de la persona informante	88,9%	86,3%	88,0%	
		No	Recuento	94737	99068	193805	16,6
		% dentro de Sexo de la persona informante	3,1%	3,7%	3,4%		
		Total	Recuento	3079013	2987906	6066919	
			% dentro de Sexo de la persona informante	100,0%	100,0%	100,0%	
<2700 EUR	¿Usa el teléfono móvil?	Si	Recuento	2242708	2064198	4306906	0,5
			% dentro de Sexo de la persona informante	87,8%	86,3%	86,1%	
		No	Recuento	50141	38383	88524	-23,0
		% dentro de Sexo de la persona informante	2,2%	1,7%	1,9%		
		Total	Recuento	2302849	2102581	4405430	
			% dentro de Sexo de la persona informante	100,0%	100,0%	100,0%	
NDA/N	¿Usa el teléfono móvil?	Si	Recuento	3853284	4030517	7883801	0,0
			% dentro de Sexo de la persona informante	82,3%	82,1%	82,2%	
		No	Recuento	326911	340543	667454	0,4
		% dentro de Sexo de la persona informante	7,8%	7,9%	7,8%		
		Total	Recuento	4180195	4371060	8551255	
			% dentro de Sexo de la persona informante	100,0%	100,0%	100,0%	
Total	¿Usa el teléfono móvil?	Si	Recuento	15881570	15916129	31797699	-0,3
			% dentro de Sexo de la persona informante	82,3%	82,0%	82,2%	
		No	Recuento	1337218	1376910	2714128	3,0
		% dentro de Sexo de la persona informante	7,7%	8,0%	7,8%		
		Total	Recuento	17218788	17293039	34511827	
			% dentro de Sexo de la persona informante	100,0%	100,0%	100,0%	



VI.2.2. DATOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

¿Usa el teléfono móvil? * Sexo de la persona informante * Comunidad Autónoma

Tabla de contingencia

Comunidad Autónoma	¿Usa el teléfono móvil?	Sexo	Respuesta	Sexo de la persona informante		Total	ESD
				Hombres	Mujeres		
Aragón	SI	SI	Resuesta	280013	280002	560015	91,0%
		No	% dentro de Sexo de la persona informante	91,7%	91,0%		
	No	SI	Resuesta	200002	210002	410004	8,0%
		No	% dentro de Sexo de la persona informante	8,3%	9,0%		
Total			Resuesta	480015	490004	970019	100,0%
			% dentro de Sexo de la persona informante	100,0%	100,0%	100,0%	
Asturias	SI	SI	Resuesta	450017	440017	890034	91,0%
		No	% dentro de Sexo de la persona informante	91,0%	90,0%		
	No	SI	Resuesta	20002	20018	40020	7,0%
		No	% dentro de Sexo de la persona informante	7,0%	8,0%		
Total			Resuesta	470019	460035	930054	100,0%
			% dentro de Sexo de la persona informante	100,0%	100,0%	100,0%	
Baleares	SI	SI	Resuesta	251023	210028	461051	91,0%
		No	% dentro de Sexo de la persona informante	91,0%	91,0%		
	No	SI	Resuesta	21000	20022	41022	8,0%
		No	% dentro de Sexo de la persona informante	8,0%	8,0%		
Total			Resuesta	272023	230050	502073	100,0%
			% dentro de Sexo de la persona informante	100,0%	100,0%	100,0%	
Cantabria	SI	SI	Resuesta	280028	210028	490056	91,0%
		No	% dentro de Sexo de la persona informante	91,0%	92,0%		
	No	SI	Resuesta	24018	22021	46039	9,0%
		No	% dentro de Sexo de la persona informante	9,0%	8,0%		
Total			Resuesta	304046	230049	534095	100,0%
			% dentro de Sexo de la persona informante	100,0%	100,0%	100,0%	
Castilla y León	SI	SI	Resuesta	140028	140028	280056	92,0%
		No	% dentro de Sexo de la persona informante	92,0%	92,0%		
	No	SI	Resuesta	8002	8007	16009	5,0%
		No	% dentro de Sexo de la persona informante	7,0%	7,0%		
Total			Resuesta	148030	148035	296065	100,0%
			% dentro de Sexo de la persona informante	100,0%	100,0%	100,0%	
Castilla-La Mancha	SI	SI	Resuesta	300028	290028	590056	91,0%
		No	% dentro de Sexo de la persona informante	91,0%	90,0%		
	No	SI	Resuesta	28002	28017	56019	9,0%
		No	% dentro de Sexo de la persona informante	9,0%	10,0%		
Total			Resuesta	328030	318045	646075	100,0%
			% dentro de Sexo de la persona informante	100,0%	100,0%	100,0%	
Cataluña	SI	SI	Resuesta	800021	800028	160049	92,0%
		No	% dentro de Sexo de la persona informante	92,0%	92,0%		
	No	SI	Resuesta	67002	72043	137045	8,0%
		No	% dentro de Sexo de la persona informante	10,0%	10,0%		
Total			Resuesta	867023	872071	1739094	100,0%
			% dentro de Sexo de la persona informante	100,0%	100,0%	100,0%	

1132



MINISTERIO DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD

INSTITUTO DE LA MUJER E IGUALDAD DIRECCIÓN GENERAL PARA LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES



UNIÓN EUROPEA FONDO SOCIAL EUROPEO El FSE invierte en tu futuro



SECRETARÍA
DE ESTADO DE SERVICIOS SOCIALES
E IGUALDAD
DIRECCIÓN GENERAL
PARA LA IGUALDAD
DE OPORTUNIDADES
INSTITUTO DE LA MUJER



UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro