Observatorio e-igualdad
UCM

LA INCLUSIÓN DIGITAL DE MUJERES Y HOMBRES EN ESPAÑA

Diciembre 2010. Resumen ejecutivo | Informe sobre la incorporación a Internet

GOBIERNO DE ESPAÑA

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO

Ilustre Colegio Nacional de Doctores y Licenciados en Ciencias Políticas y Sociología

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

Índice:

I. PRESENTACIÓN 4
II. LA SITUACIÓN DE LA E-INCLUSIÓN DE GÉNERO EN ESPAÑA (2010) 10
II.1. INTRODUCCIÓN 10
II.2. METODOLOGÍA 12
II.2.1. Algunas precisiones 13
II.2.2. Una primera aproximación estadística: análisis de correlaciones 18
II.3 RESULTADOS OBTENIDOS 21
II.3.1. Cruces con variables independientes 30
II.4. CONCLUSIONES 47
III. SISTEMA DE INDICADORES DE GÉNERO Y TIC. ANÁLISIS DE LA E-INCLUSIÓN EN EL CONTEXTO DE LA UE 52
III.1. INTRODUCCIÓN 52
III.2. METODOLOGÍA 53
III.3. RESULTADOS EUROPEOS: RANKINGS NACIONALES 63
III.5. CONCLUSIONES 80
III.6. BIBLIOGRAFÍA 82
IV. APERTURA DE INFORMACIÓN AL PÚBLICO INTERESADO 84
IV.1. PRESENTACIÓN 84
IV.2. VARIABLES SELECCIONADAS 86
IV.3. OPCIONES DE CRUCE 87
IV.4. EXPLICACIÓN DE CAPACIDADES 88
V. ANEXOS 93
V.1. TABLAS DE CONTINGENCIA Y CORRELACIONES 93
V.2. TABLAS DE RANKINGS DE INDICADORES Y SUBÍNDICES SIGTIC 94

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

I. PRESENTACIÓN

Desde que las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y la Sociedad de la Información (SI) se identificaron como elementos determinantes para el avance económico y la mejora de la productividad, los gobiernos de los países desarrollados han venido prestando especial atención a esta nueva dimensión del crecimiento y progreso socioeconómico. Uno de los procedimientos elegidos para ello ha sido el desarrollo de planes de actuación o estrategias cuyo denominador común es la identificación de objetivos y la determinación de recursos necesarios para su consecución. Sus principales elementos son claves hoy en día para el crecimiento productivo y el desarrollo de nuevas economías. Por este motivo, distintos organismos políticos han venido prestando especial atención a este hecho y han implantado una serie de estrategias como la Estrategia de Lisboa, a nivel europeo, o el Plan Avanza y el Plan de Acción para la Igualdad entre Mujeres y Hombres en la Sociedad de la Información, en nuestro país. En estas iniciativas se tiene en cuenta que el progreso no podrá conseguirse si el avance en las tecnologías de la información y la comunicación (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.

La necesidad de seguir incidiendo en la e-igualdad y la e-inclusión desde una perspectiva de género, ha sido puesta de manifiesto por múltiples instituciones. A nivel comunitario los debates y propuestas en los que se realiza mención y análisis expresos de género han continuado enmarcados en el capítulo de e-Inclusión de la Iniciativa Europe i2010. Desde la Conferencia Ministerial de Riga, celebrada en 2006 -donde se estableció entre otros objetivos la reducción a la mitad de la distancia entre la población usuaria media de Internet y las mujeres- se ha llevado a cabo un seguimiento de los logros alcanzados. El documento "Measuring progress in e-Inclusion, Riga Dashboard 2007" sitúa a las mujeres como uno de los grupos en riesgo de exclusión digital, junto a otros como son la población de mayor edad, la "inactiva", la de bajo nivel educativo o la residente

en zonas rurales. Basándose en este informe, la Comunicación de la Comisión "Preparar el futuro digital de Europa- Revisión intermedia de la iniciativa i2010" define, como uno de los objetivos prioritarios, la "necesidad de elaborar un programa político a largo plazo para los usuarios en el entorno digital". Las acciones vinculadas a él se centran en temas como la mejora de la accesibilidad, la revisión de las políticas de alfabetización digital, el establecimiento de un marco regulador de los derechos de los usuarios y de los consumidores de Internet o el aumento de la seguridad y confianza en el uso de las TIC.

En España, por su parte, el plan rector de las políticas de impulso de la Sociedad de la Información, el Plan Avanza, ha iniciado ya en 2009 su segunda fase con la puesta en marcha del Plan Avanza 2. Recordar que, 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 reconoce la necesidad de incorporar el principio de igualdad en las estrategias públicas de SI. En el periodo 2006-2008 el Plan Avanza ha promovido 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 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.

De manera complementaria al Artículo 28 de la Ley Orgánica para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, destaca el Plan Estratégico de Igualdad de Oportunidades (2008–2011). El Plan alberga 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.

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.

En ese contexto, el trabajo de investigación aquí realizado pretende constituir una aproximación integral a facetas de la realidad difíciles de captar en otros análisis. Para ello hemos atendido a los siguientes aspectos:

a. En la cobertura temporal: seguimiento de la situación desde 2006 hasta 2009, para determinar qué facetas de la brecha digital de

género se van superando y cuáles persisten y requieren especial atención.

b. En la intensidad de análisis: tanto por el nivel de desagregación de la perspectiva de género aplicada al análisis, como por el desarrollo de indicadores compuestos con capacidad de aportar información sensible. Permite ir más allá de análisis superficiales de la conectividad o la intensidad de uso e impacto sobre individuos, empresas y comunidades. Análisis de la situación en España contextualizado con los resultados de la UE (mediante la explotación de la Community Survey on ICT Usage in Households and by Individuals de Eurostat). Abarcando gran cantidad de indicadores, combinando metodología cuantitativa y cualitativa, etc.

c. En la presentación de los datos: el Sistema de Indicadores de Género y TIC (SIGTIC) desarrollado permite aportar información sintética de alta comparabilidad y fácil comprensión para España y para el conjunto de Europa.

d. En el acceso a los resultados: construcción de base de datos accesible online, así como las elaboraciones desarrolladas. Todo ello mediante recursos y aplicaciones interactivas tales como: blog del proyecto, cuadros resumen “dashboards”, fichas por países “country profiles”, base de datos. El objetivo es hacer posible que los agentes interesados (stakeholders) puedan de manera fácil adaptar los resultados de nuestras investigaciones a sus necesidades concretas.

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. Un conocimiento con un elevado grado de especificidad: existen indicadores sobre SI; existen indicadores sobre género; pero muy escasos sobre mujeres y SI. Un conocimiento con un elevado grado de empirismo: aplicación de técnicas estadísticas avanzadas a fuentes de información de reconocido prestigio. Un conocimiento con un elevado grado de comparabilidad: resultados sintéticos que permiten estudios comparativos a nivel internacional superando las heterogeneidades propias de

unos ámbitos tan abiertos. Un conocimiento con un elevado grado de accesibilidad: los productos y resultados del proyecto son accesibles al público interesado a través de Internet. Un conocimiento con un elevado grado de aplicabilidad: resultados manejables y conclusiones claras, trasladables a la toma de decisiones.

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. El trabajo realizado consta de las siguientes operaciones:

- Actualización de la explotación de las fuentes estadísticas y su operativización.
- Realización de análisis descriptivos.
- Cálculo de las brechas digitales de género.
- Actualización del Sistema de Indicadores de Género y TIC (SIGTIC) y aplicación al análisis de resultados.
- Elaboración de un informe anual sobre Igualdad de género en la SI, donde se recojan los resultados obtenidos en las fases anteriores.
- Difusión del conocimiento generado, entre otras vías por la alimentación del portal www.e-igualdad.net.

Esta última actuación, en concreto, ha consistido en poner a disposición de las personas y entidades interesadas las bases de datos, herramientas y productos elaborados por el equipo en los últimos cinco años. Se facilita así el acceso a la información altamente especializada generada en nuestros proyectos de investigación. Además adaptando el acceso a los nuevos usos de Internet: aplicaciones interactivas; descargas de archivos con documentación e

información detallada; bases estadísticas en la web con salidas personalizadas (tipo dashboard) de tablas, gráficos, mapas, etc.

En definitiva, podemos afirmar que los resultados obtenidos –y que se ofrecen en el presente documento- contribuyen a un mejor conocimiento de la situación y evolución de la e-inclusión en España, así como de la presencia, usos, necesidades y demandas de mujeres y hombres en la SI. No menos significativa es la mejora que supone el acceso a información de calidad sobre género y SI, tanto para los agentes implicados de forma directa en este ámbito, como para el público en general. De ahí se derivan otros resultados, tales como el mejor conocimiento de la realidad de las mujeres respecto de las nuevas tecnologías o la difusión de herramientas de medición y análisis específicas.

Nuestra pretensión final es 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. LA SITUACIÓN DE LA E-INCLUSIÓN DE GÉNERO EN ESPAÑA (2010)

II.1. 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 cinco 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, echando brevemente la vista atrás, apoyándonos en algunos de nuestros trabajos previos que contextualizan la situación de la e-igualdad en la actualidad.

Sobre la información disponible para 2006, afirmábamos[1] que si bien la incorporación de la ciudadanía a las nuevas tecnologías y la Sociedad de la Información, de las que Internet es la columna vertebral, es un elemento clave para el progreso económico y social, lo importante no es sólo el crecimiento del número de usuarios, sino el uso que se hace de las TIC.

Ya entonces se constaba que las diferencias de uso entre uno y otro sexo eran evidentes. En particular las mayores dificultades de las mujeres para incorporarse de manera efectiva a Internet, consecuencia de la presencia de la segunda brecha digital de género. No obstante, también era evidente que algunos de los usos que las mujeres hacían de Internet poseían mayor grado de funcionalidad y una mayor capacidad de contribuir al bienestar social, frente a la mayor participación de los hombres en los usos relacionados con el ocio y el consumo (búsqueda de información y comercio y banca electrónica). Así pues, aunque las mujeres eran usuarias menos intensivas de Internet, destacan por encima de los hombres en los usos más relacionados con la

[1] Informe e-igualdad 2006 en www.e-igualdad.net.

formación y el bienestar social, tanto desde el punto de vista de la e-información (salud) como de la e-administración (búsqueda de empleo, educación, servicios sociales) y la e-formación.

Concluíamos entonces la necesidad de considerar el impulso de la e-inclusión de las mujeres como una meta colectiva, que si bien requiere de un esfuerzo diferencial, también atesora un diferencial positivo de rentabilidad económica y social. Es importante incorporar a las mujeres a las TIC y a la SI no solo por razones de equidad, sino también por motivos de bienestar económico y social. Del aumento del número de usuarias se derivarían efectos muy positivos por el reforzamiento de esas actividades y usos de Internet (educación y formación, salud, asistencia social) más relacionadas con la generación de capital humano y el bienestar social.

La siguiente oleada de análisis[2], realizada con base en los datos estadísticos disponibles para el año 2008, advertíamos que el género, junto a otras características individuales como la edad, el nivel de estudios o la situación laboral, puede convertirse en un factor más de inclusión -o exclusión- social. Analizar la situación de la incorporación a las TIC desde una perspectiva de género conllevó la necesidad de hacer hincapié en la diferenciación de la existencia de varias brechas digitales, de carácter y alcance diferente. La primera brecha digital de género aparece en el acceso a la tecnología (carácter cuantitativo). 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). Finalmente, todo indicaba que existiría 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).

En 2008 la brecha digital de género en el acceso a las TIC (primera brecha digital de género) persistía tanto en España como en el conjunto de Europa. Aunque el volumen de población usuaria de Internet ha aumentado de forma

[2] Informe Observatorio e-Igualdad 2008, disponible en www.e-igualdad.net.

considerable en los últimos años, el porcentaje de mujeres internautas estaba todavía por detrás del correspondiente a los hombres.

Se volvió a constatar la existencia de la segunda brecha digital de género, sustentada en la menor intensidad de la incorporación femenina a Internet y que presenta significativas diferencias en los usos que mujeres y hombres hacen de las TIC (hombres consumo y ocio; mujeres servicios relacionados con el bienestar social).

Pero además, se comprobó la presencia de una tercera brecha digital de género que afecta a las aplicaciones que están a la cabeza del desarrollo de Internet. Esa situación, a nuestro juicio, resultaba de particular importancia para explicar la desigualdad de género en la SI, en tanto que afecta precisamente al entorno clave en el que se fraguan y lideran los cambios tecnológicos, económicos y sociales.

A continuación se ofrece el análisis actualizado de la situación de la incorporación de las mujeres a Internet en España, que se ha realizado en el marco de este proyecto de investigación a partir de la explotación de los datos estadísticos proporcionados por la última edición disponible de la Encuesta TIC-Hogares del INE durante la ejecución de la investigación, la correspondiente al año 2009.

II.2. METODOLOGÍA

II.2.1. Algunas precisiones

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 todos los gráficos y tablas de este apartado II, 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 2009 elaborada por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

- Dependencia de la información disponible en la TIC-H: inclusión y exclusión de variables.
  El análisis de esta encuesta se haya 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 la Oficina Estadística de la Unión Europea (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*, la cual 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 2009, más orientada al comercio electrónico, en este análisis 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.[3] Esto permite comparar los resultados de

[3] 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*

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

- Elaboración propia de variables independientes.
  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 pusieron en relación dos apartados del cuestionario: por un lado, la pregunta sobre si la persona trabaja o no (en caso de ser afirmativa, se incluía en la categoría "con empleo"); por otro lado, las restantes situaciones (en paro, estudiando, labores

---

- *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).

del hogar, pensionista, otra situación) que se preguntaban a la gente que había declarado no tener empleo. Todas esas situaciones se recogen así de manera conjunta en una sola dimensión que permite describir de forma más efectiva la condición laboral.

- 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.

- Cálculo de la brecha digital de género

  La Brecha Digital de Género 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: *(mín{M,H}/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 resultado[4]. 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.

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

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.2.2. 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 la incidencia que una amplia batería de variables independientes de carácter socio-económico, tienen sobre la totalidad de las preguntas sobre personas[5] 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 los gráficos y 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, está contenida en el análisis descriptivo. De este modo, en las tablas de correlaciones que se incluyen en el Anexo pueden consultarse los resultados obtenidos para un número mayor de cuestiones y de variables independientes (como trabajo en la última semana, 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

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

el cuestionario de la TIC-H. Se les adjuntaron cuadros de correlaciones[6] que sirven para una exploración rápida de los cruces de variables más significativos, desde la perspectiva que nos incumbe: la de género.

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[7]:
   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:

[6] 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 lo resultados y su significatividad.

[7] En el manual metodológico de Eurostat antes citado se incluye una explicación al respecto: "In the ICT usage survey, most of the observation variables are *qualitative*, i.e. the aim is not to collect information on quantities ("how many …"), frequencies ("how often …") or amounts ("how much …") but rather to obtain non-numerical or categorical information. In most cases, the observations variables in the ICT usage survey are binary (dichotomous), meaning the respondent answers with *yes* or *no*, e.g. *Have you used the Internet for selling goods or services.* The final statistics will then mainly be proportions (e.g. the number of *yes* answers divided by the number of respondents who answered the question). Other observation variables are qualitative too, but with more than two answering categories (e.g. highest educational level)." (Eurostat, 2008: 109).

- "¿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".

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.

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.

[8] Se pueden consultar las preguntas del cuestionario TIC-H 2009, disponible on-line en la dirección: http://www.ine.es/metodologia/t25/t25p450_tich_cues_09.pdf

II.3 RESULTADOS OBTENIDOS

La información obtenida por los procedimientos estadísticos que se acaban de exponer, se ha analizado considerando 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.

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, se detecta la existencia de 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.

Ya de inicio queremos llamar la atención sobre la tendencia 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. Ello a pesar de que desde el mismo punto de partida, el acceso o no a las nuevas tecnologías, se detecta la existencia de una posición desfavorable

para las mujeres con respecto de los hombres. A excepción del teléfono móvil, que es utilizado por nueve de cada diez personas en España, con práctica igualdad entre mujeres y hombres, las diferencias de género en el umbral de acceso al ordenador y a Internet son de ocho y nueve puntos, respectivamente.

Ha usado alguna vez	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Móvil	90,9%	90,1%	90,5%	**-0,9**
Ordenador	72,0%	66,4%	69,2%	**-7,9**
Internet	67,6%	61,3%	64,5%	**-9,2**

Superado el umbral mínimo de uso, o acceso a las TIC, una segunda brecha digital de género queda sustentada en la menor intensidad de la incorporación femenina a Internet. Existe una importante diferencia entre quienes los utilizan con regularidad y quienes sólo son usuarias o usuarios ocasionales (e incluso muy ocasionales). En tal sentido, podemos comprobar que la gran mayoría 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. Con niveles cercanos al 90%, podemos por tanto afirmar que se trata de usuarios y usuarias incorporados a esas tecnologías, siendo en este caso la brecha de género de tres puntos.

Último momento de conexión: último mes	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Ordenador	89,8%	87,0%	88,5%	**-3,1**
Internet	90,9%	88,0%	89,5%	**-3,2**

No obstante, al considerar la frecuencia de uso, en concreto la población que realiza un uso más intensivo –a diario-, vemos cómo la brecha digital de género se incrementa de nuevo, retornando a niveles cercanos a los diez puntos de diferencia en detrimento de las mujeres.

Frecuencia de uso: diariamente en los últimos 3 meses	Hombres	Mujeres	Total	Brecha

Ordenador	72,0%	66,2%	69,3%	**-8,0**
Internet	68,6%	61,8%	65,4%	**-9,8**

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. Analizando las tareas informáticas realizadas por la población encuestada, observamos una vez más la existencia de una importante desigualdad de género en esta faceta fundamental. En primer lugar, la desventaja femenina es generalizada (obtenemos valores negativos de brecha en todas las categorías comprendidas en la encuesta). En segundo, y más significativo, se vuelve a confirmar la tendencia a que la brecha de género se incremente conforme se van complejizando o tecnificando las tareas realizadas.

Tareas relacionadas con la informática realizadas	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
copiar o mover ficheros	83,7%	80,1%	82,0%	**-4,3**
usar copiar/cortar y pegar	82,3%	79,8%	81,1%	**-3,0**
usar fórmulas simples	54,7%	49,7%	52,3%	**-9,2**
comprimir ficheros	61,0%	49,4%	55,4%	**-19,0**
conectar/instalar dispositivos	71,5%	56,5%	64,3%	**-21,1**
usar lenguaje programación	19,7%	12,4%	16,2%	**-37,3**
manejo programa trasvase inf disp	72,3%	61,1%	67,0%	**-15,5**

Las tareas más sencillas y populares, como “copiar y mover ficheros” o “usar copiar/cortar y pegar”, presentan niveles de uso entorno al 80% y brechas de género reducidas. Una tarea algo más específica, como es el “uso de fórmulas simples” reduce la proporción de quienes la realizan hasta el entorno del 50% (siempre sobre el total de personas que han usado alguna vez el ordenador) y eleva la brecha de género hasta los nueve puntos. Otros usos altamente populares presentan diferencias considerables entre mujeres y hombres: “comprimir ficheros” y “conectar e instalar dispositivos”, alrededor de los veinte puntos, y el manejo de programas para trasvasar información entre dispositivos (cámara digital, teléfono móvil, etc.), 15,5 puntos. La mayor diferencia se produce en el uso de lenguaje de programación, la tarea menos popular, más

específica y quizá de mayor contenido técnico, donde la brecha de género alcanza 37 puntos.

Respecto a la utilización de Internet, los usos básicos aportan una visión ya conocida de clara "especialización" de género: más allá de los usos más populares (correo electrónico y búsqueda de información), predominio masculino en cuestiones técnicas (software y hardware), económicas (banca y comercio) y de ocio; y cierta ventaja femenina en usos con contenido formativo, de empleo y de temas de salud.

No obstante, si aplicamos un criterio más restrictivo a estos datos (volumen suficiente del grupo en cuestión, más brecha de género considerable), resulta que los usos más significativos desde una perspectiva de género son:

- 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: sólo es significativa en temas de salud.

Servicio usado de Internet	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
correo electrónico	86,3%	86,2%	86,2%	**-0,1**
buscar información sobre bienes y servicios	80,6%	76,0%	78,4%	**-5,7**
buscar inf. sobre b. y s.: inf. usada para comprar	55,4%	46,5%	51,3%	**-16,0**
buscar inf. sobre b. y s.: inf. para comprar por Internet	75,2%	73,3%	74,5%	**-2,5**
viajes y alojamiento	59,8%	63,8%	61,7%	**6,2**
descargar software (excluido el de juegos)	48,0%	29,3%	39,3%	**-38,9**

jugar ó descargar juegos, imágenes,...	55,0%	44,1%	49,9%	**-19,8**
leer ó descargar noticias, periódicos,...	68,3%	58,8%	63,8%	**-13,9**
suscripción servicio de noticias	12,7%	12,1%	12,4%	**-4,3**
búsqueda empleo	26,4%	28,6%	27,4%	**7,9**
temas de salud	49,0%	59,2%	53,8%	**17,2**
banca electrónica	43,1%	35,1%	39,3%	**-18,6**
ventas de bienes y servicios	8,3%	4,6%	6,6%	**-44,4**
información de educación y cursos	50,9%	57,3%	53,9%	**11,2**
realizar algún curso vía Internet	11,4%	13,6%	12,4%	**16,5**
aprendizaje	48,1%	48,6%	48,4%	**0,9**
páginas web Administración en últimos 3 meses	49,1%	46,2%	47,7%	**-5,9**
páginas web Administración en últimos 12 meses	57,8%	56,2%	57,1%	**-2,9**
descargar formularios oficiales en últimos 3 meses	27,2%	25,1%	26,2%	**-7,7**
descargar formularios oficiales en últimos 12 meses	36,4%	33,4%	35,0%	**-8,4**
enviar formularios cumplimentados en últimos 3 meses	14,3%	14,1%	14,2%	**-1,9**
enviar formularios cumplimentados en últimos 12 meses	20,6%	19,0%	19,8%	**-7,4**

Otra dimensión que resulta bien descriptiva de la segunda brecha digital, es el comercio electrónico. Implica un grado de uso de Internet superior al de la navegación básica. Además este es, 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 2009.

Pues bien, ateniéndonos a los datos, podemos afirmar que continúa siendo una actividad bastante menos frecuente entre la población internauta española: menos de la mitad de los hombre y algo más de un tercio de las mujeres han comprado alguna vez por Internet, siento además la brecha de género muy considerable (18,5 puntos). No obstante, es significativo señalar que entre quienes han comprado alguna vez, la proporción de mujeres que lo ha hecho en el último mes 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.

Compras a través de Internet	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
alguna vez	46,8%	38,1%	42,7%	**-18,5**
en el último mes	30,6%	31,7%	31,1%	**3,3**
entre 1-3 meses	27,9%	23,2%	25,9%	**-16,9**

Atendiendo a los productos comprados, comprobamos que las e-compradoras no destacan con claridad en ninguna categoría, puesto que aquellos casos que presentan ventaja femenina, o ésta es muy escasa (entradas para espectáculos, alojamiento vacaciones, material deportivo-ropa) o siendo significativa (32,5 puntos) se produce en grupos reducidos (alimentación (apenas un 9% 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 50 puntos.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Productos/servicios comprados en Internet (últ 12 meses)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
alimentación	7,3%	10,8%	8,8%	**32,5**
bienes hogar	19,2%	16,6%	18,1%	**-13,8**
medicamentos	0,8%	0,7%	0,7%	**-19,5**
películas, música	13,8%	9,0%	11,8%	**-35,3**
libros, periódicos...	20,9%	17,8%	19,6%	**-14,7**
material deportivo, ropa	21,4%	21,6%	21,5%	**0,9**
software de juegos de ordenador	14,2%	6,5%	10,9%	**-54,2**
otro software de ordenador	16,9%	7,7%	13,0%	**-54,6**
equipo informático	19,7%	8,4%	14,9%	**-57,4**
equipo electrónico	21,9%	12,7%	18,0%	**-42,0**
servicios de telecomunicaciones	12,3%	7,7%	10,4%	**-37,3**
acciones, seguros	8,1%	5,4%	6,9%	**-33,6**
alojamiento vacaciones	47,4%	49,0%	48,1%	**3,2**
otros servicios para viajes	46,5%	54,5%	49,9%	**14,6**
entradas para espectáculos	35,2%	37,9%	36,4%	**7,2**
otros productos o servicios	16,2%	11,4%	14,2%	**-29,7**

Parecida situación en cuanto a la falta de resultados de género claramente significativos se registra respecto de los motivos para no haber comprado por Internet (diferencias escasas en las categorías de mayor uso; las mayores diferencias en grupos poco numerosos). Pese a ello, no queremos dejar de señalar que de las once causas recogidas por la encuesta como posibles motivos para no comprar, el volumen de mujeres internautas que alega alguna de ellas es superior al de los hombres en siete de ellas.

Motivos de no haber comprado por Internet (últ 12 meses)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
no necesario	62,1%	59,6%	60,9%	**-4,0**
prefiere comprar en tienda	71,6%	77,2%	74,4%	**7,4**
difícil encontrar información	7,1%	8,3%	7,7%	**13,6**
por falta de conocimientos	19,9%	22,4%	21,1%	**11,0**
entrega productos problemática	20,5%	17,0%	18,8%	**-17,2**
seguridad en el pago	54,4%	57,5%	56,0%	**5,3**
privacidad	51,4%	55,8%	53,6%	**8,0**
confianza sobre reclamaciones	42,5%	45,2%	43,9%	**6,0**
no disponibilidad de tarjeta	13,4%	14,5%	14,0%	**8,0**
conexión lenta a Internet	5,4%	4,2%	4,8%	**-22,0**
otras razones	11,9%	11,6%	11,8%	**-2,0**

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. Aunque en la encuesta TIC-H 2009 no disponemos de tanta información respecto a los usos avanzados de Internet, como sucedía en el año anterior (que estaba focalizado precisamente en esa cuestión), es posible abordar un análisis mínimo sustentado en dos apartados: el acceso a Internet mediante dispositivos móviles de conexión y el uso de algunos servicios avanzados de Internet.

Respecto del acceso móvil, 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 no numerosos). La brecha de género en este campo llega a alcanzar 55 puntos de diferencia (conexión mediante otro teléfono móvil), mientras que en la categoría más utilizada, el ordenador portátil wireless, la diferencia es de 18 puntos.

Uso de dispositivo móvil para acceso a Internet	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Teléfono móvil banda ancha	19,7%	10,9%	15,6%	**-44,7**
Otro teléfono móvil	10,3%	4,7%	7,6%	**-54,7**
Ordenador de mano	10,9%	5,2%	8,2%	**-52,5**
Ordenador portátil wireless	30,3%	24,9%	27,8%	**-17,7**

En cuanto a los usos avanzados de Internet, se registra una situación similar, con predominio masculino en todas las categorías disponibles, si bien la significatividad de los resultados se circunscriben al caso de escuchar radio o ver televisión por Internet: brecha de género de 25 puntos en una categoría bastante popular (lo hace más del 40% de personas internautas).

Servicios avanzados usados	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
telefonear a través de Internet	24,6%	21,2%	23,0%	**-13,9**
envío de mensajes a chats, uso de mensajería instantánea	52,5%	51,6%	52,1%	**-1,6**
escuchar radios y/o ver TV vía Internet	47,8%	35,7%	42,1%	**-25,2**
colgar contenidos propios (texto, fotos,...) en una página web	31,9%	31,3%	31,6%	**-1,9**

II.3.1. Cruces con variables independientes

Para profundizar en la explicación de las situaciones que se acaban de describir, atendemos a continuación a la incidencia que tienen diversas condiciones que afectan a la población usuaria de TIC. Se trata de factores que actúan como variables independientes y que pueden influir sobre los usos de ordenador e Internet, los cuales son descritos por las baterías de preguntas incluidas en la encuesta TIC-H y que venimos analizando en el presente documento (variables dependientes).

La selección de estos elementos, 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, de tal modo que hemos relativizado los resultados de algunos coeficientes de correlación correspondientes a colectivos de escasa representatividad en la muestra, dado que ello implicaría incurrir en una importante distorsión estadística. Remitimos a las notas a pie de las tablas que siguen, para identificar los casos en que se presentan estas observaciones.

Los presentamos agrupados 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 y el nivel de ingresos del hogar.

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. 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).

II.3.1.a. Variables personales

SEGÚN LA EDAD:

SOBRE LA PRIMERA BDG:

Parece que la edad incide en la primera BDG de forma directa: en los grupos de edad por debajo de los 45 años, apenas se detectan diferencias de género, pero de los 45 años en adelante, la BDG en uso del ordenador y de Internet alguna vez aparece, y tiende a crecer conforme aumenta la edad.

BDG Ha usado alguna vez (según grupo de edad)	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74
Móvil	0,5	0,8	-1,0	-1,0	3,0	-5,3
Ordenador	2,3	0,0	-2,7	-11,1	-19,4	-46,0
Internet	2,0	-2,7	-3,8	-13,1	-24,3	-46,0

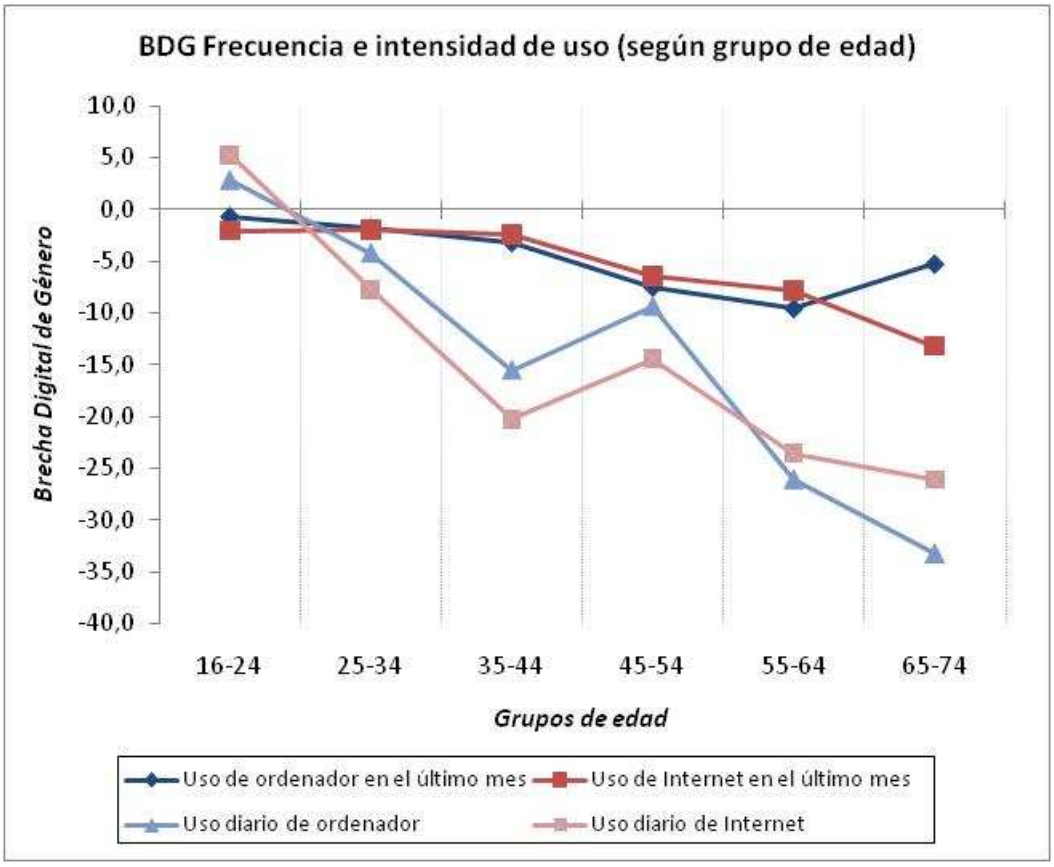
Nota: Signo positivo indica BDG con ventaja femenina; signo negativo indica BDG con ventaja masculina. En cursiva resultados con escasa representatividad muestral.

Sobre los lugares en los que se accede a las TIC, a partir de los 45 años de edad, se detecta una BDG a favor de los hombres en acceso al ordenador e Internet desde el trabajo.

SOBRE LA SEGUNDA BDG:

Conforme se incrementa la frecuencia y la intensidad de uso del ordenador y de Internet, la BDG por razón de edad se incrementa y se extiende hacia grupos más jóvenes, tal como muestra la consideración de quienes las usan diariamente. La franja de edad de entre 45 y 54 años también marca el agrandamiento de la diferencia entre mujeres y hombres en cuanto a frecuencia

de uso de ambas tecnologías (en el último mes), si bien desciende hasta a partir de 35 a 44 años al considerar su uso a diario.



Nota: Signo positivo indica BDG con ventaja femenina; signo negativo indica BDG con ventaja masculina.

Una tendencia paralela se registra en las habilidades informáticas: presentan mayor BDG entre la población de mayor edad, pero la brecha va deslizándose hacia grupos más jóvenes conforme se consideran habilidades más complejas o técnicas: es destacable entre la población de 55 y más años para "copiar/mover", "copiar/pegar"; a partir de 45 años para "fórmulas simples"; llega hasta el grupo de 25-34 para "comprimir ficheros", "conectar dispositivos" y "trasvase de información"; y alcanza a los de 16-24 años en "lenguaje de programación".

BDG Tareas informáticas realizadas (según grupo de edad)	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74
copiar o mover ficheros	2,6	-2,5	-6,3	-7,9	-18,6	-28,1
usar copiar/cortar y pegar	0,9	-0,6	-2,9	-7,4	-17,9	-28,0
usar fórmulas simples	-0,4	-2,8	-8,2	-19,4	-40,6	-56,7

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

comprimir ficheros	-8,7	-15,7	-24,1	-27,4	-44,2	-40,0
conectar/instalar dispositivos	-2,4	-15,9	-26,5	-33,2	-54,6	-57,1
usar lenguaje programación	-34,8	-32,3	-45,4	*-42,5*	*-49,3*	*-58,1*
manejo programa trasvase inf disp	2,0	-9,3	-25,2	-30,4	-49,4	-56,9

Nota: Signo positivo indica BDG con ventaja femenina; signo negativo indica BDG con ventaja masculina. En cursiva resultados con escasa representatividad muestral.

Respecto de los usos básicos de Internet, volvemos a encontrar que la BDG se va incrementando conforme aumenta el grado de complejidad de tales usos. La BDG es sólo parcialmente significativa en la búsqueda de información, tal vez el uso más básico (en torno a los -9% entre los 35 y los 64 años). A partir de ahí, las diferencias aumentan en todas las edades y con tendencia creciente, en general (desde "búsqueda de información para comprar" hasta, sobre todo, los usos de ocio, técnicos y económicos).

BDG Servicio usado de Internet (según grupo de edad)	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74
correo electrónico	2,2	2,3	-5,3	0,4	-7,0	7,7
buscar información sobre bienes y servicios	-2,5	-2,5	-9,2	-9,7	-9,4	0,2
buscar inf. sobre b. y s.: inf. usada para comprar	-16,1	-11,6	-17,4	-18,5	-17,4	-66,2
buscar inf. sobre b. y s.: inf. para comprar por Internet	-7,2	-2,3	-0,2	-8,0	2,3	-25,8
viajes y alojamiento	18,2	9,7	-1,8	3,2	-4,6	-11,8
descargar software (excluido el de juegos)	-21,4	-37,9	-50,2	-53,4	-75,8	-70,7
jugar ó descargar juegos, imágenes,...	-6,0	-21,1	-34,6	-30,6	-50,6	-5,8
leer ó descargar noticias, periódicos,...	-15,6	-11,2	-17,3	-10,0	-14,5	-13,5
suscripción servicio de noticias	*27,8*	*-9,6*	*-17,1*	*-10,7*	*-21,0*	*-65,9*
búsqueda empleo	5,3	5,2	7,4	2,8	*12,0*	*-67,0*
temas de salud	11,5	27,0	15,6	8,4	22,4	-7,0
banca electrónica	-4,1	-9,4	-23,1	-23,5	-35,0	-60,3
ventas de bienes y servicios	*-55,7*	*-38,9*	*-36,7*	*-52,2*	*-71,1*	*-90,8*
información de educación y cursos	15,8	12,1	3,2	14,6	-17,5	1,6
realizar algún curso vía Internet	9,4	*29,6*	4,1	*25,8*	*-33,5*	*-23,4*
aprendizaje	11,0	-0,7	-8,0	4,1	-24,8	-6,4

Nota: Signo positivo indica BDG con ventaja femenina; signo negativo indica BDG con ventaja masculina. En cursiva resultados con escasa representatividad muestral.

La BDG es a favor de las mujeres de entre 16 y 34 años en viajes y alojamientos y en información sobre educación. También en temas de salud hasta los 65 años.

Finalmente, existen diferencias significativas entre mujeres y hombres según su edad en relación a los motivos para no comprar por Internet. En general, las mujeres aducen más problemas (BDG a su favor):

- 16-24 años: prefieren comprar en tiendas, temen la falta de seguridad en los pagos y problemas de privacidad, pero, sobre todo, es llamativa su "falta de conocimientos".
- 35-44: prefieren tiendas
- 45-54: prefieren tiendas
- 55-64: falta de conocimientos, no tener tarjeta de crédito
- 65-74: falta de conocimientos

Por su parte, sólo los hombres de más edad (55 a 74 años) presentan mayor BDG en cuanto a problemas en la entrega o falta de confianza ante reclamaciones.

SOBRE LA TERCERA BDG:

Se detecta una importante BDG en todas las franjas de edad para el uso de dispositivos móviles de conexión a Internet (móvil 3G, otro teléfono móvil, ordenador de mano y, en menor medida, ordenador wireless), con tendencia a acentuarse conforme aumenta la edad. La BDG pasa de -30% entre los 16-24 años hasta -100% en 65-74 años para el uso de teléfonos 3G (aunque hay que tener presente que la representatividad se va reduciendo de forma significativa entre los tramos superiores de edad conforme disminuye su volumen). En todo caso, la conclusión es clara: los hombres tienen ventaja en el acceso a Internet por dispositivos móviles en todas las edades.

SEGÚN EL NIVEL EDUCATIVO:

SOBRE LA PRIMERA BDG:

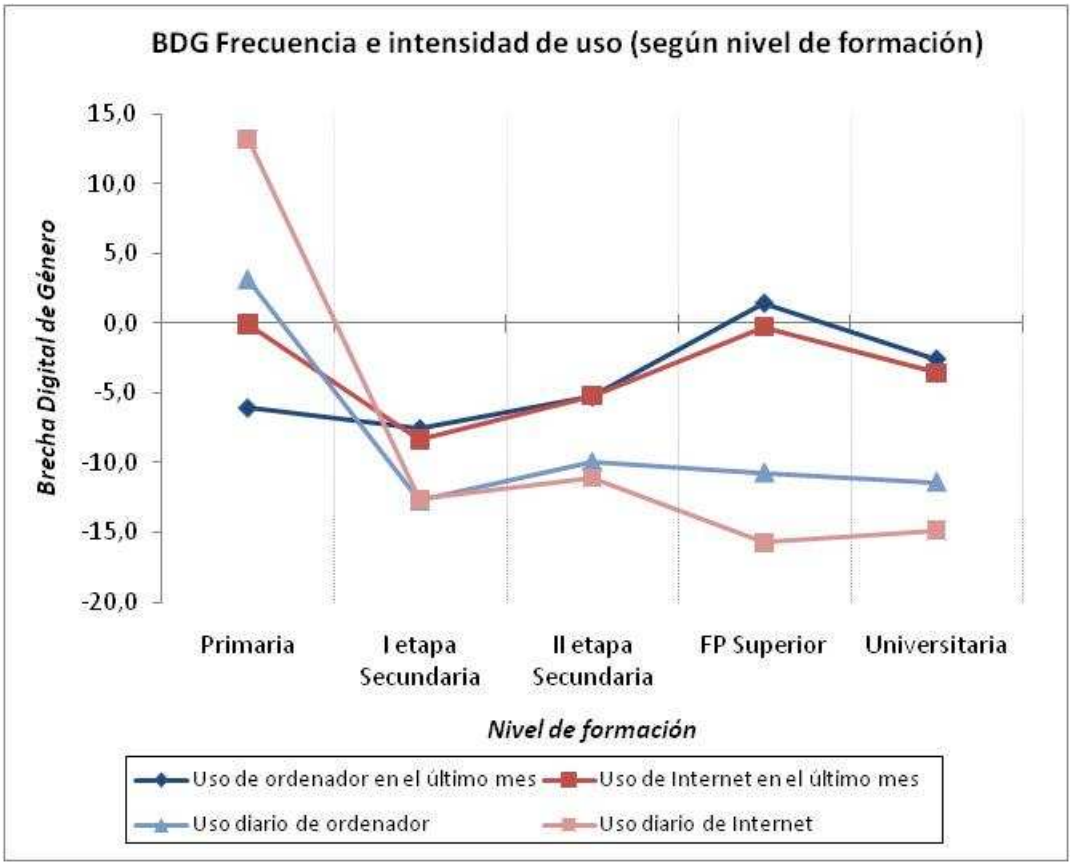
Se aprecia la influencia de la educación en el acceso (alguna vez) al ordenador e Internet en los niveles formativos inferiores (hasta primera etapa de ESO), con BDG a favor de los hombres, que tiende a remitir conforme aumenta la formación. Hemos de advertir que la población analfabeta que rebasa la primera

brecha digital es tan escasa, que no tiene presencia en el análisis de la segunda y tercera brechas.

En cuanto al lugar de acceso a las TIC, existe una BDG a favor de los hombres en el uso del ordenador y de Internet en el trabajo entre la población de niveles educativos inferiores (primaria y primera etapa de ESO) y –lo que tal vez sea más significativo- entre la población con estudios universitarios para el acceso a Internet.

SOBRE LA SEGUNDA BDG:

Respecto a la frecuencia de uso del ordenador e Internet, no existe una BDG destacable en ninguno de los niveles educativos. Sin embargo, cuando observamos la intensidad de uso (según las veces que se utiliza el ordenador o Internet a la semana), sí existe BDG y, además, no se corrige con mayores niveles educativos: es de -10% entre las personas que utilizan el ordenador a diario, desde primera etapa de ESO hasta las y los universitarios. Esta situación es aún más acusada en el caso de la conexión a Internet a diario, con BDG de entre -11% y -16% en todos los niveles formativos, incluso entre la población con estudios universitarios (-15%).



Nota: Signo positivo indica BDG con ventaja femenina; signo negativo indica BDG con ventaja masculina. En cursiva resultados con escasa representatividad muestral.

Según se van haciendo más complejas, las habilidades informáticas presentan una BDG a favor de los hombres en todos los niveles educativos (comprimir ficheros; conectar dispositivos; trasvasar información) y con tendencia creciente (usar lenguaje de programación). Incluso en el uso de fórmulas simples existe una importante BDG entre la población con estudios universitarios (-16%).

BDG Tareas informáticas realizadas (según nivel de formación)	Primaria	I etapa Secundaria	II etapa Secundaria	FP Superior	Universitaria
copiar o mover ficheros	-3,6	-8,5	-10,6	-0,7	-2,5
usar copiar/cortar y pegar	-10,1	-7,1	-9,3	2,8	-1,5
usar fórmulas simples	-29,7	*-11,5*	-15,1	3,3	-16,1
comprimir ficheros	-30,9	-23,2	-27,5	-8,9	-20,0
conectar/instalar dispositivos	-41,5	-25,0	-26,1	-17,9	-18,6
usar lenguaje programación	5,0	*-23,2*	-46,8	-30,4	-47,2
manejo programa trasvase inf disp	-23,5	-20,2	-21,7	-8,9	-13,4

Nota: Signo positivo indica BDG con ventaja femenina; signo negativo indica BDG con ventaja masculina. En cursiva resultados con escasa representatividad muestral.

El incremento de la educación no reduce la BDG en los usos de Internet más complejos, técnicos o relacionados con el ocio y las finanzas. Tal es así que en el nivel de estudios universitarios persisten importantes BDG (-15% en búsqueda de información para comprar) e incluso llegan a su máximo nivel (-60% en venta de bienes y servicios) entre ese grupo de población.

La incidencia de la educación sobre los motivos para no comprar por Internet arroja los siguientes casos en que las mujeres se posicionan con más intensidad que los hombres:

- Educación primaria: prefieren una tienda; falta de conocimientos; seguridad en los pagos; privacidad; confianza en las reclamaciones.
- Primera etapa de ESO: falta de conocimientos.
- Segunda etapa de ESO: falta de conocimientos.
- Formación Profesional de grado superior: privacidad.
- Formación universitaria: privacidad.

Parece pues que el diferencial de desconfianza con respecto a la actitud de los hombres es mayor entre las mujeres de menor formación.

SOBRE LA TERCERA BDG:

En este apartado hay que tener en consideración que el acceso a Internet mediante dispositivos móviles es considerablemente escaso, lo que conlleva que los resultados sean erráticos en numerosas ocasiones. Aun así, existe BDG a favor de los hombres en todos los niveles educativos, pese a lo cual, no se detecta un patrón definido que correlacione formación con la BDG en acceso móvil a Internet. De hecho, la BDG persiste con fuerza entre la población con estudios universitarios en este apartado.

SEGÚN LA SITUACIÓN LABORAL

SOBRE LA PRIMERA BDG:

Aunque no se aprecian diferencias significativas en el acceso alguna vez al ordenador o a Internet relacionadas con la situación laboral, sí que se observan en cuanto al lugar desde el que se utilizan. Dedicarse a labores del hogar hace que una mayor proporción de mujeres usen el ordenador e Internet desde su vivienda (con BDG de 17% y de 33% a favor de ellas, respectivamente). Por su parte, los hombres que no tienen empleo (en paro, realizando labores del hogar) tienden a usar el ordenador e Internet fuera de casa (en viviendas de otras personas, en centros públicos, en cibercafés) en mayor medida que las mujeres en igual situación.

SOBRE LA SEGUNDA BDG:

Situaciones más débiles, como no tener trabajo o ser pensionista, contribuyen a una mayor BDG en la frecuencia de uso del ordenador. También está relacionada con las habilidades informáticas: las mujeres dedicadas a las labores del hogar o que son pensionistas presentan menores niveles de uso en habilidades informáticas de tipo medio (mover/copiar; copiar/pegar; usar fórmulas simples). La brecha en habilidades se va haciendo mayor en todas las situaciones laborales conforme aumenta su complejidad (comprimir ficheros; conectar dispositivos; trasvasar información; usar lenguaje de programación).

BDG Tareas informáticas realizadas (según situación laboral)	Con empleo	En paro	Estudiante	Labores del hogar	Pensionista	Otra situación
copiar o mover ficheros	-1,9	4,0	1,4	-41,1	-18,5	5,1
usar copiar/cortar y pegar	-0,4	7,5	1,4	-44,7	-17,0	0,2
usar fórmulas simples	-4,8	17,2	-7,5	*22,2*	-29,9	-19,4
comprimir ficheros	-16,1	-17,1	-8,6	*-12,7*	-28,3	*-12,0*
conectar/instalar dispositivos	-15,9	-24,2	-8,4	53,4	-49,4	-39,6
usar lenguaje programación	-36,4	-40,4	-30,0	*100,0*	*-42,6*	1,6
manejo programa trasvase inf disp	-12,9	-17,1	0,3	-35,9	-49,4	-4,4

Nota: Signo positivo indica BDG con ventaja femenina; signo negativo indica BDG con ventaja masculina. En cursiva resultados con escasa representatividad muestral.

En cuanto a los usos básicos de Internet, la BDG a favor de los hombres es fuerte en los técnicos y los relacionados con el ocio o las finanzas, con independencia de la situación laboral.

Una situación particularmente interesante es la de la utilización de Internet para buscar empleo. Sólo entre los estudiantes la BDG es a favor de las mujeres. Mientras que entre quienes se dedican a labores del hogar la BDG alcanza el 74% a favor de los hombres. Parecería así que la mayoría de las amas de casa "lo son": sólo un 18% busca empleo por Internet; mientras que los hombres sólo "hacen" de amos de casa, pues al mismo tiempo un 70% de ellos está buscando empleo por Internet, se supone que para dejar de serlo. Las amas de casa aventajan a los hombres en igual situación en banca electrónica (un 17% de ellas la utiliza, por sólo un 0,8% de hombres, BDG de 95%) y en compras por Internet (un 24% de ellas, BDG de 77,7%, de las que más de la tercera parte en el último mes).

En cuanto a los motivos para no comprar por Internet, destaca la BDG respecto a preferir una tienda entre las mujeres sin empleo (paradas, estudiantes, labores del hogar). Pero lo más destacado es que las mujeres estudiantes rechacen, en mayor proporción que los hombres, el e-comercio por motivos como la falta de conocimientos (como las pensionistas) o de confianza en las reclamaciones.

SOBRE LA TERCERA BDG:

Existe BDG en contra de las mujeres en el acceso a Internet mediante dispositivos móviles en todas las situaciones laborales consideradas.

II.3.1.b. Variables contextuales

SEGÚN EL TIPO DE HABITAT

Esta variable no presenta incidencias sobre la primera BDG.

SOBRE LA SEGUNDA BDG:

La intensidad de uso del ordenador y de Internet presenta una mayor BDG entre la población de las áreas escasamente pobladas (-10% para ordenador diariamente y -12% para Internet diariamente).

Las habilidades informáticas complejas tienen mayor BDG en los municipios de mayor densidad poblacional.

En zonas densamente pobladas se registran mayores porcentajes de compra por Internet (45%, desde 37% en escasamente pobladas) y menores niveles de BDG (-17%, frente a -26% en escasamente pobladas).

SOBRE LA TERCERA BDG:

El acceso a Internet por teléfono 3G presenta una BDG de aproximadamente -45% puntos en todos los tipos de hábitat y es aún superior para otros dispositivos móviles de conexión.

SEGÚN EL TAMAÑO DEL HOGAR

SOBRE LA PRIMERA BDG:

Parece haber cierta relación entre el tamaño del hogar y el haber utilizado alguna vez el ordenador e Internet: a mayor tamaño, mayor proporción de personas han rebasado la primera brecha digital. Además, la BDG se acorta en los hogares multipersonales (-5% para ordenador y -7% para Internet), respecto de los bipersonales (-14% y -12%, respectivamente) y unipersonales (-20% y -23%, respectivamente).

SOBRE LA SEGUNDA BDG:

Pese a lo que se acaba de señalar, la BDG en intensidad de uso del ordenador e Internet es más acusada en esos mismos hogares multipersonales (BDG: uso diario de ordenador -9%; uso diario de Internet -11%). Esta situación permite apreciar con claridad la diferencia entre la primera y la segunda BDG.

BDG Frecuencia e intensidad de uso (según tamaño del hogar)	Unipersonal	Bipersonal	Multipersonal
Uso de ordenador en el último mes	-1,3	-1,4	-3,6
Uso de Internet en el último mes	2,3	-1,4	-3,9
Uso diario de ordenador	-2,7	-4,5	-9,0
Uso diario de Internet	2,2	-8,4	-10,8

Nota: Signo positivo indica BDG con ventaja femenina; signo negativo indica BDG con ventaja masculina.

Igual tendencia se detecta en cuanto a las habilidades informáticas. Conforme aumenta su complejidad, se incrementa la BDG, particularmente en los hogares multipersonales.

BDG Tareas informáticas realizadas (según tamaño del hogar)	Unipersonal	Bipersonal	Multipersonal
copiar o mover ficheros	-6,3	-5,6	-3,9
usar copiar/cortar y pegar	-2,0	-2,2	-3,2
usar fórmulas simples	-4,2	-6,6	-10,0
comprimir ficheros	-17,6	-12,4	-20,5
conectar/instalar dispositivos	-17,1	-21,2	-21,3
usar lenguaje programación	*-29,5*	-5,0	-43,6
manejo programa trasvase inf disp	-13,7	-14,3	-15,9

Nota: Signo positivo indica BDG con ventaja femenina; signo negativo indica BDG con ventaja masculina. En cursiva resultados con escasa representatividad muestral.

La compra por Internet presenta mayores porcentajes de uso en los hogares unipersonales (del 50%, desde el 41% de los multipersonales), si bien la BDG se mantiene en torno a -20% en las tres categorías.

SOBRE LA TERCERA BDG:

El tamaño del hogar también parece afectar, aunque sólo en grado relativo, al acceso a Internet por dispositivos móviles. La BDG en este apartado, si bien es muy elevada en todos los casos, es relativamente menor en los hogares multipersonales.

SEGÚN EL NIVEL DE INGRESOS

SOBRE LA PRIMERA BDG:

El nivel de ingresos parece afectar el acceso al ordenador y a Internet. A mayor nivel de renta, mayor es la proporción de personas que han utilizado alguna de estas dos tecnologías. No obstante, la incidencia de este factor sobre la BDG no parece ser relevante.

Sólo algunos detalles llaman la atención, como el que en hogares de ingresos medios, se detecte una BDG a favor de las mujeres para uso de ordenador e Internet desde centros de estudio y a favor de los hombres en cibercafés.

SOBRE LA SEGUNDA BDG:

Los ingresos afectan más claramente a la segunda brecha digital. Así, la BDG en intensidad de uso del ordenador e Internet es más elevada en los hogares de mayor renta (BDG: uso diario de ordenador -10%; uso diario de Internet -13%), lo que es más significativo por ser precisamente este colectivo el que presenta mayores niveles de uso de TIC.

BDG Frecuencia e intensidad de uso (según ingresos del hogar, en euros)	<1100	1100-1800	1800-2700	>2700	No especificado
Uso de ordenador en el último mes	-6,1	-3,2	0,1	-2,4	-2,3
Uso de Internet en el último mes	0,2	-2,5	-1,7	-3,5	-4,5
Uso diario de ordenador	-3,6	-7,3	-5,2	-10,2	-6,1
Uso diario de Internet	-3,0	-10,8	-8,5	-13,4	-4,3

Nota: Signo positivo indica BDG con ventaja femenina; signo negativo indica BDG con ventaja masculina.

Algo similar sucede respecto a las habilidades informáticas, para las que la BDG tiende a incrementarse conforme aumenta su complejidad y persiste incluso en hogares con alto nivel de renta. Al punto de ser las personas del tramo superior de renta las que presentan, junto con los mayores porcentajes de uso, algunos de los mayores niveles de BDG en este apartado (usar fórmulas simples, conectar/instalar dispositivos y usar lenguaje de programación).

BDG Tareas informáticas realizadas (según ingresos del hogar, en euros)	<1100	1100-1800	1800-2700	>2700	No especificado
copiar o mover ficheros	-0,3	-4,0	-4,2	-1,9	-4,5
usar copiar/cortar y pegar	1,7	-2,9	-3,7	-1,0	-2,4
usar fórmulas simples	-7,7	-3,0	-6,2	-12,5	-7,8
comprimir ficheros	-23,5	-15,9	-15,0	-22,2	-15,1
conectar/instalar dispositivos	-23,8	-15,0	-22,9	-24,6	-16,5
usar lenguaje programación	*-26,4*	*-19,5*	-34,3	-45,4	-44,5
manejo programa trasvase inf disp	-18,5	-12,4	-17,5	-14,5	-12,6

Nota: Signo positivo indica BDG con ventaja femenina; signo negativo indica BDG con ventaja masculina. En cursiva resultados con escasa representatividad muestral.

La compra por Internet está claramente relacionada con el nivel de renta. El porcentaje de quienes la han realizado pasa del 24% en el tramo de menor renta al 64% en el de mayores ingresos. Por su parte, la BDG es algo mayor en los

niveles inferiores de renta (-17%; -25%), aunque se mantiene en los superiores (-13%).

En los motivos para no comprar por Internet, destaca la BDG de las mujeres del tramo inferior de ingresos por preferir una tienda tradicional.

SOBRE LA TERCERA BDG:

La conexión a Internet mediante dispositivos móviles también está fuertemente relacionada con el nivel de renta. La proporción de población que hace uso de estos dispositivos se va incrementando conforme aumenta la renta, desde el 11% en el tramo inferior, hasta 21,5% en el superior. Pero la BDG permanece favorable a los hombres en todos los grupos.

BDG Uso dispositivo móvil para acceso a Internet (según ingresos del hogar, en euros)	<1100	1100-1800	1800-2700	>2700	No especificado
Teléfono móvil banda ancha	*-30,3*	-50,7	-44,1	-44,0	*-37,0*
Otro teléfono móvil	*-34,8*	*-29,7*	-69,1	-59,6	-56,0
Ordenador de mano	*-46,0*	*-59,1*	*-53,8*	-50,8	*-37,0*
Ordenador portátil wireless	-28,4	-7,9	-8,0	*-13,3*	-26,2

Nota: Signo positivo indica BDG con ventaja femenina; signo negativo indica BDG con ventaja masculina. En cursiva resultados con escasa representatividad muestral.

II.3.1.c. Variables contextuales y usos de Internet

Para finalizar el análisis de la incidencia de los aspectos contextuales sobre la BDG, hemos tratado de forma específica la cuestión de los usos de Internet. Al objeto de presentar una información detallada pero a la vez sintética de una realidad que afecta a muchos elementos que sería excesivamente prolijo analizar por separado, hemos elaborado una tabla en la que se presentan agregados y "cualitativizados" los resultados más significativos que se han detectado.

INCIDENCIA DE LOS FACTORES CONTEXTUALES SOBRE LA BDG EN LOS USOS DE INTERNET	
VENTAJA DE LAS MUJERES	
USO	**FACTOR**
Viajes y alojamiento	Mayor en niveles de ingresos del hogar entre 1800 y 2700 € (BDG 11%) Mayor en hábitat de densidad media (BDG 12%)
Salud	Decreciente con el nivel de ingresos (BDG 25% en tramo inferior; 7,6% en superior) Mayor en hábitat de densidad media y escasa Similar en todos los tamaños del hogar
Información de educación y cursos	Mayor en niveles de ingresos medios y bajos Mayor en hábitat de densidad media y escasa Mayor en hogares bipersonales
Realizar algún curso vía Internet	Mayor en hábitat escasamente poblados (BDG 33%) Mayor en hogares bipersonales (BDG 33%)
VENTAJA DE LOS HOMBRES	
USO	**FACTOR**
Buscar información sobre bienes y servicios para comprar	Mayor en hogares con nivel de renta inferiores (p.e. BDG -22% en 1100 a 1800 €) Presente en todos los hábitats (BDG -16% aprox.) Presente en todos los tamaños de hogar (BDG -15% aprox.)
Escuchar radio o ver TV	Creciente con el nivel de ingresos (alcanza el máximo de BDG en >2700 €: -34%) Mayor en hábitats escasamente poblados (BDG -31%) Presente en todos los tamaños de hogar (BDG -24% aprox.)
Colgar contenidos propios en una página web	Mayor en hogares con nivel de renta inferior (BDG -22% en <1100 €)
Descarga de software Leer o descargar noticias y prensa	Presente en todos los niveles de ingresos, con tendencia creciente (BDG -29% en <1100 € hasta -47% en >2700 € Presente en todos los hábitats (BDG -37% aprox.) Presente en todos los tamaños de hogar (mayor en multipersonales: BDG -39%)
Jugar o descargar juegos	Presente en todos los niveles de ingresos, con tendencia creciente (BDG -14% en <1100 € hasta -25% en >2700 € Presente en todos los hábitats (mayor en densamente poblados: BDG -22%) Presente en todos los tamaños de hogar (mayor en unipersonales: BDG -39%)
Banca electrónica	Similar en todos los niveles de ingresos Mayor en hábitats densamente poblados (BDG -22%) Mayor en hogares unipersonales (BDG -23%)
Venta de bienes y servicios	Mayor en niveles de ingresos medios y altos Mayor en hábitats densamente poblados (BDG -57%) Mayor en hogares multipersonales (BDG -50%)

Como se puede comprobar, lo primero que salta a la vista es que también en relación a los factores contextuales, de la totalidad de usos de Internet incluidos

en el estudio (tanto básicos –segunda BDG- como avanzados –tercera BDG-) sólo unos pocos, los ya habituales "viajes y alojamiento", "salud" y de tipo formativo, presentan diferencias de uso a favor de las mujeres. Todos los demás, con el protagonismo también habitual de los usos técnicos, de ocio y económicos, muestran ventajas significativas para los hombres.

Dentro de esos patrones generales, los resultados que se ofrecen en la tabla anterior indican que en el caso de los usos con BDG a favor de las mujeres, ésta tiende a ser más acusada en los hogares con ingresos medios o bajos, localizados en zonas de densidad poblacional media o escasa. Por lo tanto, según aumentan los ingresos y el tamaño del hábitat, la ventaja femenina tiende a difuminarse. El comportamiento respecto al tamaño del hogar es menos claro.

En cuanto al amplio conjunto de usos de Internet con ventaja masculina, podemos afirmar que la BDG está presente en todos los tipos de hábitats y todos los tamaños de hogar con fuertes porcentajes de desigualdad, así como que tiende a incrementarse según aumenta la renta hasta alcanzar los mayores niveles de BDG en los tramos superiores de ingresos -excepto para buscar información para comprar y colgar contenidos propios en webs, en que sucede al contrario (mayor BDG en hogares de renta inferior).

II.4. CONCLUSIONES

Hoy en España la brecha digital de género en el acceso a las TIC persiste. Aunque el volumen de población usuaria de Internet ha aumentado de forma considerable en los últimos años, el porcentaje de mujeres internautas está todavía por detrás del correspondiente a los hombres (primera brecha digital).

Se constata también la existencia de una segunda brecha digital de género, sustentada en la menor intensidad de la incorporación femenina a Internet y que presenta significativas diferencias en los usos que mujeres y hombres hacen de las TIC.

El análisis de la intensidad de uso del ordenador e Internet, ha puesto de manifiesto, por una parte, que existe una importante diferencia entre quienes los utilizan con regularidad y quienes sólo son usuarias o usuarios ocasionales.

En cuanto a los tipos de usos, la desproporción es 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. El resultado final es que las mujeres españolas usuarias de nuevas tecnologías, tienen 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 transplantando situaciones de desigualdad derivadas de una sociedad patriarcal y de la división sexual del trabajo.

Además, se confirma la presencia de una tercera brecha digital de género que afecta a las aplicaciones que están a la cabeza del desarrollo de Internet. Es el caso de los dispositivos móviles de conexión y los usos avanzados de Internet, en los que el “dominio” masculino llega en ocasiones a ser abrumador. Esta situación puede resultar de particular importancia para explicar la desigualdad de género en la SI, en tanto que afecta precisamente al entorno clave en el que se fraguan y lideran los cambios tecnológicos, económicos y sociales. Si esas

aplicaciones 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.

Sobre esta situación general inciden las condiciones personales y socioeconómicas (contextuales) de las personas, reforzando las diferencias de género en múltiples ocasiones.

La mayor incidencia la presentan los factores personales. La edad presenta una correlación positiva con el crecimiento de las BDG. En la primera BDG apenas hay diferencias de género entre los grupos más jóvenes, pero conforme la edad aumenta, también lo hace el grado de exclusión relativa de las mujeres. También en la segunda BDG en la frecuencia e intensidad de uso del ordenador y de Internet. En las habilidades informáticas la BDG es mayor entre la población de mayor edad y va deslizándose hacia grupos más jóvenes conforme se consideran habilidades más complejas o técnicas. En los usos básicos de Internet la BDG se va incrementando conforme aumenta su grado de complejidad (sobre todo, los usos de ocio, técnicos y económicos). En la tercera BDG la desventaja femenina es importante en todas las franjas de edad, con tendencia a acentuarse conforme ésta aumenta.

La relación entre el nivel educativo y las BDG indica que la formación contribuye a cerrar la primera BDG, aunque no sucede lo mismo con la segunda y la tercera. Existe BDG en la intensidad de uso del ordenador y de Internet, que no se corrige con mayores niveles educativos (de hecho, permanece elevada en estudios universitarios). También las habilidades informáticas, según se van haciendo más complejas, presentan una BDG creciente a favor de los hombres en todos los niveles educativos, incluso entre la población con estudios universitarios. El incremento de la educación no reduce la BDG en los usos de Internet más complejos, técnicos o relacionados con el ocio y las finanzas. Tal es así que de nuevo en el nivel de estudios

universitarios persisten importantes BDG e incluso llegan a su máximo nivel. En los motivos para no comprar por Internet existe un diferencial de desconfianza con respecto a la actitud de los hombres entre las mujeres de menor formación. Finalmente, tampoco frente a la tercera BDG el incremento de la formación parece ser un revulsivo, puesto que las diferencias a favor de los hombres se detectan en todos los niveles educativos.

En cuanto a la situación laboral, dedicarse a labores del hogar hace que una mayor proporción de mujeres usen el ordenador e Internet desde su vivienda. Mientras que los hombres que no tienen empleo tienden a usar el ordenador e Internet fuera de casa en mayor medida que las mujeres en igual situación. Situaciones más débiles, como no tener trabajo o ser pensionista, contribuyen a una mayor BDG en la frecuencia de uso del ordenador y las habilidades informáticas, aunque la brecha en habilidades se va haciendo mayor en todas las situaciones laborales conforme aumenta su complejidad. Una situación particularmente interesante es la de la utilización de Internet para buscar empleo. Sólo entre los estudiantes la BDG es a favor de las mujeres. Mientras que entre quienes se dedican a labores del hogar la BDG alcanza el 74% a favor de los hombres. Parecería así que la mayoría de las amas de casa “lo son”: sólo un 18% busca empleo por Internet; mientras que los hombres sólo “hacen” de amos de casa, pues al mismo tiempo un 70% de ellos está buscando empleo por Internet, se supone que para dejar de serlo. En cuanto a los motivos para no comprar por Internet, destaca la BDG respecto a preferir una tienda entre las mujeres sin empleo. Pero lo más destacado es que las mujeres estudiantes rechacen, en mayor proporción que los hombres, el e-comercio por motivos como la falta de conocimientos (como las pensionistas) o de confianza en las reclamaciones.

Las variables contextuales, por su parte, tienen una menor capacidad explicativa relativa. Para comenzar, la influencia del hábitat no arroja conclusiones demasiado claras.

Sin embargo, sí que parece haber cierta relación entre el tamaño del hogar y la primera BDG: a mayor tamaño (multipersonales), mayor proporción de personas han utilizado alguna vez el ordenador o Internet y menos abultada es la BDG. No obstante, como ya hemos avisado en múltiples ocasiones, rebasar la primera brecha no significa estar incorporada con efectividad a las TIC, tal como refleja que la BDG en intensidad de uso del ordenador e Internet, así como en habilidades informáticas, es más acusada en esos mismos hogares multipersonales (segunda BDG).

Caso distinto el del nivel de ingresos, que sí parece afectar con claridad a las BDG. A mayor nivel de renta, mayor es la proporción de personas que han rebasado la primera brecha digital, aunque su incidencia sobre las diferencias de género no parece ser relevante. Sí que lo es para la segunda BDG: la BDG en intensidad de uso del ordenador e Internet es más elevada en los hogares de mayor renta, lo que es más significativo por ser precisamente este colectivo el que presenta mayores niveles de uso de TIC. La BDG en habilidades informáticas tiende a incrementarse conforme aumenta su complejidad y persiste incluso en hogares con alto nivel de renta. También la compra por Internet está claramente relacionada con el nivel de renta, aunque se mantiene la BDG. Otro tanto sucede con la tercera BDG en cuanto a la conexión a Internet mediante dispositivos móviles.

En el caso de la incidencia de los factores contextuales sobre la BDG en los usos de Internet, los pocos que presentan ventaja femenina -los ya habituales “viajes y alojamiento”, “salud” y de tipo formativo- ésta tiende a ser más acusada en los hogares con ingresos medios o bajos, localizados en zonas de densidad poblacional media o escasa. Todos los demás usos muestran ventajas significativas para los hombres -con el protagonismo también habitual de los técnicos, de ocio y económicos- en todos los tipos de hábitats y todos los tamaños de hogar con fuertes porcentajes de desigualdad y tendencia a incrementarse según aumenta la renta.

Por todo ello, en definitiva, se constata la existencia y superposición de esas múltiples brechas digitales de género, reforzando su influencia negativa sobre la incorporación efectiva de las mujeres y los hombres a la SI y la igualdad de género. Las consecuencias de esta situación, que lejos de corregirse más allá de las etapas iniciales de la BDG tiende a consolidarse en la segunda y tercera brechas, se dejarán sentir en el medio plazo. Ante lo cual sólo su detección, análisis riguroso, explicación y visibilización ante los niveles de toma de decisiones, hará posible que se puedan introducir estrategias y medidas tendentes a superarlas, motivo por el que resultados como los aquí presentados deberían constituirse en puntos fundamentales a incorporar en la agenda política.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

III. SISTEMA DE INDICADORES DE GÉNERO Y TIC. ANÁLISIS DE LA E-INCLUSIÓN EN EL CONTEXTO DE LA UE

III.1. INTRODUCCIÓN

La medición apropiada de los fenómenos es una cuestión fundamental a la hora de considerar los niveles de éxito que alcanzan las políticas en relación con sus objetivos. En la promoción de la igualdad de género, cuanto mejores referencias se tengan para dirigir y evaluar las decisiones políticas, mayores serán los logros en la eliminación de las discriminaciones, también en el terreno de la Sociedad de la Información (SI). La publicación de indicadores e índices más sintéticos e inteligibles estimula la atención de los distintos agentes implicados. La mayor operatividad de los resultados de los índices multidimensionales o compuestos, a pesar de su compleja composición, permite en muchos casos comparaciones entre fuentes estadísticas de distintos orígenes y períodos. Este tipo de herramientas está tomando una relevancia creciente debido a estos beneficios potenciales.

Desde los años noventa, uno de los ejemplos más destacados a nivel internacional lo encontramos en el Human Development Index (HDI) del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, junto con su versión en perspectiva de género: Gender-related Development Index (GDI). Ambos aportan una puntuación final para cada país, y establecen una serie de rankings entre ellos, según los niveles de desarrollo que han alcanzado en tres ámbitos: 1) vida larga y saludable, 2) conocimiento y 3) nivel de vida digno (UNDP, 1999).

De particular interés metodológico y analítico resulta el Global Gender Gap Index (GGGI) elaborado por el Foro Económico Mundial. Como su título indica, se

centra en la estimación de la brecha de género, lo que aporta una perspectiva más ajustada a nuestros objetivos. Además, amplía el número de variables y de dimensiones (o subíndices) hasta cuatro: 1) participación económica y oportunidades; 2) logro educativo; 3) salud y supervivencia; 4) empoderamiento político.

Por otro lado, existe una gran cantidad de índices compuestos en el ámbito de las nuevas tecnologías. La mayoría de ellos tratan de medir, a grandes rasgos, el grado comparativo de preparación de los países para participar y beneficiarse de los desarrollos en las TIC. Ejemplos destacados serían el Networked Readiness Index (NRI) del Foro Económico Mundial (Dutta y Mia, 2008), el eReadiness Index de la Economist Intelligence Unit (Economist Intelligence Unit, 2009), el Information Society Index (ISI) de IDC-World Times (IDC, 2009), el Digital Opportunity Index (DOI) y el nuevo ICT Opportunity Index (ICT-OI) de UNCTAD-ITU (ITU-UNCTAD, 2007), o el Índice eEspaña de la Fundación Orange en nuestro país (Fundación France Telecom España, 2006). Todos ellos se componen a partir de baterías de indicadores, los cuales -organizados o no en dimensiones/categorías- se agregan ponderadamente para obtener un valor final comparable.

La variedad de indicadores y dimensiones referidas a la Sociedad de la Información que se incluyen en estos índices es muy amplia: infraestructuras tecnológicas y extensión de su utilización, políticas y regulaciones sobre TIC, capacidad de mercado y entorno de negocios, niveles de uso en empresas y por parte de la población, etc. Aunque constituyen interesantes referencias metodológicas, sin embargo ninguno de ellos adopta una perspectiva de género.

III.2. METODOLOGÍA

El objetivo fundamental que se persigue al construir el SIGTIC es contar con un índice sintético que estime el grado de igualdad de género en la SI (e-igualdad) o su reverso, la brecha digital de género. Y ello desde una doble perspectiva: a) midiendo el grado de incorporación efectiva a las TIC de las mujeres y los hombres, mediante un índice SIGTIC del nivel de avance de las mujeres (SIGTIC Mujeres) y otro índice SIGTIC del nivel de avance de los hombres (SIGTIC Hombres) en lo que se refiere al uso de las TIC, para cada país; b) sintetizando la situación comparativa entre hombres y mujeres: al poner en relación los valores mostrados por mujeres y hombres en cada uno de los componentes del índice, se obtiene el definitivo índice SIGTIC sobre el grado de e-igualdad (SIGTIC e-igualdad), para cada país.

Esa doble condición permite realizar comparaciones inter-género e intra-género, de manera que se pueden sopesar de una forma más verosímil las condiciones en unos y otros países. Así por ejemplo, los resultados muestran (véase Tabla IV) que Suecia y Rumanía se encuentran en posiciones muy próximas en lo referente a e-igualdad global (puestos 12 y 13, respectivamente en el SIGTIC e-igualdad; comparación inter-género), pero parece evidente que la situación de avance de las suecas es más favorable (puesto 6 en el índice SIGTIC Mujeres; comparación intra-género) respecto de la de las rumanas (última posición de ese ranking: 31).

VARIABLES E INDICADORES SELECCIONADOS

La fuente utilizada en esta investigación es la Community survey on ICT usage in households and by individuals (ICT-H) de Eurostat. Las variables seleccionadas para elaborar los índices SIGTIC aparecen recogidas en la Tabla I. Aproximadamente, conforman el núcleo para analizar la segunda brecha digital de género (Castaño, 2008 y Castaño et al., 2009). Esto es: desigualdades entre hombres y mujeres en la intensidad de utilización de ordenador y de conexión a Internet, así como en la concurrencia/participación en los usos básicos de Internet.

Tabla I: Estructura del SIGTIC por dimensiones, variables e indicadores

DIMENSIÓN	VARIABLE	INDICADOR
Info-intensidad: Intensidad de uso de ordenador	Última utilización de ordenador	Grado de incorporación/e-igualdad en % de utilización en los últimos 3 meses de ordenador
	Frecuencia de uso de ordenador	Grado de incorporación /e-igualdad en % de utilización diaria de ordenador
E-intensidad: Intensidad de uso de Internet	Última utilización de Internet	Grado de incorporación /e-igualdad en % de utilización en los últimos 3 meses de Internet
	Frecuencia de uso de Internet	Grado de incorporación /e-igualdad en % de utilización diaria de Internet
Usos genéricos	Correo electrónico	Grado de incorporación /e-igualdad en % de uso de envío/recibo de correo electrónico
	Búsqueda de información sobre bienes y servicios	Grado de incorporación /e-igualdad en % de uso de búsqueda de información sobre bienes y servicios
Usos de bienestar social	Empleo	Grado de incorporación /e-igualdad en % de uso de búsqueda o solicitud de empleo
	Salud	Grado de incorporación /e-igualdad en % de uso de búsqueda de información sobre temas de salud
	Educación y formación	Grado de incorporación /e-igualdad en % de uso para formación y educación
Usos de ocio	Viajes	Grado de incorporación /e-igualdad en % de uso de servicios relacionados con viajes y alojamiento
	Software	Grado de incorporación /e-igualdad en % de uso de descargas de software
	Prensa	Grado de incorporación /e-igualdad en % de uso de periódicos o revistas on-line
	Radio, TV	Grado de incorporación /e-igualdad en % de uso de radio y TV en la web
Usos relacionados con las Administraciones Públicas (AAPP)	Información de las AAPP	Grado de incorporación /e-igualdad en % de comunicación con las AAPP para obtener información en la web
	Descargar formularios de las AAPP	Grado de incorporación /e-igualdad en % de comunicación con las AAPP para descargar formularios oficiales
	Rellenar/enviar formularios de las AAPP	Grado de incorporación /e-igualdad en % de comunicación con las AAPP para enviar formularios cumplimentados
Banca y comercio electrónicos	Banca	Grado de incorporación /e-igualdad en % de uso de banca electrónica o actividades financieras
	Venta	Grado de incorporación /e-igualdad en % de uso de venta de bienes y servicios
	Compra	Grado de incorporación /e-igualdad en % de uso de compra de bienes y servicios

El indicador correspondiente a cada variable es el dato extraído directamente de la fuente de Eurostat, para el grupo de hombres (Hv) o para el de mujeres (Mv). Expresamos ese valor en tanto por 1, por lo que un 0 en un grupo indicaría que ninguna persona miembro respondió afirmativamente (mínima intensidad o mínimo uso) y un 1 que todo el colectivo eligió esa opción (máxima intensidad o

máximo uso). Por otro lado, los indicadores del grado de e-igualdad (que ponen en relación los datos referentes a hombres y mujeres) se calculan como el coeficiente del valor mínimo (sea el de los hombres o el de las mujeres) entre el valor máximo (sea el de los hombres o el de las mujeres). Matemáticamente podría expresarse:

Indicador del grado de e-igualdadv = Mín{Hv,Mv} / Máx{Hv,Mv}

Donde: v = la variable que corresponda

Hv = valor de los hombres en la variable

Mv = valor de las mujeres en la variable

Con esta formulación conseguimos un indicador siempre acotado entre 0 y 1, porque el valor del numerador siempre es menor o igual al del denominador . El resultado muestra el grado de cercanía entre el colectivo con menor puntuación respecto del que tiene mayor puntuación, porque cuanto más se acerque a 1 más cercanos se encuentran en términos relativos. Esto es lo que definimos como grado de e-igualdad.

DIMENSIONES Y COMPOSICIÓN DE SUBÍNDICES

Para elaborar la estructura del índice SIGTIC, se han agrupado las variables antes presentadas en una serie de dimensiones (Tabla I). Como no existe un indicador individual que abarque toda una dimensión, sino una serie de indicadores y variables que se agrupan dentro de cada una, para establecer una medición del grado de e-igualdad en una de estas áreas hemos de acudir a metodologías de composición o agregación. El objetivo es que el valor del

resultado compuesto (subíndice) se siga manteniendo en el intervalo entre 0 y 1, para así delimitar también la cercanía o lejanía entre hombres y mujeres. La utilización de medias aritméticas conllevaría problemas de descompensaciones en la influencia de los indicadores: aquellos con mayor varianza serían sobreponderados o tendrían un mayor peso implícito sobre las variaciones del subíndice. De ahí que hayamos optado por las medias estandarizadas. Con este método cada indicador tiene la misma importancia relativa en la construcción del subíndice (Permanyer, 2009) o el mismo impacto (Hausmann, Tyson y Zahidi, 2006), porque se ponderan en base a su desviación típica. El procedimiento concreto de cálculo sigue estas fases:

1. En cada variable se calcula la desviación típica en la distribución del indicador del grado de e-igualdad a lo largo de todos los países de la muestra.

2. Después, se determina el cambio que provocaría en la desviación un incremento del 1% en la variable. Esto nos aporta un peso preliminar de cada variable (pv) y se calcula con una sencilla división:

p_v = *desviación estándar por 1% de cambio*$_v$ = *0,01/desviación estándar*$_v$

3. Por último, estos pesos preliminares son utilizados para obtener la media ponderada dentro de cada dimensión. Para ello, se suman los pesos preliminares de todas las variables de una dimensión y luego se transforman a una escala tal que esa suma sea igual 1. De esta forma se tiene la participación (sobre 1) de cada variable en la construcción del subíndice correspondiente. Por ejemplo, si tenemos tres variables a, b y c dentro de una dimensión, y sus pesos preliminaries los denotamos como pa, pb y pc, la ponderación final para la variable a sería: wa = pa/(pa+pb+pc). En el caso de variables perdidas por no haber sido recogidas en la encuesta de algún país, se adapta este cálculo para su caso concreto: por ejemplo, para un país donde no se registró la variable c, la fórmula de la ponderación de a sería wa = pa/(pa+pb).

Mediante este procedimiento, cuando en una variable existe una cierta uniformidad de los resultados en toda la muestra de países -lo que equivale a una pequeña desviación típica- aquellos que se alejen más de la media verán que esa tendencia se enfatiza en la ponderación final de la dimensión. Esto es, conseguimos un sistema en el que los países son “penalizados”, o “premiados”, en mayor medida cuando sus grados de e-igualdad son menores, o mayores, en variables donde la desviación típica es más reducida. En la Tabla II se pueden ver las ponderaciones establecidas.

Tabla II: Ponderaciones calculadas para cada subíndice

Variable / **Dimensión**	**Desviación estándar**	**Peso preliminar (p)**	**Ponderación (w)**
Última utilización de ordenador	0,067	0,148	0,340
Frecuencia de uso de ordenador	0,035	0,288	0,660
Info-intensidad: Intensidad de uso de ordenador			1
Última utilización de Internet	0,076	0,132	0,381
Frecuencia de uso de Internet	0,047	0,214	0,619
E-intensidad: Intensidad de uso de Internet			1
Correo electrónico	0,019	0,538	0,648
Buscar información sobre bienes y servicios	0,034	0,292	0,352
Usos genéricos			1
Empleo	0,081	0,124	0,363
Salud	0,122	0,082	0,242
Educación y formación	0,074	0,135	0,395
Usos de bienestar social			1
Viajes	0,060	0,168	0,352
Software	0,089	0,112	0,235
Prensa	0,105	0,096	0,200
Radio, TV	0,098	0,102	0,213
Usos de ocio			1
Información	0,069	0,145	0,388
Descargar formularios	0,079	0,126	0,338
Rellenar/enviar formularios	0,098	0,102	0,274
Usos relacionados con las AAPP			1
Banca	0,099	0,101	0,453
Venta	0,144	0,070	0,314
Compra	0,194	0,052	0,233
Banca y comercio electrónicos			1

Debe advertirse que, puesto que los subíndices son fruto de operaciones con medias estandarizadas, los valores finales no son una medida pura de la brecha que pueda ser interpretada directamente como un porcentaje (Hausmann, Tyson y Zahidi, 2006). No obstante, al delimitarse en un intervalo entre 0 y 1, donde el mínimo se identifica con la total desigualdad y el máximo con la total e-igualdad, es fácil entender y visualizar en términos comparativos lo que estos subíndices señalan.

También se debe tener en cuenta que para las ponderaciones de los indicadores en la construcción de cada subíndice de hombres y mujeres, se utilizan las medias estandarizadas a partir de las desviaciones típicas de todos los valores de hombres y mujeres de todos los países (Tabla III). Gracias a este método, que tiene en cuenta toda la muestra de mujeres y hombres a la hora de definir la desviación típica, se pueden hacer los anteriormente citados análisis inter-género e intra-género. Lo que se obtiene, por tanto, dentro de cada dimensión es una serie de subíndices para cada sexo y cada país que son totalmente comparables. El intervalo de resultados se mueve también entre 0 y 1, de menor a mayor intensidad o uso.

Tabla III: Ponderaciones calculadas para cada subíndice con los datos de hombres y mujeres

Variable / **Dimensión**	**Desviación estándar**	**Peso preliminar (p)**	**Ponderación (w)**
Última utilización de ordenador	0,067	0,148	0,311
Frecuencia de uso de ordenador	0,035	0,288	0,689
Info-intensidad: Intensidad de uso de ordenador			1
Última utilización de Internet	0,076	0,132	0,335
Frecuencia de uso de Internet	0,047	0,214	0,665
E-intensidad: Intensidad de uso de Internet			1
Correo electrónico	0,019	0,538	0,604
Buscar información sobre bienes y servicios	0,034	0,292	0,396
Usos genéricos			1
Empleo	0,081	0,124	0,520
Salud	0,122	0,082	0,247
Educación y formación	0,074	0,135	0,233
Usos de bienestar social			1
Viajes	0,060	0,168	0,224
Software	0,089	0,112	0,288
Prensa	0,105	0,096	0,211
Radio, TV	0,098	0,102	0,277
Usos de ocio			1
Información	0,069	0,145	0,263
Descargar formularios	0,079	0,126	0,364
Rellenar/enviar formularios	0,098	0,102	0,373
Usos relacionados con las AAPP			1
Banca	0,099	0,101	0,194
Venta	0,144	0,070	0,541
Compra	0,194	0,052	0,265
Banca y comercio electrónicos			1

VALOR FINAL: ÍNDICE SIGTIC

El último paso del proceso consiste en calcular un valor global que sintetice toda la información sobre la situación de e-igualdad: el índice SIGTIC. El índice para un país es el resultado de dividir la suma de todos sus subíndices entre el número de dimensiones (siete). Es decir, se trata de una sencilla media aritmética de los subíndices de las distintas dimensiones, lo cual supone considerarlas todas igual de importantes.

Como sucedía con los subíndices, el índice SIGTIC no puede interpretarse como un porcentaje. Pero sigue estando delimitado entre 0 y 1, con el mismo significado de cada uno de los valores que lo componen.

III.3. RESULTADOS EUROPEOS: RANKINGS NACIONALES

La aplicación del SIGTIC al análisis de la brecha digital de género, ofrece resultados significativos, dado que permite poner en relación la situación de la e-igualdad y las brechas digitales de género entre las diferentes zonas y países de Europa. El carácter sintético del SIGTIC lo hace posible, ya que permite analizar de manera operativa y eficaz el importante volumen de información que implica un análisis en perspectiva transnacional.

Aquí se ofrecen los datos correspondientes al año 2009 para cada sexo en cada una de las dimensiones que componen el índice. Como se ha dicho en la metodología, contienen los resultados para cada país de la muestra de Eurostat, referentes a las tres categorías que se exponen a continuación:

- Primera columna (Mujeres): índice (o subíndice) agregado del nivel de intensidad y uso del ordenador e Internet alcanzado por las usuarias de cada país. Permite comparaciones intra-género.
- Segunda columna (Hombres): índice (o subíndice) agregado del nivel de intensidad y uso del ordenador e Internet alcanzado por los usuarios de cada país. Comparaciones intra-género.
- Tercera columna (e-igualdad): índice (o subíndice) agregado del nivel de convergencia entre sexos a lo largo de las distintas dimensiones que lo componen. Permite comparaciones inter-género.

Pasamos ahora a analizar el conjunto de los treinta y un países incluidos en el SIGTIC. Los resultados por países para cada columna, se han ordenado en un ranking de mayor a menor puntuación, incluyendo el cálculo de las respectivas medias (Tabla IV). Lo primero que se percibe es la existencia de un contexto general de desigualdad inter-género, esto es, de brecha digital de género. En los 31 países del índice, los valores de los coeficientes correspondientes a la

intensidad de las mujeres –primera columna- son inferiores a los de los hombres –segunda columna- y otro tanto sucede con el grado de e-igualdad, siempre con valores inferiores a la unidad –entre 0,93 y 0,80, tercera columna. En el marco de ese contexto general, conviven situaciones muy dispares que requieren un análisis pormenorizado.

Tabla IV: Índices SIGTIC, ranking europeo

Mujeres		
1	Dinamarca	0,640
2	Islandia	0,630
3	Finlandia	0,611
4	Noruega	0,603
5	Suecia	0,593
6	Holanda	0,582
7	Francia	0,569
8	Luxemburgo	0,568
9	Estonia	0,566
10	Reino Unido	0,543
11	Eslovenia	0,531
12	Alemania	0,530
13	Portugal	0,510
14	Lituania	0,508
15	Letonia	0,507
16	Malta	0,506
	Media	0,505
17	Hungría	0,501
18	Bélgica	0,487
19	España	0,483
20	Italia	0,474
21	Eslovaquia	0,471
22	Irlanda	0,468
23	Austria	0,468
24	Chipre	0,460
25	Croacia	0,456
26	Chequia	0,432
27	Polonia	0,424
28	Macedonia	0,408
29	Grecia	0,389
30	Bulgaria	0,387
31	Rumanía	0,361

Hombres		
1	Dinamarca	0,682
2	Noruega	0,661
3	Islandia	0,660
4	Luxemburgo	0,647
5	Holanda	0,640
6	Finlandia	0,638
7	Suecia	0,613
8	Francia	0,593
9	Reino Unido	0,588
10	Alemania	0,584
11	Estonia	0,554
12	Malta	0,549
13	Bélgica	0,532
	Media	0,531
14	Eslovenia	0,528
15	Austria	0,525
16	España	0,522
17	Portugal	0,520
18	Hungría	0,514
19	Italia	0,511
20	Irlanda	0,505
21	Croacia	0,491
22	Letonia	0,490
23	Eslovaquia	0,485
24	Lituania	0,484
25	Chipre	0,474
26	Chequia	0,448
27	Polonia	0,446
28	Grecia	0,422
29	Macedonia	0,411
30	Bulgaria	0,378
31	Rumanía	0,361

e-igualdad		
1	Rumanía	0,921
2	Dinamarca	0,917
3	Suecia	0,915
4	Francia	0,911
5	Hungría	0,910
6	Lituania	0,907
7	Islandia	0,907
8	Finlandia	0,904
9	Croacia	0,900
10	Eslovaquia	0,898
11	Polonia	0,896
12	Portugal	0,895
13	Eslovenia	0,893
14	Estonia	0,891
15	Reino Unido	0,889
	Media	0,884
16	España	0,882
17	Chequia	0,879
18	Malta	0,878
19	Bélgica	0,872
20	Noruega	0,871
21	Irlanda	0,870
22	Letonia	0,867
23	Macedonia	0,867
24	Italia	0,866
25	Luxemburgo	0,865
26	Alemania	0,865
27	Holanda	0,862
28	Bulgaria	0,857
29	Grecia	0,851
30	Chipre	0,849
31	Austria	0,849

De los resultados de los rankings se desprende la siguiente tipología de países europeos, según nivel de uso de TIC, combinado con el grado de igualdad de género:

- Alto nivel de uso con elevada e-igualdad: Nórdicos (Islandia, Finlandia, Noruega, Dinamarca y Suecia), Francia, Eslovenia y en menor medida Holanda.
- Alto nivel de uso con baja e-igualdad: Luxemburgo, Alemania y Reino Unido.
- Nivel de uso y e-igualdad en torno a las medias: Hungría, Malta, Portugal y Eslovaquia.
- Bajo nivel de uso con elevada e-igualdad: Rumanía, Chequia, Bulgaria y en menor medida Polonia y Bélgica.
- Bajo nivel de uso con baja e-igualdad: Grecia, Chipre, Macedonia, Croacia y en menor medida Italia, Irlanda y España.

Esta clasificación sitúa a los países nórdicos como referencia europea: siempre por encima de las medias y copando los primeros puestos de los rankings. Ello significa que cuentan con las mujeres y hombres que hacen un uso más intensivo de las TIC, presentando además elevados niveles de e-igualdad. En el extremo contrario, a los países incluidos en las dos últimas categorías les quedaría un mayor camino para converger con el grupo de cabecera.

Al margen de esa estructura cabe destacar el caso de los países bálticos (Estonia, Letonia y Lituania), en los que los índices SIGTIC mujeres superan a los de los hombres. También Austria resulta difícil de clasificar, aunque por motivos opuestos, dado que está por debajo de la media en SIGTIC mujeres, por encima en SIGTIC hombres y penúltima en SIGTIC e-igualdad.

4. Resultados por subíndices

Los datos agregados que se acaban de presentar se pueden ampliar analizando los resultados por variables que componen las siete dimensiones o subíndices del índice agregado SIGTIC .Las Tablas V a XI ofrecen una síntesis de tales resultados a nivel de subíndices.

Info-intensidad y e-intensidad

Comenzamos el análisis por la intensidad con que se utilizan el ordenador e Internet. Dicha intensidad viene determinada por la combinación del momento de última utilización y de la frecuencia de uso. Observando los resultados de las medias de los subíndices (Tabla V y Tabla VI), se comprueba cómo para ambas tecnologías los valores de intensidad de uso de las mujeres son inferiores a los de los hombres (se encuentran más alejados de la unidad), acentuándose en la e-intensidad. En consecuencia, el nivel agregado de e-igualdad en Europa registra una brecha de 0,062 puntos (siempre sobre 1) en la info-intensidad y de 0,082 puntos en la e-intensidad.

Tabla V: subíndice info-intensidad, ranking europeo

Mujeres		
1	Islandia	0,904
2	Dinamarca	0,853
3	Suecia	0,848
4	Noruega	0,833
5	Holanda	0,833
6	Finlandia	0,817
7	Luxemburgo	0,809
8	Reino Unido	0,797
9	Estonia	0,765
10	Eslovaquia	0,759
11	Bélgica	0,758
12	Eslovenia	0,757
13	Alemania	0,748
14	Italia	0,745
15	Francia	0,738
16	Hungría	0,731
	Media	0,730
17	Chipre	0,724
18	Letonia	0,710
19	Malta	0,706
20	Lituania	0,701
21	Austria	0,698
22	Macedonia	0,695
23	Bulgaria	0,677
24	Croacia	0,671
25	Irlanda	0,664
26	Polonia	0,659
27	Portugal	0,654
28	España	0,642
29	Chequia	0,620
30	Grecia	0,584
31	Rumanía	0,517

Hombres		
1	Islandia	0,913
2	Noruega	0,910
3	Luxemburgo	0,908
4	Holanda	0,885
5	Dinamarca	0,877
6	Suecia	0,865
7	Finlandia	0,843
8	Alemania	0,829
9	Reino Unido	0,826
10	Italia	0,798
11	Bélgica	0,797
12	Austria	0,792
13	Francia	0,781
	Media	0,759
14	Hungría	0,749
15	Malta	0,743
16	Eslovaquia	0,742
17	Croacia	0,734
18	Eslovenia	0,730
19	Estonia	0,730
20	Lituania	0,713
21	Macedonia	0,709
22	Letonia	0,708
23	Portugal	0,706
24	España	0,703
25	Irlanda	0,697
26	Chipre	0,693
27	Polonia	0,686
28	Bulgaria	0,665
29	Grecia	0,651
30	Chequia	0,650
31	Rumanía	0,510

e-igualdad		
1	Letonia	0,991
2	Islandia	0,991
3	Suecia	0,981
4	Lituania	0,980
5	Hungría	0,974
6	Dinamarca	0,973
7	Finlandia	0,971
8	Macedonia	0,969
9	Reino Unido	0,965
10	Polonia	0,959
11	Estonia	0,957
12	Eslovaquia	0,955
13	Chequia	0,953
14	Rumanía	0,952
15	Bulgaria	0,951
16	Malta	0,950
17	Bélgica	0,949
18	Francia	0,946
19	Eslovenia	0,945
	Media	0,942
20	Holanda	0,941
21	Irlanda	0,929
22	Noruega	0,917
23	Portugal	0,914
24	Italia	0,913
25	España	0,912
26	Croacia	0,912
27	Alemania	0,902
28	Chipre	0,901
29	Luxemburgo	0,891
30	Grecia	0,890
31	Austria	0,881

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Tabla VI: subíndice e-intensidad, ranking europeo

Mujeres		
1	Islandia	0,891
2	Dinamarca	0,832
3	Suecia	0,831
4	Noruega	0,820
5	Holanda	0,811
6	Finlandia	0,807
7	Luxemburgo	0,775
8	Estonia	0,759
9	Reino Unido	0,738
10	Bélgica	0,718
11	Eslovenia	0,716
12	Letonia	0,705
13	Malta	0,703
14	Italia	0,702
15	Hungría	0,698
16	Francia	0,694
	Media	0,692
17	Eslovaquia	0,692
18	Alemania	0,683
19	Lituania	0,672
20	Croacia	0,651
21	Austria	0,640
22	Macedonia	0,638
23	Polonia	0,632
24	Chipre	0,626
25	Bulgaria	0,626
26	Irlanda	0,613
27	Portugal	0,609
28	España	0,600
29	Chequia	0,552
30	Grecia	0,525
31	Rumanía	0,484

Hombres		
1	Islandia	0,908
2	Noruega	0,901
3	Luxemburgo	0,890
4	Holanda	0,872
5	Dinamarca	0,859
6	Suecia	0,852
7	Finlandia	0,836
8	Reino Unido	0,787
9	Alemania	0,785
10	Bélgica	0,778
11	Italia	0,766
12	Austria	0,735
	Media	0,732
13	France	0,731
14	Malta	0,728
15	Estonia	0,728
16	Hungría	0,721
17	Eslovaquia	0,715
18	Eslovenia	0,708
19	Croacia	0,706
20	Letonia	0,698
21	Lituania	0,691
22	Macedonia	0,681
23	Polonia	0,674
24	España	0,668
25	Portugal	0,655
26	Irlanda	0,651
27	Chipre	0,645
28	Bulgaria	0,629
29	Grecia	0,611
30	Chequia	0,602
31	Rumanía	0,485

e-igualdad		
1	Islandia	0,981
2	Letonia	0,978
3	Eslovenia	0,978
4	Suecia	0,975
5	Lituania	0,972
6	Dinamarca	0,968
7	Eslovaquia	0,967
8	Hungría	0,966
9	Finlandia	0,964
10	Estonia	0,962
11	Malta	0,961
12	Rumanía	0,955
13	Bulgaria	0,955
14	Chipre	0,951
15	Polonia	0,938
16	Reino Unido	0,938
17	Macedonia	0,935
18	Francia	0,935
	Media	0,934
19	Holanda	0,930
20	Bélgica	0,922
21	Irlanda	0,919
22	Chequia	0,919
23	Portugal	0,913
24	Croacia	0,912
25	Noruega	0,912
26	España	0,896
27	Italia	0,894
28	Luxemburgo	0,872
29	Austria	0,871
30	Alemania	0,871
31	Grecia	0,852

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

El análisis individualizado por países de estas dos primeras dimensiones presenta patrones similares a los del índice SIGTIC global que se han expuesto al clasificar los países por categorías. Sí es destacable la mayor concentración relativa de los valores de e-igualdad, en contraposición a una mayor dispersión observables en los valores de mujeres y de hombres en los distintos países. Es decir, mientras que la diferencia entre el valor del primer país y el del último en las columnas de mujeres y hombres es de más de 0,300 puntos, esa diferencia se reduce a menos de 0,200 en las columnas de e-igualdad. Ello implica que aunque los niveles de uso son dispares entre países, las diferencias en desigualdad de género no lo son tanto.

Usos "neutros" de Internet

Al adentrarnos en la explotación de las dimensiones sobre los usos de Internet, se observa que la desigualdad de género es menos acusada en el caso de los usos genéricos y los de comunicación con las Administraciones Públicas (Tabla VII y Tabla VIII). Los primeros incluyen el uso del correo electrónico y la búsqueda de información sobre bienes y servicios. Los segundos se refieren a la búsqueda de información sobre AA. PP. y al intercambio de formularios. Los calificamos como neutros porque presentan elevadas medias del grado de e-igualdad (0,974 y 0,876, respectivamente).

Tabla VII: subíndice usos genéricos, ranking europeo

Mujeres		
1	Holanda	0,927
2	Noruega	0,911
3	Dinamarca	0,906
4	Luxemburgo	0,903
5	Suecia	0,902
6	Finlandia	0,901
7	Alemania	0,898
8	Islandia	0,889
9	Hungría	0,888
10	Chequia	0,882
11	Francia	0,870
12	Bélgica	0,863
13	Portugal	0,859
14	Malta	0,852
15	Reino Unido	0,846
16	Irlanda	0,843
17	Estonia	0,841
18	Eslovenia	0,827
19	Letonia	0,826
	Media	0,825
20	España	0,822
21	Austria	0,814
22	Chipre	0,801
23	Eslovaquia	0,800
24	Lituania	0,793
25	Italia	0,760
26	Grecia	0,730
27	Croacia	0,727
28	Macedonia	0,715
29	Polonia	0,682
30	Bulgaria	0,661
31	Rumanía	0,653

Hombres		
1	Holanda	0,934
2	Noruega	0,921
3	Luxemburgo	0,918
4	Dinamarca	0,912
5	Alemania	0,910
6	Suecia	0,900
7	Finlandia	0,899
8	Islandia	0,892
9	Hungría	0,877
10	Malta	0,875
11	Chequia	0,873
12	Bélgica	0,873
13	Reino Unido	0,865
14	Portugal	0,862
15	Francia	0,856
16	Irlanda	0,846
17	España	0,840
18	Austria	0,840
	Media	0,831
19	Eslovenia	0,828
20	Eslovaquia	0,827
21	Estonia	0,813
22	Italia	0,802
23	Chipre	0,801
24	Letonia	0,798
25	Lituania	0,775
26	Grecia	0,764
27	Croacia	0,757
28	Polonia	0,704
29	Macedonia	0,696
30	Rumanía	0,662
31	Bulgaria	0,650

e-igualdad		
1	Holanda	0,993
2	Portugal	0,992
3	Noruega	0,989
4	Bélgica	0,989
5	Alemania	0,988
6	Hungría	0,987
7	Luxemburgo	0,984
8	Eslovenia	0,983
9	Rumanía	0,981
10	Irlanda	0,981
11	Bulgaria	0,981
12	Dinamarca	0,980
13	España	0,980
14	Francia	0,977
15	Suecia	0,975
16	Malta	0,975
	Media	0,974
17	Macedonia	0,973
18	Chequia	0,973
19	Austria	0,970
20	Islandia	0,969
21	Estonia	0,967
22	Reino Unido	0,967
23	Eslovaquia	0,967
24	Letonia	0,965
25	Polonia	0,965
26	Finlandia	0,964
27	Croacia	0,961
28	Chipre	0,958
29	Lituania	0,957
30	Grecia	0,953
31	Italia	0,950

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Tabla VIII: subíndice usos de comunicación con las AAPP, ranking europeo[9]

Mujeres		
1	Islandia	0,539
2	Estonia	0,513
3	Dinamarca	0,464
4	Noruega	0,392
5	Suecia	0,389
6	Finlandia	0,359
7	Holanda	0,344
8	Luxemburgo	0,324
9	Portugal	0,322
10	Eslovenia	0,317
11	Irlanda	0,289
12	Chipre	0,288
13	Austria	0,282
14	Hungría	0,278
	Media	0,275
15	España	0,265
16	Lituania	0,264
17	Eslovaquia	0,260
18	Alemania	0,243
19	Malta	0,236
20	Reino Unido	0,225
21	Italia	0,215
22	Letonia	0,195
23	Polonia	0,194
24	Chequia	0,176
25	Bélgica	0,175
26	Bulgaria	0,166
27	Croacia	0,159
28	Grecia	0,149
29	Rumanía	0,126
30	Macedonia	0,100
31	Francia	-

Hombres		
1	Islandia	0,613
2	Dinamarca	0,533
3	Holanda	0,493
4	Noruega	0,482
5	Estonia	0,467
6	Suecia	0,421
7	Finlandia	0,410
8	Luxemburgo	0,401
9	Portugal	0,361
10	Irlanda	0,341
11	Chipre	0,330
12	Austria	0,323
	Media	0,300
13	Alemania	0,297
14	Malta	0,295
15	Reino Unido	0,286
16	España	0,281
17	Eslovaquia	0,276
18	Hungría	0,274
19	Eslovenia	0,262
20	Bélgica	0,238
21	Lituania	0,228
22	Italia	0,215
23	Chequia	0,192
24	Polonia	0,182
25	Croacia	0,157
26	Letonia	0,154
27	Grecia	0,152
28	Bulgaria	0,121
29	Rumanía	0,115
30	Macedonia	0,104
31	Francia	-

e-igualdad		
1	Italia	0,968
2	Hungría	0,961
3	Grecia	0,960
4	España	0,946
5	Croacia	0,944
6	Eslovaquia	0,941
7	Polonia	0,934
8	Suecia	0,926
9	Rumanía	0,912
10	Estonia	0,912
11	Chequia	0,898
12	Portugal	0,896
13	Islandia	0,884
14	Finlandia	0,879
15	Chipre	0,877
16	Dinamarca	0,871
17	Austria	0,865
	Media	0,864
18	Lituania	0,862
19	Macedonia	0,859
20	Irlanda	0,846
21	Luxemburgo	0,822
22	Noruega	0,814
23	Alemania	0,812
24	Eslovenia	0,810
25	Malta	0,800
26	Reino Unido	0,794
27	Letonia	0,771
28	Bélgica	0,729
29	Bulgaria	0,726
30	Holanda	0,701
31	Francia	-

[9] Los valores marcados en rojo señalan casos en los que el subíndice se ha calculado sin datos en alguno de los indicadores que lo componen. Esto quiere decir que hay países que no incluyen todos los años todas las variables indicadas por Eurostat. Para más información: http://www.e-igualdad.net/contenidos/contenido.aspx?IdContenido=682.

Los usos genéricos son con diferencia los que presentan niveles de intensidad más elevados tanto entre las mujeres (media de 0,822) como entre los hombres (media de 0,829), y un menor grado de desigualdad de género (una brecha de sólo 0,026 puntos sobre 1). Aunque a nivel de intensidad femenina y masculina el patrón general observado en el índice agregado SIGTIC tiende a mantenerse, con los países nórdicos y algunos centroeuropeos en primeras posiciones, la situación se desdibuja un tanto en e-igualdad. Así, países que ocupaban últimos lugares de e-igualdad en los anteriores apartados, aparecen para estos usos en los primeros puestos del ranking (España, Croacia, Alemania y Luxemburgo). A su vez, países que ocupaban posiciones destacadas, vienen a caer hasta los puestos inferiores (Estonia, Suecia, Lituania, Francia, Islandia y Noruega), No obstante, esta circunstancia queda relativizada al ser las diferencias entre países muy reducidas, como muestra el elevado grado de concentración de los resultados (distancia de apenas 0,050).

Es llamativo que, por ejemplo, España se encuentre en la segunda posición del ranking e-igualdad, siendo 0,004 la diferencia de los subíndices de mujeres y hombres, mientras que Suecia con una diferencia en ambos subíndices muy similar (0,003 puntos), aparece en el puesto 28 en e-igualdad. Esto se debe a que en el caso de España la desigualdad es muy pequeña en los dos usos que componen el subíndice. Sin embargo en Suecia el signo de la desigualdad ha sido distinto en cada uno de esos usos genéricos: ellas usan más el correo electrónico y ellos hacen más búsqueda de información.

Al contrario de lo que sucede con los usos genéricos, el empleo de Internet para ponerse en comunicación con las Administraciones Públicas presenta niveles de utilización mucho más reducidos, una media de e-igualdad más baja y una gran dispersión entre países, indicativa de una importante disparidad de situaciones.

En resumen, podemos decir que en estas dimensiones neutras algunos de los países más rezagados presentan grados de e-igualdad similares a los de los más avanzados, aunque no consiguen niveles de uso tan altos en hombres y mujeres como los de los países de referencia.

Usos de Internet "sexualizados"

Hay otro tipo de usos que sí tienen un marcado sesgo en función del sexo. Se trata de, por una parte, los relacionados con el ocio y las transacciones económicas, que se hayan fuertemente masculinizados, y por otra, de los que tienen un mayor contenido de bienestar social, donde son las mujeres quienes realizan un mayor uso.

La dimensión usos de ocio, está compuesta por los servicios sobre viajes y alojamientos (única variable que presenta una mayor puntuación media en las mujeres respecto a los hombres), la descarga de software y el acceso a periódicos, revistas, radio y televisión. La intensidad de uso que hacen los hombres en esa dimensión de ocio es muy superior a la de las mujeres, quedando la igualdad media entre ambos a veinte puntos de distancia (Tabla IX).

Tabla IX: subíndice usos de ocio, ranking europeo

Mujeres		
1	Dinamarca	0,525
2	Islandia	0,510
3	Noruega	0,501
4	Finlandia	0,495
5	España	0,450
6	Luxemburgo	0,447
7	Estonia	0,443
8	Holanda	0,438
9	Letonia	0,432
10	Eslovenia	0,430
11	Suecia	0,429
12	Reino Unido	0,428
13	Lituania	0,418
14	Croacia	0,394
	Media	0,389
15	Malta	0,385
16	Portugal	0,378
17	Rumanía	0,373
18	Macedonia	0,371
19	Chipre	0,369
20	Chequia	0,363
21	Italia	0,359
22	Grecia	0,354
23	Alemania	0,339
24	Hungría	0,336
25	Francia	0,334
26	Eslovaquia	0,327
27	Irlanda	0,299
28	Bélgica	0,297
29	Austria	0,293
30	Bulgaria	0,276
31	Polonia	0,266

Hombres		
1	Dinamarca	0,649
2	Noruega	0,631
3	Luxemburgo	0,614
4	Islandia	0,608
5	Finlandia	0,593
6	España	0,549
7	Reino Unido	0,545
8	Suecia	0,543
9	Holanda	0,535
10	Estonia	0,514
11	Malta	0,493
12	Eslovenia	0,486
13	Lituania	0,483
14	Alemania	0,481
15	Croacia	0,480
16	Letonia	0,477
	Media	0,476
17	Portugal	0,462
18	Chipre	0,445
19	Chequia	0,440
20	Italia	0,434
21	Hungría	0,420
22	Austria	0,420
23	Francia	0,413
24	Rumanía	0,410
25	Grecia	0,405
26	Eslovaquia	0,395
27	Bélgica	0,393
28	Macedonia	0,385
29	Irlanda	0,383
30	Polonia	0,342
31	Bulgaria	0,325

e-igualdad		
1	Rumanía	0,909
2	Estonia	0,863
3	Macedonia	0,862
4	Lituania	0,855
5	Grecia	0,848
6	Bulgaria	0,843
7	Eslovenia	0,835
8	Dinamarca	0,835
9	Portugal	0,834
10	Chipre	0,832
11	Islandia	0,829
12	Italia	0,829
13	Croacia	0,823
14	Francia	0,822
15	Letonia	0,819
16	Holanda	0,817
17	Malta	0,816
18	Hungría	0,815
	Media	0,812
19	Noruega	0,810
20	Finlandia	0,807
21	España	0,805
22	Suecia	0,797
23	Polonia	0,794
24	Reino Unido	0,787
25	Eslovaquia	0,782
26	Chequia	0,780
27	Bélgica	0,768
28	Luxemburgo	0,755
29	Irlanda	0,752
30	Austria	0,722
31	Alemania	0,713

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Por países, de nuevo los primeros lugares en intensidad de usos de ocio los ocupan nórdicos y centroeuropeos. No obstante hay excepciones destacadas que se salen de esa pauta. El contrapunto lo representan España y Alemania. La primera, que suele estar en posiciones por debajo de las medias de intensidad, en el caso del ocio las mujeres alcanzan el décimo lugar de la clasificación y los hombres el noveno. Ello se debe al elevado uso relativo de Internet para viajes y en TV/radio. Alemania, por su parte, aparece en la parte baja del ranking (puesto 25 las mujeres y puesto 19 los hombres) debido a su escaso uso de Internet para leer prensa y consumir TV/radio.

En cuanto a la situación entre géneros, destaca la aparición en los primeros puestos de e-igualdad de algunos países más allá del eje nórdico-centroeuropeo (caso de Rumanía, Bulgaria, Hungría y Croacia). La descarga de software es un factor clave en esa situación: la media de e-igualdad en esa categoría es muy baja (0,566) y da lugar a importantes descompensaciones. Volviendo al ejemplo anterior, el último lugar del ranking que ocupa Alemania en e-igualdad se explica en buena medida por la gran diferencia en descarga de software a favor de los hombres. Que España esté claramente por encima de la media también se debe a ese mismo factor, aunque en sentido inverso: ocupa la sexta posición del ranking de e-igualdad en descarga de software.

El otro caso de usos masculinizados es el del comercio (compra y venta online) y la banca. Aunque su nivel de utilización entre la población internauta es mucho menor, la distancia media entre sexos, o brecha de género, es aún mayor que en los usos de ocio: más de veintiún puntos (Tabla X).

Tabla X: subíndice usos de comercio y banca, ranking europeo[10]

Mujeres		
1	Dinamarca	0,432
2	Holanda	0,379
3	Alemania	0,374
4	Suecia	0,370
5	Reino Unido	0,369
6	Finlandia	0,352
7	Noruega	0,348
8	Francia	0,321
9	Lituania	0,313
10	Luxemburgo	0,312
11	Bélgica	0,295
12	Islandia	0,291
13	Eslovenia	0,258
14	Portugal	0,248
15	Estonia	0,245
16	Irlanda	0,234
17	Malta	0,230
	Media	0,229
18	Austria	0,218
19	Letonia	0,195
20	Polonia	0,190
21	Croacia	0,154
22	España	0,153
23	Eslovaquia	0,139
24	Chequia	0,134
25	Chipre	0,119
26	Italia	0,117
27	Hungría	0,116
28	Grecia	0,060
29	Macedonia	0,056
30	Rumanía	0,042
31	Bulgaria	0,033

Hombres		
1	Dinamarca	0,494
2	Holanda	0,449
3	Noruega	0,422
4	Reino Unido	0,421
5	Alemania	0,419
6	Suecia	0,401
7	Finlandia	0,398
8	Luxemburgo	0,392
9	Bélgica	0,358
10	Francia	0,351
11	Eslovenia	0,343
12	Islandia	0,314
13	Malta	0,308
14	Austria	0,278
	Irlanda	0,274
15	*Media*	0,262
16	Estonia	0,261
17	Polonia	0,244
18	España	0,206
19	Croacia	0,194
20	Italia	0,192
21	Letonia	0,191
22	Chipre	0,168
23	Eslovaquia	0,166
24	Chequia	0,166
25	Lituania	0,157
26	Portugal	0,156
27	Hungría	0,155
28	Grecia	0,096
29	Macedonia	0,059
30	Rumanía	0,046
31	Bulgaria	0,044

e-igualdad		
1	Lituania	0,958
2	Suecia	0,913
3	Rumanía	0,890
4	Dinamarca	0,889
5	Alemania	0,880
6	Francia	0,876
7	Reino Unido	0,860
8	Finlandia	0,851
9	Eslovenia	0,850
10	Holanda	0,844
11	Bélgica	0,835
12	Islandia	0,831
13	Estonia	0,826
14	Portugal	0,822
15	Irlanda	0,820
16	Croacia	0,804
17	Chequia	0,803
	Media	0,796
18	Polonia	0,789
19	Eslovaquia	0,788
20	Luxemburgo	0,785
21	Noruega	0,782
22	Hungría	0,764
23	Letonia	0,764
24	Bulgaria	0,758
25	Malta	0,728
26	Austria	0,726
27	España	0,725
28	Macedonia	0,643
29	Chipre	0,629
30	Italia	0,621
31	Grecia	0,620

[10] Ídem ant.

En este subíndice se recupera el patrón general por países que se expuso en el índice SIGTIC global, tanto en lo referente a intensidad femenina y masculina, como al grado de e-igualdad. Los países de vanguardia siguen ocupando las primeras posiciones en intensidad de uso, siempre por encima de las medias y a gran distancia de los países más rezagados. Esta última circunstancia dibuja con claridad el mapa de los países en los que las actividades económicas on-line parecen encontrarse asentadas, respecto de los que apenas hacen uso de ellas (con coeficientes muy cercanos a cero).

La situación descrita cambia de manera radical en los usos de bienestar social (búsqueda de empleo, cuestiones sobre salud y acceso a formación), en los que la brecha tiene un volumen similar, en torno a los 16 puntos, pero como consecuencia de la utilización más intensiva por parte de las mujeres que de los hombres (Tabla XI). Esa tónica general queda reflejada en los valores de las medias de intensidad de mujeres y hombres: 0,352 y 0,304, respectivamente.

Tabla XI: subíndice usos de bienestar social, ranking europeo

Mujeres		
1	Finlandia	0,543
2	Portugal	0,497
3	Letonia	0,483
4	Dinamarca	0,465
5	Hungría	0,459
6	Francia	0,457
7	España	0,448
8	Croacia	0,439
9	Malta	0,433
10	Alemania	0,425
11	Italia	0,419
12	Eslovenia	0,416
13	Noruega	0,414
14	Luxemburgo	0,407
15	Reino Unido	0,400
16	Lituania	0,395
17	Estonia	0,394
	Media	0,388
18	Islandia	0,383
19	Suecia	0,381
20	Polonia	0,346
21	Holanda	0,343
22	Rumanía	0,336
23	Irlanda	0,335
24	Austria	0,333
25	Grecia	0,325
26	Eslovaquia	0,320
27	Bélgica	0,306
28	Chequia	0,296
29	Chipre	0,290
30	Macedonia	0,282
31	Bulgaria	0,272

Hombres		
1	Finlandia	0,484
2	Dinamarca	0,449
3	Portugal	0,439
4	Francia	0,423
5	Croacia	0,411
6	Luxemburgo	0,407
7	Letonia	0,407
8	Hungría	0,404
9	España	0,403
10	Malta	0,399
11	Reino Unido	0,383
12	Islandia	0,373
13	Italia	0,370
14	Alemania	0,366
15	Estonia	0,363
16	Noruega	0,362
17	Irlanda	0,347
	Media	0,345
18	Lituania	0,339
19	Eslovenia	0,338
20	Holanda	0,314
21	Suecia	0,309
22	Rumanía	0,297
23	Polonia	0,294
24	Austria	0,291
25	Bélgica	0,288
26	Grecia	0,275
27	Eslovaquia	0,273
28	Macedonia	0,238
29	Chipre	0,234
30	Chequia	0,216
31	Bulgaria	0,214

e-igualdad		
1	Luxemburgo	0,946
2	Croacia	0,944
3	Reino Unido	0,915
4	Malta	0,914
5	Francia	0,910
6	España	0,910
7	Bélgica	0,909
8	Dinamarca	0,906
9	Austria	0,905
10	Hungría	0,901
11	Portugal	0,892
12	Polonia	0,891
13	Finlandia	0,890
14	Eslovaquia	0,888
15	Alemania	0,887
16	Italia	0,886
17	Noruega	0,876
	Media	0,864
18	Islandia	0,864
19	Eslovenia	0,853
20	Rumanía	0,848
21	Irlanda	0,844
22	Grecia	0,836
23	Suecia	0,835
24	Macedonia	0,829
25	Chequia	0,825
26	Holanda	0,805
27	Chipre	0,799
28	Bulgaria	0,785
29	Letonia	0,783
30	Lituania	0,766
31	Estonia	0,748

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

El factor clave que determina la desigualdad en esta dimensión son los servicios de Internet relativos a la salud, aspecto en el que la brecha media es de casi treinta puntos. En las otras dos categorías de bienestar social (educación y empleo) las diferencias de género no son tan acusadas. Además, cabe destacar que el sentido de la desigualdad en el apartado de salud está inclinado hacia el lado de las mujeres, es decir, que ellas presentan niveles relativos de uso mucho mayores.

Por países, la tradicional presencia en los primeros puestos de nórdicos y de otros países como Francia vuelve a confirmarse en este subíndice. Sin embargo, se detectan interesantes excepciones, tales como el caso de Portugal (tercera en intensidad mujeres, segunda en intensidad hombres y novena en e-igualdad), Croacia (sexta, séptima y decimotercera) e incluso Grecia o Italia en e-igualdad (primera y sexta posición, respectivamente). En la explicación de estos casos resulta de utilidad analizar los resultados a nivel de las variables que componen el subíndice. La posición de Portugal se debe en buena medida a que es la primera de ranking en intensidad de uso de educación y formación. Otro tanto sucede con Grecia en el apartado de e-igualdad: es la número uno en usos de salud a gran distancia del segundo país. En el caso de Italia, su buena posición en e-igualdad está relacionada con el puesto tercero en la variable educación y formación.

III.5. CONCLUSIONES

Una primera conclusión del trabajo que se acaba de presentar, de orden metodológico, sería a nuestro juicio, la confirmación de la utilidad de los indicadores compuestos para analizar objetos de estudio como el que nos ocupa. Gracias al SIGTIC se ha manejado un importante volumen de información referida a diecinueve variables sobre mujeres y hombres de treinta y un países, homologándola y haciéndola estadísticamente operativa y comparable. Toda esa información se ha sintetizado en siete dimensiones y un último agregado final representativo del grado de igualdad (o de desigualdad) de género en la SI para cada país.

En cuanto a los resultados concretos de la aplicación del SIGTIC, han permitido volver a poner de manifiesto la presencia de la segunda brecha digital de género, determinada no ya por el acceso, sino por el grado de uso efectivo de las TIC (e-inclusión). En el conjunto de Europa, la desventaja femenina en la intensidad de uso TIC es clara a este respecto. Además, se ha comprobado la importante segmentación de determinados tipos de usos de Internet en función del género: lúdicos y económicos, masculinizados; de bienestar social, feminizados.

En cuanto al análisis crosscountry de la situación de las mujeres y hombres europeos en la SI, mediante la aplicación del SIGTIC ha sido posible establecer una clasificación de países en cinco categorías, atendiendo a sus respectivas situaciones de nivel de uso de TIC, combinada con el grado de e-igualdad existente. En la explicación de los respectivos resultados por países, ha sido posible descender a nivel de las variables que componen cada dimensión del índice SIGTIC, lo que ha permitido ofrecer información muy concreta y detallada –aunque sucinta- sobre casos particulares.

Dentro de esa clasificación, los primeros puestos de los rankings de e-inclusión y de e-igualdad son detentados sobre todo por los países escandinavos, que se constituyen, por tanto, como referencias europeas ineludibles de benchmarking para las actuaciones políticas y sociales que aspiren a fomentar la igualdad entre mujeres y hombres en la Sociedad de la Información.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

III.6. BIBLIOGRAFÍA

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 (disponible a 30-10-2009 on-line: http://www.mityc.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/367/139.pdf)

Castaño, C. et al. (2009): La brecha digital de género. Amantes y distantes, Universidad Complutense de Madrid.

Dutta, S. y Mia, I. (2008): The Global Information Technology Report 2008-2009, World Economic Forum, Geneva, Switzerland (disponible a 30-10-2009 en: http://www.insead.edu/v1/gitr/wef/main/fullreport/index.html)

Economist Intelligence Unit (2009): The 2009 e-readiness rankings. The usage imperative, EIU, London, United Kingdom (consultado on-line a 30-10-2009: http://graphics.eiu.com/pdf/E-readiness%20rankings.pdf)

Eurostat (2008): "Community survey on ICT usage in households and by individuals 2008. Eurostat Model Questionnaire" (disponible a 30-10-2009 on-line: http://circa.europa.eu/Public/irc/dsis/emisannexes/library?l=/data_-_database/theme_3_-_popul/isoc/householdsindiv/questionnaire_2008pdf/_EN_1.0_&a=d)

Eurostat (2009): "Availability of variables collected in the Community survey on ICT usage in households and by individuals 2003-2008" (disponible on-line a 30-10-2009: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/information_society/documents/Variables%20summary%20HH%202003-2008.pdf)

Fundación France Telecom España (2006): eEspaña 2006, Fundación France Telecom España, Madrid, (disponible a 30-10-2009 on-line: http://www.fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/eEspana_2006.pdf)

Hausmann, R., Tyson, L.D. y Zahidi, S. (Ed.) (2006): The Global Gender Gap Report 2006; World Economic Forum, Geneva, Switzerland (on-line a 30-10-2009 en: http://www.weforum.org/pdf/gendergap/report2006.pdf)

IDC (2009): Information Society Index. An IDC continuous intelligence service, (documento disponible on-line a 30-10-2009: http://www.idc.com/groups/isi/DOCS/factsheets.pdf)

ITU-UNCTAD (2007): "The ICT Opportunity Index (ICT-OI)", en World Information Society Report 2007, pp. 119-143, ITU, Geneva (informe completo disponible on-line a 30-10-2009: http://www.itu.int/osg/spu/publications/worldinformationsociety/2007/WISR07_full-free.pdf)

Permanyer, I. (2009): "The Measurement of Multidimensional Gender Inequality: Continuing the Debate", en Social Indicators Research, Springer Netherlands (publicado on-line el 20-3-2009 y consultado el 30-10-2009 en la dirección: http://www.springerlink.com/content/4231w73g52205841/fulltext.pdf)

UNDP (1999): "Human Development Indicators", en Human Development Report 1999, pp. 124-246, Oxford University Press, New York (disponible a 30-10-2009 on-line: http://hdr.undp.org/en/media/hdr_1999_back1.pdf)

UNDP (2006): "Human Development Indicators", en Human Development Report 2006, pp. 263-280, Oxford University Press, New York (disponible on-line a 30-10-2009: http://hdr.undp.org/en/media/Human_development_indicators.pdf)

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

IV. APERTURA DE INFORMACIÓN AL PÚBLICO INTERESADO

IV.1. PRESENTACIÓN

El objetivo perseguido con esta actuación ha sido desarrollar una herramienta que permita poner a disposición de las personas y entidades interesadas ("stakeholders") las bases de datos, herramientas y productos elaborados por el equipo del Observatorio e-Igualdad en los últimos cinco años.

También, se ha pretendido facilitar la accesibilidad a la información de la forma más adaptada a los nuevos usos de Internet, entre los que se pueden destacar:

- Aplicaciones interactivas.
- Descargas de archivos con documentación e información detallada.
- Tecnologías *podcast*.
- Bases estadísticas en la web con salidas personalizadas (tipo *dashboard*) de tablas, gráficos, mapas, etc.

La mejor difusión de la información y el mayor volumen de personas potencialmente usuarias, nos hacen confiar en que resulte una herramienta útil para la mejora en el acceso a información de calidad sobre género y SI, tanto para los agentes implicados de forma directa en este ámbito, como para el público en general.

De ahí se derivan otros resultados, tales como el mejor conocimiento de la realidad de las mujeres respecto de las nuevas tecnologías; la difusión de herramientas de medición y análisis específicas o la contribución a la

consolidación del Observatorio e-Igualdad como entidad de referencia en el sector. A esta última circunstancia no es ajeno que, tanto esos recursos técnicos como los propios datos elaborados y los indicadores del Observatorio, no se encuentran disponibles en otras entidades.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

IV.2. VARIABLES SELECCIONADAS

En la aplicación que se desarrolla, se puede acceder a información relativa a las dimensiones, variables y preguntas que se detallan en la siguiente tabla:

DIMENSIÓN	VARIABLE	PREGUNTA	CÓDIGO
Info-intensidad: Intensidad de uso de ordenador	Ultima utilización de ordenador	I have used a computer within the last 3 months	i_c3
	Frecuencia de uso de ordenador	In the last 3 months, I used a computer, on average, every day or almost every day	i_cday
E-intensidad: Intensidad de uso de Internet	Última utilización de Internet	I used the Internet in the last 3 months	i_iu3
	Frecuencia de uso de Internet	In the last 3 months, I accessed the Internet, on average, every day or almost every day	i_iday
Usos genéricos	Correo electrónico	I have used Internet, in the last 3 months, for sending/receiving e-mails	i_iuem
	Búsqueda de información sobre bienes y servicios	I have used Internet, in the last 3 months, for finding information about goods and services	i_iuif
Usos de bienestar social	Empleo	I have used Internet, in the last 3 months, for looking for a job or sending a job application	i_iujob
	Salud	I have used Internet, in the last 3 months, for seeking health information on injury, disease or nutrition	i_ihif
	Educación y formación	I have used Internet, in the last 3 months, for training and education	i_iuedu
Usos de ocio	Viajes	I have used Internet, in the last 3 months, for using services related to travel and accommodation	i_iuhols
	Software	I have used Internet, in the last 3 months, for downloading software	i_iusoft
	Prensa	I have used Internet, in the last 3 months, for reading / downloading online newspapers / news magazines	i_iunw
	Radio, TV	I have used Internet, in the last 3 months, for listening to Web radios and/or watching Web television	i_iuweb
Usos relacionados con las AAPP	Información	I have used Internet, in the last 3 months, for obtaining information from public authorities web sites	i_igovif
	Descargar formularios	I have used Internet, in the last 3 months, for downloading official forms	i_igovfm
	Rellenar/enviar formularios	I have used Internet, in the last 3 months, for sending filled forms	i_igovrt
Banca y comercio electrónicos	Banca	I have used Internet, in the last 3 months, for Internet banking	i_iubk
	Venta	I have used Internet, in the last 3 months, for selling goods and services (e.g. via auctions)	i_iusell
	Compra	I ordered/bought goods or services, over the Internet, for private use, in the last 3 months	i_buy3

IV.3. OPCIONES DE CRUCE

Los datos anteriores están disponibles para treinta y un países europeos, con referencia a los años 2008 y 2009. En función de las opciones seleccionadas, la información se mostrará como:

- Tabla de datos
- Gráfico de barras
- Mapa geográfico con indicación de la situación en cada país
- Ficha de país en la que se resume la información específica de cada uno.

A la fecha de cierre de este documento, algunas de las aplicaciones de este apartado aún se encuentran en desarrollo, aunque en breve serán alojadas en la web www.e-igualdad.net.

IV.4. EXPLICACIÓN DE CAPACIDADES

A fin de ilustrar de manera sencilla el tipo de aplicaciones desarrollada, ofrecemos algunos ejemplos extraídos directamente del portal e-igualdad.net.

e-igualdad .net
¿Quiénes somos?
¿Qué es la e-igualdad?
Plan de Acción para la Igualdad en SI
Inicio Registro Contacto Mapa web
Buscar
Observatorio
Iniciativas
Directorio TIC
Taller e-igualdad
INICIO DE SESIÓN
Usuario/a
Contraseña
Iniciar sesión
registrate
recordar contraseña
Plan Igualdad SI
Recibe nuestro Boletin
OBSERVATORIO E-IGUALDAD
Informes, estudios y cifras
Estadísticas
Observatorio e-igualdad
Desde el Observatorio e-igualdad estamos trabajando en impulsar la incorporación de las mujeres a la Sociedad de la Información, mediante la generación de información y de análisis rigurosos que resulten de utilidad para la toma de decisiones, la elaboración de propuestas de actuación, la sensibilización social y la evaluación de políticas y actuaciones.
Con ese objetivo desde el Observatorio e-Igualdad elaboramos indicadores, resultados e informes que acerquen un mayor conocimiento en materia de e-igualdad.
Consulta los datos SIGTIG elaborados por el equipo de investigación del Observatorio E-Igualdad de la UCM.
Estadísticas Observatorio
INFORMES OBSERVATORIO
* La brecha digital de género. Amantes y distantes
* Informe 2007. Observatorio E-igualdad
elaborado por:
mujeres.net

e-igualdad .net
¿Quiénes somos?
¿Qué es la e-igualdad?
Plan de Acción para la Igualdad en SI
Inicio Registro Contacto Mapa web
Buscar
Observatorio
Iniciativas
Directorio TIC
Taller e-igualdad
INICIO DE SESIÓN
Usuaria/o
Contraseña
Iniciar sesión
regístrate
recordar contraseña
OBSERVATORIO E-IGUALDAD
Informes, estudios y cifras
Estadísticas
Selecciona el tipos de datos a mostrar
Gráfica Selecciona...
Tabla
Muñecos
Mapa
Siguiente »
NOTICIAS
Abuelos 2.0
Quién lidera las redes
Ver más noticias
Plan Igualdad SI
Plan de Acción para la Igualdad entre mujeres y hombres en la Sociedad de la Información 2009-2011
Recibe nuestro Boletin

e-igualdad .net
¿Quiénes somos?
¿Qué es la e-igualdad?
Plan de Acción para la Igualdad en SI
Inicio Registro Contacto Mapa web
Buscar
Observatorio
Iniciativas
Directorio TIC
Taller e-igualdad
INICIO DE SESIÓN
Usuaria/o
Contraseña
Iniciar sesión
regístrate
recordar contraseña
OBSERVATORIO E-IGUALDAD
Informes, estudios y cifras
Estadísticas
Selecciona Años
1 Objetos seleccionados
Remover todos
Agregar todos
2008
2009
« Anterior
Siguiente »
NOTICIAS
Abuelos 2.0
Quién lidera las redes
Ver más noticias
Plan Igualdad SI
Plan de Acción para la Igualdad entre mujeres y hombres en la Sociedad de la Información 2009-2011
Recibe nuestro Boletin

e-igualdad .net
¿Quiénes somos?
¿Qué es la e-igualdad?
Plan de Acción para la Igualdad en SI
Inicio Registro Contacto Mapa web
Buscar
Observatorio
Iniciativas
Directorio TIC
Taller e-igualdad
INICIO DE SESIÓN
Usuaria/o
Contraseña
Iniciar sesión
regístrate
recordar contraseña
NOTICIAS
Abuelos 2.0
Quién lidera las redes
Ver más noticias
Plan Igualdad SI
Plan de Acción para la Igualdad entre mujeres y hombres en la Sociedad de la Información 2009-2011
Recibe nuestro Boletin
OBSERVATORIO E-IGUALDAD
Informes, estudios y cifras
Estadísticas

e-igualdad .net
¿Quiénes somos?
¿Qué es la e-igualdad?
Plan de Acción para la Igualdad en SI
Inicio Registro Contacto Mapa web
Buscar
Observatorio
Iniciativas
Directorio TIC
Taller e-igualdad
INICIO DE SESIÓN
Usuaria/o
Contraseña
Iniciar sesión
regístrate
recordar contraseña
NOTICIAS
Abuelos 2.0
Quién lidera las redes
Ver más noticias
Plan Igualdad SI
Plan de Acción para la Igualdad entre mujeres y hombres en la Sociedad de la Información 2009-2011
Recibe nuestro Boletin
OBSERVATORIO E-IGUALDAD
Informes, estudios y cifras
Estadísticas
Selecciona los indicadores deseados
Selecciona los tipos deseados
E-IGUALDAD

e-igualdad .net
¿Quiénes somos?
¿Qué es la e-igualdad?
Plan de Acción para la Igualdad en SI
Inicio Registro Contacto Mapa web
Buscar
Observatorio
Iniciativas
Directorio TIC
Taller e-igualdad
INICIO DE SESIÓN
Usuaria/o
Contraseña
Iniciar sesión
regístrate
recordar contraseña
NOTICIAS
Abuelos 2.0
Quién lidera las redes
Ver más noticias
Plan Igualdad SI
Plan de Acción para la Igualdad entre mujeres y hombres en la Sociedad de la Información 2009-2011
Recibe nuestro Boletin
OBSERVATORIO E-IGUALDAD
Informes, estudios y cifras
Estadísticas
Selecciona los indicadores deseados
Selecciona los tipos deseados

V. ANEXOS

V.1. TABLAS DE CONTINGENCIA Y CORRELACIONES

(Véase documento adjunto)

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

V.2. TABLAS DE RANKINGS DE INDICADORES Y SUBÍNDICES SIGTIC

Variables del grado de e-igualdad

Última utilización de ordenador		
1	Finlandia	0,998
2	Suecia	0,997
3	Francia	0,995
4	Estonia	0,994
5	Letonia	0,990
6	Dinamarca	0,976
7	Islandia	0,975
8	Lituania	0,965
9	Eslovaquia	0,963
10	Eslovenia	0,961
11	Irlanda	0,957
12	Hungría	0,952
13	Malta	0,946
14	Noruega	0,945
15	Reino Unido	0,945
16	Polonia	0,942
17	Chequia	0,942
18	Rumanía	0,936
19	Holanda	0,935
20	Bulgaria	0,934
	Media	0,932
21	Alemania	0,914
22	Macedonia	0,913
23	Bélgica	0,904
24	España	0,897
25	Croacia	0,897
26	Chipre	0,886
27	Luxemburgo	0,885
28	Austria	0,880
29	Grecia	0,842
30	Portugal	0,827
31	Italia	0,809

Frecuencia de uso de ordenador		
1	Islandia	0,999
2	Macedonia	0,997
3	Letonia	0,992
4	Lituania	0,988
5	Hungría	0,985
6	Reino Unido	0,975
7	Suecia	0,973
8	Bélgica	0,972
9	Dinamarca	0,972
10	Polonia	0,968
11	Italia	0,967
12	Rumanía	0,960
13	Bulgaria	0,960
14	Portugal	0,960
15	Chequia	0,958
16	Finlandia	0,957
17	Malta	0,952
18	Eslovaquia	0,951
	Media	0,948
19	Holanda	0,944
20	Estonia	0,938
21	Eslovenia	0,937
22	Francia	0,922
23	España	0,920
24	Croacia	0,919
25	Irlanda	0,915
26	Grecia	0,914
27	Chipre	0,909
28	Noruega	0,903
29	Alemania	0,897
30	Luxemburgo	0,895
31	Austria	0,882

info-intensidad		
1	Letonia	0,991
2	Islandia	0,991
3	Suecia	0,981
4	Lituania	0,980
5	Hungría	0,974
6	Dinamarca	0,973
7	Finlandia	0,971
8	Macedonia	0,969
9	Reino Unido	0,965
10	Polonia	0,959
11	Estonia	0,957
12	Eslovaquia	0,955
13	Chequia	0,953
14	Rumanía	0,952
15	Bulgaria	0,951
16	Malta	0,950
17	Bélgica	0,949
18	Francia	0,946
19	Eslovenia	0,945
	Media	0,942
20	Holanda	0,941
21	Irlanda	0,929
22	Noruega	0,917
23	Portugal	0,914
24	Italia	0,913
25	España	0,912
26	Croacia	0,912
27	Alemania	0,902
28	Chipre	0,901
29	Luxemburgo	0,891
30	Grecia	0,890
31	Austria	0,881

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Variables del grado de e-igualdad

Última utilización de Internet		
1	Finlandia	0,994
2	Estonia	0,991
3	Suecia	0,984
4	Letonia	0,981
5	Eslovenia	0,980
6	Islandia	0,973
7	Francia	0,971
8	Lituania	0,971
9	Dinamarca	0,969
10	Eslovaquia	0,968
11	Irlanda	0,961
12	Hungría	0,949
13	Noruega	0,940
14	Chequia	0,937
15	Reino Unido	0,936
16	Polonia	0,936
17	Holanda	0,934
18	Malta	0,932
19	Macedonia	0,928
	Media	0,927
20	Rumanía	0,919
21	Bulgaria	0,913
22	Bélgica	0,910
23	Alemania	0,900
24	Luxemburgo	0,895
25	España	0,887
26	Chipre	0,877
27	Austria	0,875
28	Croacia	0,871
29	Portugal	0,827
30	Grecia	0,811
31	Italia	0,804

Frecuencia de uso de Internet		
1	Chipre	0,996
2	Islandia	0,986
3	Bulgaria	0,980
4	Malta	0,978
5	Rumanía	0,977
6	Hungría	0,977
7	Letonia	0,977
8	Eslovenia	0,976
9	Lituania	0,973
10	Suecia	0,970
11	Dinamarca	0,968
12	Eslovaquia	0,966
13	Portugal	0,966
14	Italia	0,949
15	Finlandia	0,946
16	Estonia	0,944
17	Polonia	0,939
18	Macedonia	0,939
	Media	0,939
19	Reino Unido	0,939
20	Croacia	0,937
21	Bélgica	0,929
22	Holanda	0,927
23	Francia	0,912
24	Chequia	0,908
25	España	0,902
26	Noruega	0,894
27	Irlanda	0,893
28	Grecia	0,877
29	Austria	0,869
30	Luxemburgo	0,858
31	Alemania	0,852

e-intensidad		
1	Islandia	0,981
2	Letonia	0,978
3	Eslovenia	0,978
4	Suecia	0,975
5	Lituania	0,972
6	Dinamarca	0,968
7	Eslovaquia	0,967
8	Hungría	0,966
9	Finlandia	0,964
10	Estonia	0,962
11	Malta	0,961
12	Rumanía	0,955
13	Bulgaria	0,955
14	Chipre	0,951
15	Polonia	0,938
16	Reino Unido	0,938
17	Macedonia	0,935
18	Francia	0,935
	Media	0,934
19	Holanda	0,930
20	Bélgica	0,922
21	Irlanda	0,919
22	Chequia	0,919
23	Portugal	0,913
24	Croacia	0,912
25	Noruega	0,912
26	España	0,896
27	Italia	0,894
28	Luxemburgo	0,872
29	Austria	0,871
30	Alemania	0,871
31	Grecia	0,852

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Variables del grado de e-igualdad

Correo electrónico		
1	Austria	0,999
2	Luxemburgo	0,999
3	España	0,999
4	Polonia	0,997
5	Portugal	0,996
6	Alemania	0,994
7	Rumanía	0,994
8	Bélgica	0,994
9	Bulgaria	0,993
10	Holanda	0,993
11	Noruega	0,992
12	Malta	0,992
13	Reino Unido	0,990
14	Dinamarca	0,989
15	Hungría	0,987
16	Irlanda	0,987
17	Chequia	0,985
18	Eslovenia	0,985
	Media	0,982
19	Macedonia	0,979
20	Eslovaquia	0,979
21	Italia	0,978
22	Suecia	0,978
23	Islandia	0,977
24	Estonia	0,972
25	Francia	0,970
26	Finlandia	0,968
27	Croacia	0,966
28	Chipre	0,964
29	Letonia	0,951
30	Lituania	0,948
31	Grecia	0,941

Buscar información sobre bb y ss		
1	Holanda	0,993
2	Letonia	0,992
3	Francia	0,991
4	Hungría	0,986
5	Portugal	0,984
6	Noruega	0,984
7	Eslovenia	0,980
8	Bélgica	0,979
9	Alemania	0,976
10	Lituania	0,974
11	Grecia	0,973
12	Suecia	0,970
13	Irlanda	0,970
14	Dinamarca	0,963
15	Macedonia	0,961
	Media	0,959
16	Estonia	0,958
17	Bulgaria	0,957
18	Rumanía	0,957
19	Luxemburgo	0,955
20	Finlandia	0,955
21	Islandia	0,955
22	Croacia	0,951
23	Chequia	0,950
24	Chipre	0,948
25	Eslovaquia	0,944
26	Malta	0,944
27	España	0,943
28	Reino Unido	0,924
29	Austria	0,916
30	Polonia	0,905
31	Italia	0,897

usos genéricos		
1	Holanda	0,993
2	Portugal	0,992
3	Noruega	0,989
4	Bélgica	0,989
5	Alemania	0,988
6	Hungría	0,987
7	Luxemburgo	0,984
8	Eslovenia	0,983
9	Rumanía	0,981
10	Irlanda	0,981
11	Bulgaria	0,981
12	Dinamarca	0,980
13	España	0,980
14	Francia	0,977
15	Suecia	0,975
16	Malta	0,975
	Media	0,974
17	Macedonia	0,973
18	Chequia	0,973
19	Austria	0,970
20	Islandia	0,969
21	Estonia	0,967
22	Reino Unido	0,967
23	Eslovaquia	0,967
24	Letonia	0,965
25	Polonia	0,965
26	Finlandia	0,964
27	Croacia	0,961
28	Chipre	0,958
29	Lituania	0,957
30	Grecia	0,953
31	Italia	0,950

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Variables del grado de e-igualdad

Empleo		
1	Chequia	0,999
2	Polonia	0,999
3	Bulgaria	0,992
4	Dinamarca	0,987
5	Eslovaquia	0,966
6	Francia	0,965
7	Luxemburgo	0,958
8	Bélgica	0,950
9	Macedonia	0,948
10	Reino Unido	0,941
11	Croacia	0,940
12	Austria	0,927
13	Eslovenia	0,924
14	España	0,921
15	Hungría	0,914
16	Letonia	0,899
17	Noruega	0,895
18	Portugal	0,894
	Media	0,892
19	Suecia	0,886
20	Italia	0,875
21	Rumanía	0,872
22	Alemania	0,867
23	Finlandia	0,842
24	Malta	0,831
25	Lituania	0,820
26	Islandia	0,812
27	Holanda	0,799
28	Grecia	0,785
29	Estonia	0,767
30	Irlanda	0,755
31	Chipre	0,736

Salud		
1	Luxemburgo	0,947
2	Malta	0,913
3	Croacia	0,888
4	Grecia	0,831
5	España	0,828
6	Holanda	0,823
7	Finlandia	0,806
8	Portugal	0,796
9	Dinamarca	0,793
10	Hungría	0,779
11	Bélgica	0,779
12	Alemania	0,776
13	Irlanda	0,769
14	Austria	0,766
15	Chipre	0,761
16	Reino Unido	0,760
17	Italia	0,747
18	Francia	0,747
19	Rumanía	0,733
20	Islandia	0,726
	Media	0,725
21	Eslovaquia	0,698
22	Noruega	0,681
23	Macedonia	0,637
24	Suecia	0,632
25	Polonia	0,630
26	Eslovenia	0,628
27	Estonia	0,612
28	Lituania	0,588
29	Bulgaria	0,542
30	Letonia	0,468
31	Chequia	0,401

Educación y formación		
1	Islandia	0,996
2	Malta	0,990
3	Reino Unido	0,987
4	Finlandia	0,986
5	Croacia	0,983
6	Italia	0,980
7	Noruega	0,978
8	Alemania	0,973
9	Irlanda	0,971
10	Austria	0,970
11	Hungría	0,964
12	Francia	0,958
13	Polonia	0,952
14	Bélgica	0,952
15	España	0,948
16	Portugal	0,948
17	Luxemburgo	0,934
18	Eslovaquia	0,933
19	Eslovenia	0,926
20	Chequia	0,925
	Media	0,923
21	Suecia	0,912
22	Dinamarca	0,900
23	Rumanía	0,898
24	Grecia	0,886
25	Chipre	0,881
26	Letonia	0,870
27	Macedonia	0,836
28	Lituania	0,826
29	Estonia	0,813
30	Holanda	0,800
31	Bulgaria	0,744

usos de bienestar social		
1	Luxemburgo	0,946
2	Croacia	0,944
3	Reino Unido	0,915
4	Malta	0,914
5	Francia	0,910
6	España	0,910
7	Bélgica	0,909
8	Dinamarca	0,906
9	Austria	0,905
10	Hungría	0,901
11	Portugal	0,892
12	Polonia	0,891
13	Finlandia	0,890
14	Eslovaquia	0,888
15	Alemania	0,887
16	Italia	0,886
17	Noruega	0,876
	Media	0,864
18	Islandia	0,864
19	Eslovenia	0,853
20	Rumanía	0,848
21	Irlanda	0,844
22	Grecia	0,836
23	Suecia	0,835
24	Macedonia	0,829
25	Chequia	0,825
26	Holanda	0,805
27	Chipre	0,799
28	Bulgaria	0,785
29	Letonia	0,783
30	Lituania	0,766
31	Estonia	0,748

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Variables del grado de e-igualdad

Viajes		
1	Malta	0,996
2	Francia	0,995
3	Dinamarca	0,991
4	Islandia	0,988
5	Irlanda	0,981
6	Grecia	0,980
7	Rumanía	0,978
8	Reino Unido	0,970
9	Italia	0,969
10	Holanda	0,969
11	Suecia	0,968
12	Austria	0,967
13	Estonia	0,964
14	Hungría	0,961
15	Lituania	0,953
16	Chipre	0,953
17	Alemania	0,948
18	Finlandia	0,947
	Media	0,947
19	Eslovaquia	0,945
20	Portugal	0,944
21	Luxemburgo	0,944
22	España	0,938
23	Chequia	0,927
24	Bélgica	0,924
25	Polonia	0,920
26	Croacia	0,919
27	Noruega	0,917
28	Bulgaria	0,916
29	Eslovenia	0,902
30	Letonia	0,850
31	Macedonia	0,820

Software		
1	Macedonia	0,791
2	Rumanía	0,761
3	Bulgaria	0,726
4	Estonia	0,711
5	Chipre	0,690
6	Croacia	0,665
7	Grecia	0,658
8	Letonia	0,652
9	Irlanda	0,635
10	Portugal	0,618
11	Dinamarca	0,617
12	Lituania	0,613
13	España	0,611
14	Francia	0,609
15	Hungría	0,587
16	Italia	0,582
	Media	0,581
17	Malta	0,574
18	Polonia	0,558
19	Eslovenia	0,553
20	Bélgica	0,551
21	Noruega	0,539
22	Luxemburgo	0,531
23	Reino Unido	0,530
24	Holanda	0,530
25	Suecia	0,498
26	Alemania	0,491
27	Chequia	0,445
28	Islandia	0,437
29	Finlandia	0,431
30	Austria	0,426
31	Eslovaquia	0,385

Prensa		
1	Lituania	0,996
2	Estonia	0,995
3	Eslovaquia	0,982
4	Eslovenia	0,971
5	Finlandia	0,961
6	Hungría	0,959
7	Letonia	0,959
8	Macedonia	0,953
9	Rumanía	0,953
10	Noruega	0,951
11	Malta	0,951
12	Croacia	0,937
13	Chequia	0,934
14	Islandia	0,930
15	Bulgaria	0,897
16	Dinamarca	0,891
	Media	0,883
17	Polonia	0,875
18	Italia	0,871
19	Grecia	0,861
20	España	0,861
21	Chipre	0,835
22	Suecia	0,832
23	Reino Unido	0,829
24	Bélgica	0,824
25	Austria	0,823
26	Portugal	0,814
27	Francia	0,811
28	Holanda	0,799
29	Luxemburgo	0,794
30	Alemania	0,676
31	Irlanda	0,641

TV, radio		
1	Macedonia	0,926
2	Rumanía	0,915
3	Portugal	0,908
4	Eslovenia	0,905
5	Islandia	0,903
6	Holanda	0,900
7	Finlandia	0,845
8	Italia	0,830
9	Grecia	0,826
10	Lituania	0,825
11	Letonia	0,822
12	Suecia	0,810
13	Bulgaria	0,802
14	Noruega	0,799
15	Chipre	0,785
16	Francia	0,781
	Media	0,775
17	Polonia	0,768
18	Eslovaquia	0,763
19	Dinamarca	0,762
20	Chequia	0,760
21	España	0,748
22	Estonia	0,737
23	Croacia	0,732
24	Reino Unido	0,726
25	Bélgica	0,698
26	Hungría	0,687
27	Malta	0,659
28	Luxemburgo	0,653
29	Irlanda	0,609
30	Alemania	0,605
31	Austria	0,550

usos de ocio		
1	Rumanía	0,909
2	Estonia	0,863
3	Macedonia	0,862
4	Lituania	0,855
5	Grecia	0,848
6	Bulgaria	0,843
7	Eslovenia	0,835
8	Dinamarca	0,835
9	Portugal	0,834
10	Chipre	0,832
11	Islandia	0,829
12	Italia	0,829
13	Croacia	0,823
14	Francia	0,822
15	Letonia	0,819
16	Holanda	0,817
17	Malta	0,816
18	Hungría	0,815
	Media	0,812
19	Noruega	0,810
20	Finlandia	0,807
21	España	0,805
22	Suecia	0,797
23	Polonia	0,794
24	Reino Unido	0,787
25	Eslovaquia	0,782
26	Chequia	0,780
27	Bélgica	0,768
28	Luxemburgo	0,755
29	Irlanda	0,752
30	Austria	0,722
31	Alemania	0,713

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Variables del grado de e-igualdad

Información de las AAPP		
1	Chequia	0,999
2	Chipre	0,990
3	Grecia	0,988
4	Italia	0,988
5	Suecia	0,969
6	Eslovaquia	0,967
7	Hungría	0,944
8	Rumanía	0,943
9	España	0,941
10	Dinamarca	0,941
11	Croacia	0,940
12	Polonia	0,933
13	Estonia	0,932
14	Finlandia	0,932
15	Portugal	0,919
16	Islandia	0,901
17	Alemania	0,897
	Media	0,896
18	Austria	0,886
19	Reino Unido	0,877
20	Letonia	0,872
21	Eslovenia	0,858
22	Lituania	0,855
23	Noruega	0,846
24	Irlanda	0,841
25	Macedonia	0,838
26	Bélgica	0,825
27	Luxemburgo	0,812
28	Holanda	0,771
29	Bulgaria	0,739
30	Malta	0,734
31	Francia	-

Descargar formularios de las AAPP		
1	Macedonia	0,991
2	Hungría	0,985
3	Italia	0,973
4	Polonia	0,959
5	Croacia	0,938
6	Austria	0,929
7	Eslovaquia	0,928
8	Grecia	0,923
9	España	0,923
10	Chipre	0,910
11	Islandia	0,902
12	Estonia	0,898
13	Suecia	0,898
14	Malta	0,889
15	Rumanía	0,883
16	Portugal	0,879
17	Eslovenia	0,868
18	Lituania	0,864
	Media	0,857
19	Irlanda	0,857
20	Dinamarca	0,831
21	Finlandia	0,823
22	Noruega	0,811
23	Chequia	0,807
24	Reino Unido	0,786
25	Alemania	0,767
26	Luxemburgo	0,763
27	Letonia	0,729
28	Bélgica	0,703
29	Bulgaria	0,684
30	Holanda	0,607
31	Francia	-

Rellenar/enviar formularios de las AAPP		
1	España	0,981
2	Grecia	0,967
3	Croacia	0,958
4	Hungría	0,955
5	Italia	0,936
6	Eslovaquia	0,921
7	Luxemburgo	0,910
8	Rumanía	0,906
9	Polonia	0,904
10	Estonia	0,901
11	Suecia	0,899
12	Portugal	0,886
13	Finlandia	0,874
14	Lituania	0,869
15	Chequia	0,867
16	Irlanda	0,839
17	Islandia	0,838
	Media	0,828
18	Dinamarca	0,822
19	Malta	0,783
20	Noruega	0,774
21	Bulgaria	0,760
22	Austria	0,754
23	Alemania	0,748
24	Macedonia	0,725
25	Holanda	0,718
26	Reino Unido	0,685
27	Letonia	0,680
28	Chipre	0,676
29	Eslovenia	0,672
30	Bélgica	0,624
31	Francia	-

usos de comunicación con las AAPP		
1	Italia	0,968
2	Hungría	0,961
3	Grecia	0,960
4	España	0,946
5	Croacia	0,944
6	Eslovaquia	0,941
7	Polonia	0,934
8	Suecia	0,926
9	Rumanía	0,912
10	Estonia	0,912
11	Chequia	0,898
12	Portugal	0,896
13	Islandia	0,884
14	Finlandia	0,879
15	Chipre	0,877
16	Dinamarca	0,871
17	Austria	0,865
	Media	0,864
18	Lituania	0,862
19	Macedonia	0,859
20	Irlanda	0,846
21	Luxemburgo	0,822
22	Noruega	0,814
23	Alemania	0,812
24	Eslovenia	0,810
25	Malta	0,800
26	Reino Unido	0,794
27	Letonia	0,771
28	Bélgica	0,729
29	Bulgaria	0,726
30	Holanda	0,701
31	Francia	-

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Variables del grado de e-igualdad

Banca		
1	Finlandia	0,998
2	Eslovenia	0,978
3	Dinamarca	0,959
4	Suecia	0,957
5	Noruega	0,952
6	Holanda	0,949
7	Estonia	0,948
8	Rumanía	0,944
9	Polonia	0,941
10	Francia	0,934
11	Lituania	0,930
12	Chequia	0,929
13	Irlanda	0,921
14	Islandia	0,909
15	Reino Unido	0,900
16	Bélgica	0,892
17	Alemania	0,881
	Media	0,874
18	Hungría	0,867
19	Malta	0,865
20	Luxemburgo	0,850
21	Croacia	0,844
22	Letonia	0,842
23	Eslovaquia	0,839
24	Bulgaria	0,814
25	España	0,814
26	Austria	0,809
27	Chipre	0,806
28	Portugal	0,800
29	Italia	0,771
30	Macedonia	0,643
31	Grecia	0,604

Venta		
1	Rumanía	0,864
2	Suecia	0,793
3	Alemania	0,790
4	Francia	0,783
5	Dinamarca	0,773
6	Bélgica	0,773
7	Croacia	0,745
8	Reino Unido	0,734
9	Bulgaria	0,677
10	Islandia	0,658
11	Holanda	0,645
12	Grecia	0,629
13	Luxemburgo	0,629
14	Eslovaquia	0,626
	Media	0,620
15	Eslovenia	0,606
16	Irlanda	0,595
17	Hungría	0,562
18	Chequia	0,557
19	España	0,556
20	Finlandia	0,555
21	Estonia	0,550
22	Malta	0,537
23	Letonia	0,518
24	Polonia	0,514
25	Austria	0,492
26	Noruega	0,464
27	Italia	0,410
28	Chipre	0,324
29	Lituania	-
30	Macedonia	-
31	Portugal	-

Compra		
1	Alemania	0,998
2	Lituania	0,990
3	Suecia	0,987
4	Finlandia	0,963
5	Estonia	0,959
6	Reino Unido	0,952
7	Letonia	0,941
8	Eslovenia	0,929
9	Irlanda	0,927
10	Islandia	0,911
11	Holanda	0,908
12	Dinamarca	0,908
13	Eslovaquia	0,907
14	Francia	0,891
15	Chequia	0,890
16	Noruega	0,880
17	Austria	0,880
18	Luxemburgo	0,870
19	Polonia	0,863
	Media	0,862
20	Portugal	0,847
21	Hungría	0,836
22	Rumanía	0,817
23	Bélgica	0,809
24	Croacia	0,803
25	España	0,782
26	Bulgaria	0,760
27	Malta	0,719
28	Chipre	0,695
29	Grecia	0,637
30	Italia	0,614
31	Macedonia	-

banca y comercio electrónicos		
1	Lituania	0,958
2	Suecia	0,913
3	Rumanía	0,890
4	Dinamarca	0,889
5	Alemania	0,880
6	Francia	0,876
7	Reino Unido	0,860
8	Finlandia	0,851
9	Eslovenia	0,850
10	Holanda	0,844
11	Bélgica	0,835
12	Islandia	0,831
13	Estonia	0,826
14	Portugal	0,822
15	Irlanda	0,820
16	Croacia	0,804
17	Chequia	0,803
	Media	0,796
18	Polonia	0,789
19	Eslovaquia	0,788
20	Luxemburgo	0,785
21	Noruega	0,782
22	Hungría	0,764
23	Letonia	0,764
24	Bulgaria	0,758
25	Malta	0,728
26	Austria	0,726
27	España	0,725
28	Macedonia	0,643
29	Chipre	0,629
30	Italia	0,621
31	Grecia	0,620

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Variables de las mujeres

Última utilización de ordenador		
1	Islandia	0,918
2	Suecia	0,907
3	Noruega	0,885
4	Holanda	0,869
5	Dinamarca	0,860
6	Finlandia	0,841
7	Luxemburgo	0,824
8	Reino Unido	0,818
9	Alemania	0,770
10	Eslovaquia	0,730
11	Francia	0,721
12	Bélgica	0,718
13	Estonia	0,717
14	Austria	0,706
15	Irlanda	0,690
	Media	0,662
16	Letonia	0,648
17	Eslovenia	0,639
18	Chequia	0,620
19	Hungría	0,612
20	España	0,598
21	Lituania	0,589
22	Malta	0,579
23	Polonia	0,577
24	Macedonia	0,530
25	Chipre	0,503
26	Croacia	0,471
27	Portugal	0,466
28	Italia	0,439
29	Grecia	0,433
30	Bulgaria	0,426
31	Rumanía	0,408

Frecuencia de uso de ordenador		
1	Islandia	0,898
2	Italia	0,883
3	Dinamarca	0,851
4	Chipre	0,824
5	Suecia	0,822
6	Holanda	0,817
7	Eslovenia	0,810
8	Noruega	0,810
9	Finlandia	0,806
10	Luxemburgo	0,803
11	Bulgaria	0,790
12	Reino Unido	0,788
13	Estonia	0,787
14	Hungría	0,785
15	Bélgica	0,776
16	Eslovaquia	0,772
17	Macedonia	0,769
18	Malta	0,763
19	Croacia	0,761
	Media	0,760
20	Lituania	0,751
21	Francia	0,746
22	Portugal	0,740
23	Alemania	0,738
24	Letonia	0,738
25	Polonia	0,696
26	Austria	0,695
27	España	0,662
28	Irlanda	0,652
29	Grecia	0,651
30	Chequia	0,620
31	Rumanía	0,566

info-intensidad		
1	Islandia	0,904
2	Dinamarca	0,853
3	Suecia	0,848
4	Noruega	0,833
5	Holanda	0,833
6	Finlandia	0,817
7	Luxemburgo	0,809
8	Reino Unido	0,797
9	Estonia	0,765
10	Eslovaquia	0,759
11	Bélgica	0,758
12	Eslovenia	0,757
13	Alemania	0,748
14	Italia	0,745
15	Francia	0,738
16	Hungría	0,731
	Media	0,730
17	Chipre	0,724
18	Letonia	0,710
19	Malta	0,706
20	Lituania	0,701
21	Austria	0,698
22	Macedonia	0,695
23	Bulgaria	0,677
24	Croacia	0,671
25	Irlanda	0,664
26	Polonia	0,659
27	Portugal	0,654
28	España	0,642
29	Chequia	0,620
30	Grecia	0,584
31	Rumanía	0,517

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Variables de las mujeres

Última utilización de Internet		
1	Islandia	0,913
2	Suecia	0,888
3	Noruega	0,882
4	Holanda	0,859
5	Dinamarca	0,846
6	Finlandia	0,827
7	Luxemburgo	0,816
8	Reino Unido	0,791
9	Alemania	0,731
10	Estonia	0,715
11	Bélgica	0,711
12	Francia	0,702
13	Eslovaquia	0,689
14	Austria	0,669
15	Irlanda	0,662
16	Letonia	0,636
	Media	0,634
17	Eslovenia	0,614
18	Chequia	0,584
19	Hungría	0,578
20	Lituania	0,572
21	España	0,562
22	Malta	0,556
23	Polonia	0,539
24	Macedonia	0,481
25	Chipre	0,449
26	Croacia	0,436
27	Portugal	0,422
28	Italia	0,414
29	Bulgaria	0,399
30	Grecia	0,380
31	Rumanía	0,320

Frecuencia de uso de Internet		
1	Islandia	0,880
2	Italia	0,847
3	Dinamarca	0,825
4	Suecia	0,802
5	Finlandia	0,797
6	Noruega	0,789
7	Holanda	0,787
8	Estonia	0,782
9	Malta	0,777
10	Eslovenia	0,767
11	Hungría	0,759
12	Croacia	0,759
13	Luxemburgo	0,755
14	Letonia	0,740
15	Bulgaria	0,740
16	Lituania	0,722
17	Bélgica	0,722
	Media	0,721
18	Macedonia	0,717
19	Chipre	0,715
20	Reino Unido	0,712
21	Portugal	0,704
22	Eslovaquia	0,693
23	Francia	0,690
24	Polonia	0,679
25	Alemania	0,658
26	Austria	0,626
27	España	0,618
28	Grecia	0,598
29	Irlanda	0,589
30	Rumanía	0,566
31	Chequia	0,536

e-intensidad		
1	Islandia	0,891
2	Dinamarca	0,832
3	Suecia	0,831
4	Noruega	0,820
5	Holanda	0,811
6	Finlandia	0,807
7	Luxemburgo	0,775
8	Estonia	0,759
9	Reino Unido	0,738
10	Bélgica	0,718
11	Eslovenia	0,716
12	Letonia	0,705
13	Malta	0,703
14	Italia	0,702
15	Hungría	0,698
16	Francia	0,694
	Media	0,692
17	Eslovaquia	0,692
18	Alemania	0,683
19	Lituania	0,672
20	Croacia	0,651
21	Austria	0,640
22	Macedonia	0,638
23	Polonia	0,632
24	Chipre	0,626
25	Bulgaria	0,626
26	Irlanda	0,613
27	Portugal	0,609
28	España	0,600
29	Chequia	0,552
30	Grecia	0,525
31	Rumanía	0,484

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Variables de las mujeres

Correo electrónico		
1	Holanda	0,953
2	Dinamarca	0,945
3	Hungría	0,941
4	Luxemburgo	0,940
5	Suecia	0,935
6	Finlandia	0,927
7	Islandia	0,920
8	Noruega	0,918
9	Bélgica	0,912
10	Reino Unido	0,908
11	Alemania	0,906
12	Chequia	0,900
13	Estonia	0,886
14	Malta	0,883
15	Francia	0,877
16	Austria	0,876
	Media	0,871
17	Eslovaquia	0,867
18	España	0,862
19	Irlanda	0,861
20	Portugal	0,857
21	Letonia	0,857
22	Rumanía	0,850
23	Eslovenia	0,845
24	Macedonia	0,841
25	Lituania	0,824
26	Italia	0,823
27	Bulgaria	0,814
28	Chipre	0,808
29	Polonia	0,808
30	Croacia	0,755
31	Grecia	0,705

Buscar información sobre bb y ss		
1	Noruega	0,901
2	Holanda	0,889
3	Alemania	0,887
4	Finlandia	0,862
5	Portugal	0,861
6	Francia	0,859
7	Chequia	0,854
8	Suecia	0,852
9	Luxemburgo	0,847
10	Dinamarca	0,845
11	Islandia	0,841
12	Irlanda	0,815
13	Hungría	0,809
14	Malta	0,804
15	Eslovenia	0,799
16	Chipre	0,791
17	Bélgica	0,787
18	Letonia	0,778
19	Estonia	0,772
20	Grecia	0,767
21	España	0,760
	Media	0,756
22	Reino Unido	0,751
23	Lituania	0,746
24	Austria	0,718
25	Eslovaquia	0,697
26	Croacia	0,685
27	Italia	0,665
28	Macedonia	0,522
29	Polonia	0,490
30	Bulgaria	0,427
31	Rumanía	0,352

usos genéricos		
1	Holanda	0,927
2	Noruega	0,911
3	Dinamarca	0,906
4	Luxemburgo	0,903
5	Suecia	0,902
6	Finlandia	0,901
7	Alemania	0,898
8	Islandia	0,889
9	Hungría	0,888
10	Chequia	0,882
11	Francia	0,870
12	Bélgica	0,863
13	Portugal	0,859
14	Malta	0,852
15	Reino Unido	0,846
16	Irlanda	0,843
17	Estonia	0,841
18	Eslovenia	0,827
19	Letonia	0,826
	Media	0,825
20	España	0,822
21	Austria	0,814
22	Chipre	0,801
23	Eslovaquia	0,800
24	Lituania	0,793
25	Italia	0,760
26	Grecia	0,730
27	Croacia	0,727
28	Macedonia	0,715
29	Polonia	0,682
30	Bulgaria	0,661
31	Rumanía	0,653

Variables de las mujeres

Empleo		
1	Letonia	0,363
2	Hungría	0,321
3	Dinamarca	0,320
4	Finlandia	0,316
5	Croacia	0,315
6	Reino Unido	0,296
7	España	0,286
8	Estonia	0,277
9	Malta	0,274
10	Suecia	0,263
11	Noruega	0,257
12	Alemania	0,248
13	Francia	0,239
14	Lituania	0,236
15	Eslovaquia	0,236
16	Portugal	0,231
	Media	0,227
17	Italia	0,215
18	Holanda	0,215
19	Bulgaria	0,209
20	Eslovenia	0,205
21	Irlanda	0,181
22	Bélgica	0,176
23	Macedonia	0,176
24	Islandia	0,168
25	Polonia	0,163
26	Austria	0,151
27	Luxemburgo	0,149
28	Grecia	0,147
29	Rumanía	0,132
30	Chequia	0,131
31	Chipre	0,128

Salud		
1	Finlandia	0,753
2	Alemania	0,699
3	Portugal	0,684
4	Hungría	0,674
5	Eslovenia	0,645
6	Luxemburgo	0,644
7	Holanda	0,620
8	Lituania	0,613
9	Francia	0,611
10	Dinamarca	0,602
11	Letonia	0,598
12	España	0,592
13	Croacia	0,580
14	Austria	0,570
15	Estonia	0,557
16	Malta	0,546
	Media	0,543
17	Rumanía	0,539
18	Noruega	0,526
19	Italia	0,518
20	Eslovaquia	0,504
21	Bélgica	0,498
22	Suecia	0,494
23	Polonia	0,490
24	Chequia	0,481
25	Reino Unido	0,480
26	Islandia	0,465
27	Irlanda	0,411
28	Grecia	0,388
29	Chipre	0,386
30	Macedonia	0,351
31	Bulgaria	0,306

Educación y formación		
1	Portugal	0,892
2	Finlandia	0,828
3	Francia	0,780
4	Islandia	0,775
5	Italia	0,770
6	Luxemburgo	0,731
7	Malta	0,668
8	España	0,656
9	Grecia	0,654
10	Eslovenia	0,645
11	Noruega	0,645
12	Dinamarca	0,643
13	Letonia	0,630
14	Irlanda	0,600
15	Polonia	0,600
	Media	0,586
16	Rumanía	0,578
17	Croacia	0,564
18	Reino Unido	0,549
19	Chipre	0,548
20	Hungría	0,542
21	Alemania	0,530
22	Suecia	0,522
23	Lituania	0,518
24	Austria	0,488
25	Estonia	0,481
26	Chequia	0,466
27	Macedonia	0,445
28	Bélgica	0,391
29	Bulgaria	0,374
30	Holanda	0,339
31	Eslovaquia	0,312

usos de bienestar social		
1	Finlandia	0,543
2	Portugal	0,497
3	Letonia	0,483
4	Dinamarca	0,465
5	Hungría	0,459
6	Francia	0,457
7	España	0,448
8	Croacia	0,439
9	Malta	0,433
10	Alemania	0,425
11	Italia	0,419
12	Eslovenia	0,416
13	Noruega	0,414
14	Luxemburgo	0,407
15	Reino Unido	0,400
16	Lituania	0,395
17	Estonia	0,394
	Media	0,388
18	Islandia	0,383
19	Suecia	0,381
20	Polonia	0,346
21	Holanda	0,343
22	Rumanía	0,336
23	Irlanda	0,335
24	Austria	0,333
25	Grecia	0,325
26	Eslovaquia	0,320
27	Bélgica	0,306
28	Chequia	0,296
29	Chipre	0,290
30	Macedonia	0,282
31	Bulgaria	0,272

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Variables de las mujeres

Viajes		
1	Reino Unido	0,703
2	Finlandia	0,695
3	Irlanda	0,684
4	Luxemburgo	0,664
5	Dinamarca	0,658
6	España	0,638
7	Alemania	0,624
8	Grecia	0,587
9	Islandia	0,570
10	Holanda	0,550
11	Italia	0,544
12	Suecia	0,542
13	Francia	0,532
14	Noruega	0,495
15	Eslovaquia	0,488
16	Malta	0,473
	Media	0,468
17	Chequia	0,464
18	Bélgica	0,435
19	Chipre	0,428
20	Eslovenia	0,428
21	Austria	0,419
22	Letonia	0,388
23	Croacia	0,361
24	Rumanía	0,336
25	Portugal	0,327
26	Hungría	0,314
27	Estonia	0,285
28	Polonia	0,268
29	Lituania	0,248
30	Macedonia	0,219
31	Bulgaria	0,156

Software		
1	Dinamarca	0,394
2	Noruega	0,324
3	Estonia	0,317
4	Luxemburgo	0,300
5	España	0,293
6	Portugal	0,290
7	Chipre	0,283
8	Malta	0,276
9	Croacia	0,272
10	Alemania	0,268
11	Macedonia	0,255
12	Rumanía	0,251
13	Reino Unido	0,249
14	Letonia	0,243
15	Hungría	0,242
16	Lituania	0,239
17	Holanda	0,238
18	Italia	0,236
	Media	0,235
19	Eslovenia	0,226
20	Suecia	0,223
21	Francia	0,210
22	Polonia	0,209
23	Finlandia	0,203
24	Islandia	0,187
25	Bélgica	0,184
26	Austria	0,177
27	Irlanda	0,163
28	Bulgaria	0,145
29	Chequia	0,140
30	Grecia	0,133
31	Eslovaquia	0,099

Prensa		
1	Estonia	0,881
2	Lituania	0,841
3	Noruega	0,815
4	Finlandia	0,758
5	Islandia	0,746
6	Letonia	0,736
7	Croacia	0,734
8	Dinamarca	0,697
9	Chequia	0,680
10	Rumanía	0,623
11	Macedonia	0,618
12	Hungría	0,593
13	España	0,588
	Media	0,560
14	Luxemburgo	0,556
15	Eslovenia	0,553
16	Malta	0,547
17	Portugal	0,530
18	Austria	0,518
19	Chipre	0,515
20	Suecia	0,502
21	Eslovaquia	0,492
22	Reino Unido	0,473
23	Bulgaria	0,467
24	Italia	0,462
25	Grecia	0,460
26	Holanda	0,455
27	Bélgica	0,411
28	Francia	0,309
29	Polonia	0,302
30	Alemania	0,281
31	Irlanda	0,228

TV, radio		
1	Islandia	0,617
2	Eslovenia	0,549
3	Holanda	0,541
4	Suecia	0,497
5	Noruega	0,451
6	Finlandia	0,437
7	Letonia	0,435
8	Macedonia	0,427
9	Dinamarca	0,424
10	Lituania	0,420
11	Portugal	0,396
12	Estonia	0,370
13	Bulgaria	0,365
14	Reino Unido	0,359
15	España	0,357
	Media	0,355
16	Luxemburgo	0,343
17	Rumanía	0,340
18	Francia	0,322
19	Grecia	0,315
20	Eslovaquia	0,308
21	Malta	0,304
22	Chipre	0,298
23	Polonia	0,295
24	Croacia	0,290
25	Chequia	0,272
26	Italia	0,261
27	Hungría	0,257
28	Alemania	0,226
29	Bélgica	0,217
30	Irlanda	0,183
31	Austria	0,140

usos de ocio		
1	Dinamarca	0,525
2	Islandia	0,510
3	Noruega	0,501
4	Finlandia	0,495
5	España	0,450
6	Luxemburgo	0,447
7	Estonia	0,443
8	Holanda	0,438
9	Letonia	0,432
10	Eslovenia	0,430
11	Suecia	0,429
12	Reino Unido	0,428
13	Lituania	0,418
14	Croacia	0,394
	Media	0,389
15	Malta	0,385
16	Portugal	0,378
17	Rumanía	0,373
18	Macedonia	0,371
19	Chipre	0,369
20	Chequia	0,363
21	Italia	0,359
22	Grecia	0,354
23	Alemania	0,339
24	Hungría	0,336
25	Francia	0,334
26	Eslovaquia	0,327
27	Irlanda	0,299
28	Bélgica	0,297
29	Austria	0,293
30	Bulgaria	0,276
31	Polonia	0,266

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Variables de las mujeres

Información de las AAPP		
1	Dinamarca	0,737
2	Islandia	0,647
3	Estonia	0,623
4	Noruega	0,587
5	Eslovenia	0,530
6	Suecia	0,529
7	Finlandia	0,526
8	Holanda	0,486
9	Austria	0,463
10	España	0,462
11	Luxemburgo	0,458
12	Chipre	0,439
13	Alemania	0,431
	Media	0,404
14	Hungría	0,397
15	Chequia	0,378
16	Portugal	0,371
17	Letonia	0,368
18	Eslovaquia	0,365
19	Reino Unido	0,339
20	Malta	0,331
21	Irlanda	0,329
22	Bélgica	0,329
23	Lituania	0,328
24	Italia	0,327
25	Polonia	0,304
26	Grecia	0,251
27	Bulgaria	0,218
28	Croacia	0,209
29	Macedonia	0,180
30	Rumanía	0,178
31	Francia	-

Descargar formularios de las AAPP		
1	Islandia	0,508
2	Estonia	0,472
3	Dinamarca	0,384
4	Luxemburgo	0,383
5	Suecia	0,353
6	Noruega	0,346
7	Finlandia	0,345
8	Eslovenia	0,326
9	Chipre	0,309
10	Austria	0,295
11	Hungría	0,290
12	Irlanda	0,288
13	Holanda	0,283
14	Portugal	0,281
15	Eslovaquia	0,263
	Media	0,262
16	Malta	0,254
17	España	0,251
18	Lituania	0,244
19	Italia	0,242
20	Alemania	0,216
21	Polonia	0,210
22	Reino Unido	0,203
23	Croacia	0,175
24	Bulgaria	0,169
25	Letonia	0,150
26	Bélgica	0,138
27	Chequia	0,134
28	Grecia	0,128
29	Rumanía	0,121
30	Macedonia	0,091
31	Francia	-

Rellenar/enviar formularios de las AAPP		
1	Islandia	0,493
2	Estonia	0,475
3	Dinamarca	0,351
4	Portugal	0,329
5	Suecia	0,325
6	Holanda	0,304
7	Noruega	0,300
8	Irlanda	0,261
9	Finlandia	0,256
10	Lituania	0,239
	Media	0,197
11	Hungría	0,183
12	Eslovaquia	0,182
13	Luxemburgo	0,172
14	Reino Unido	0,165
15	Chipre	0,162
16	Eslovenia	0,157
17	Malta	0,152
18	Austria	0,143
19	España	0,141
20	Alemania	0,136
21	Bulgaria	0,128
22	Letonia	0,117
23	Italia	0,111
24	Croacia	0,108
25	Bélgica	0,104
26	Polonia	0,102
27	Grecia	0,097
28	Rumanía	0,093
29	Chequia	0,074
30	Macedonia	0,053
31	Francia	-

usos de comunicación con las AAPP		
1	Islandia	0,539
2	Estonia	0,513
3	Dinamarca	0,464
4	Noruega	0,392
5	Suecia	0,389
6	Finlandia	0,359
7	Holanda	0,344
8	Luxemburgo	0,324
9	Portugal	0,322
10	Eslovenia	0,317
11	Irlanda	0,289
12	Chipre	0,288
13	Austria	0,282
14	Hungría	0,278
	Media	0,275
15	España	0,265
16	Lituania	0,264
17	Eslovaquia	0,260
18	Alemania	0,243
19	Malta	0,236
20	Reino Unido	0,225
21	Italia	0,215
22	Letonia	0,195
23	Polonia	0,194
24	Chequia	0,176
25	Bélgica	0,175
26	Bulgaria	0,166
27	Croacia	0,159
28	Grecia	0,149
29	Rumanía	0,126
30	Macedonia	0,100
31	Francia	-

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Variables de las mujeres

Banca		
1	Estonia	0,891
2	Finlandia	0,872
3	Noruega	0,827
4	Islandia	0,820
5	Holanda	0,801
6	Suecia	0,771
7	Dinamarca	0,753
8	Letonia	0,711
9	Francia	0,622
10	Bélgica	0,581
11	Lituania	0,577
12	Luxemburgo	0,569
13	Reino Unido	0,519
14	Malta	0,517
15	Alemania	0,495
	Media	0,474
16	Irlanda	0,446
17	Austria	0,430
18	Eslovenia	0,390
19	Polonia	0,370
20	España	0,351
21	Eslovaquia	0,343
22	Portugal	0,323
23	Croacia	0,321
24	Italia	0,296
25	Chequia	0,294
26	Chipre	0,287
27	Hungría	0,249
28	Grecia	0,094
29	Rumanía	0,072
30	Macedonia	0,056
31	Bulgaria	0,039

Venta		
1	Dinamarca	0,257
2	Alemania	0,226
3	Eslovenia	0,226
4	Bélgica	0,193
5	Suecia	0,162
6	Holanda	0,159
7	Reino Unido	0,159
8	Francia	0,158
9	Luxemburgo	0,129
10	Finlandia	0,116
11	Croacia	0,116
12	Islandia	0,110
	Media	0,096
13	Noruega	0,074
14	Polonia	0,071
15	Irlanda	0,063
16	Hungría	0,058
17	Estonia	0,052
18	Chequia	0,049
19	Italia	0,048
20	Malta	0,046
21	Austria	0,046
22	España	0,046
23	Letonia	0,040
24	Eslovaquia	0,028
25	Rumanía	0,024
26	Bulgaria	0,013
27	Grecia	0,011
28	Chipre	0,009
29	Lituania	-
30	Macedonia	-
31	Portugal	-

Compra		
1	Reino Unido	0,687
2	Alemania	0,585
3	Noruega	0,555
4	Dinamarca	0,552
5	Holanda	0,520
6	Suecia	0,501
7	Luxemburgo	0,496
8	Finlandia	0,455
9	Francia	0,435
10	Irlanda	0,429
11	Austria	0,411
	Malta	0,392
13	*Media*	0,307
13	Polonia	0,302
14	Bélgica	0,295
15	Islandia	0,273
16	España	0,228
17	Eslovenia	0,225
18	Chipre	0,222
19	Eslovaquia	0,215
20	Portugal	0,190
21	Chequia	0,190
22	Estonia	0,166
23	Hungría	0,137
24	Grecia	0,136
25	Letonia	0,132
26	Italia	0,125
27	Croacia	0,112
28	Lituania	0,111
29	Bulgaria	0,069
30	Rumanía	0,054
31	Macedonia	-

banca y comercio electrónicos		
1	Dinamarca	0,432
2	Holanda	0,379
3	Alemania	0,374
4	Suecia	0,370
5	Reino Unido	0,369
6	Finlandia	0,352
7	Noruega	0,348
8	Francia	0,321
9	Lituania	0,313
10	Luxemburgo	0,312
11	Bélgica	0,295
12	Islandia	0,291
13	Eslovenia	0,258
14	Portugal	0,248
15	Estonia	0,245
16	Irlanda	0,234
17	Malta	0,230
	Media	0,229
18	Austria	0,218
19	Letonia	0,195
20	Polonia	0,190
21	Croacia	0,154
22	España	0,153
23	Eslovaquia	0,139
24	Chequia	0,134
25	Chipre	0,119
26	Italia	0,117
27	Hungría	0,116
28	Grecia	0,060
29	Macedonia	0,056
30	Rumanía	0,042
31	Bulgaria	0,033

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Variables de los hombres

Última utilización de ordenador		
1	Islandia	0,942
2	Noruega	0,937
3	Luxemburgo	0,931
4	Holanda	0,929
5	Suecia	0,909
6	Dinamarca	0,881
7	Reino Unido	0,866
8	Finlandia	0,843
9	Alemania	0,843
10	Austria	0,803
11	Bélgica	0,794
12	Eslovaquia	0,758
13	Francia	0,717
14	Estonia	0,713
	Media	0,704
15	España	0,666
16	Eslovenia	0,665
17	Irlanda	0,661
18	Chequia	0,658
19	Letonia	0,655
20	Hungría	0,642
21	Malta	0,613
22	Polonia	0,612
23	Lituania	0,610
24	Macedonia	0,580
25	Chipre	0,567
26	Portugal	0,564
27	Italia	0,542
28	Croacia	0,525
29	Grecia	0,514
30	Bulgaria	0,456
31	Rumanía	0,436

Frecuencia de uso de ordenador		
1	Italia	0,913
2	Islandia	0,899
3	Noruega	0,897
4	Luxemburgo	0,897
5	Dinamarca	0,875
6	Holanda	0,866
7	Suecia	0,845
8	Finlandia	0,842
9	Croacia	0,828
10	Alemania	0,823
11	Francia	0,809
12	Reino Unido	0,808
13	Malta	0,801
14	Bélgica	0,798
15	Hungría	0,797
16	Austria	0,788
	Media	0,784
17	Portugal	0,771
18	Macedonia	0,767
19	Lituania	0,760
20	Eslovenia	0,759
21	Bulgaria	0,759
22	Chipre	0,749
23	Estonia	0,738
24	Eslovaquia	0,734
25	Letonia	0,732
26	España	0,720
27	Polonia	0,719
28	Grecia	0,713
29	Irlanda	0,713
30	Chequia	0,647
31	Rumanía	0,544

info-intensidad		
1	Islandia	0,913
2	Noruega	0,910
3	Luxemburgo	0,908
4	Holanda	0,885
5	Dinamarca	0,877
6	Suecia	0,865
7	Finlandia	0,843
8	Alemania	0,829
9	Reino Unido	0,826
10	Italia	0,798
11	Bélgica	0,797
12	Austria	0,792
13	Francia	0,781
	Media	0,759
14	Hungría	0,749
15	Malta	0,743
16	Eslovaquia	0,742
17	Croacia	0,734
18	Eslovenia	0,730
19	Estonia	0,730
20	Lituania	0,713
21	Macedonia	0,709
22	Letonia	0,708
23	Portugal	0,706
24	España	0,703
25	Irlanda	0,697
26	Chipre	0,693
27	Polonia	0,686
28	Bulgaria	0,665
29	Grecia	0,651
30	Chequia	0,650
31	Rumanía	0,510

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Variables de los hombres

Última utilización de Internet		
1	Islandia	0,938
2	Noruega	0,938
3	Holanda	0,919
4	Luxemburgo	0,911
5	Suecia	0,902
6	Dinamarca	0,873
7	Reino Unido	0,845
8	Finlandia	0,822
9	Alemania	0,812
10	Bélgica	0,781
11	Austria	0,764
12	Eslovaquia	0,712
13	Estonia	0,709
14	France	0,682
	Media	0,676
15	Letonia	0,648
16	Irlanda	0,636
17	España	0,634
18	Eslovenia	0,626
19	Chequia	0,623
20	Hungría	0,609
21	Malta	0,597
22	Lituania	0,590
23	Polonia	0,576
24	Macedonia	0,518
25	Italia	0,514
26	Chipre	0,511
27	Portugal	0,510
28	Croacia	0,501
29	Grecia	0,469
30	Bulgaria	0,437
31	Rumanía	0,348

Frecuencia de uso de Internet		
1	Italia	0,893
2	Islandia	0,893
3	Noruega	0,882
4	Luxemburgo	0,879
5	Dinamarca	0,852
6	Holanda	0,849
7	Finlandia	0,843
8	Suecia	0,827
9	Croacia	0,810
10	Malta	0,794
11	Bélgica	0,777
12	Hungría	0,777
13	Alemania	0,772
14	Macedonia	0,764
	Media	0,761
15	Reino Unido	0,758
16	France	0,756
17	Eslovenia	0,749
18	Lituania	0,743
19	Estonia	0,737
20	Portugal	0,729
21	Bulgaria	0,725
22	Polonia	0,723
23	Letonia	0,723
24	Austria	0,720
25	Eslovaquia	0,717
26	Chipre	0,712
27	España	0,686
28	Grecia	0,682
29	Irlanda	0,659
30	Chequia	0,591
31	Rumanía	0,553

e-intensidad		
1	Islandia	0,908
2	Noruega	0,901
3	Luxemburgo	0,890
4	Holanda	0,872
5	Dinamarca	0,859
6	Suecia	0,852
7	Finlandia	0,836
8	Reino Unido	0,787
9	Alemania	0,785
10	Bélgica	0,778
11	Italia	0,766
12	Austria	0,735
	Media	0,732
13	France	0,731
14	Malta	0,728
15	Estonia	0,728
16	Hungría	0,721
17	Eslovaquia	0,715
18	Eslovenia	0,708
19	Croacia	0,706
20	Letonia	0,698
21	Lituania	0,691
22	Macedonia	0,681
23	Polonia	0,674
24	España	0,668
25	Portugal	0,655
26	Irlanda	0,651
27	Chipre	0,645
28	Bulgaria	0,629
29	Grecia	0,611
30	Chequia	0,602
31	Rumanía	0,485

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Variables de los hombres

Correo electrónico		
1	Holanda	0,959
2	Luxemburgo	0,939
3	Dinamarca	0,935
4	Hungría	0,929
5	Noruega	0,925
6	Bélgica	0,918
7	Suecia	0,914
8	Chequia	0,913
9	Alemania	0,911
10	Islandia	0,899
11	Reino Unido	0,899
12	Finlandia	0,898
13	Malta	0,890
14	Eslovaquia	0,885
15	Austria	0,876
	Media	0,867
16	España	0,863
17	Estonia	0,861
18	Eslovenia	0,858
19	Rumanía	0,855
20	Portugal	0,854
21	Francia	0,850
22	Irlanda	0,850
23	Italia	0,841
24	Macedonia	0,824
25	Letonia	0,814
26	Polonia	0,810
27	Bulgaria	0,809
28	Lituania	0,781
29	Croacia	0,781
30	Chipre	0,778
31	Grecia	0,749

Buscar información sobre bb y ss		
1	Noruega	0,916
2	Alemania	0,909
3	Finlandia	0,902
4	Holanda	0,895
5	Luxemburgo	0,887
6	Islandia	0,881
7	Suecia	0,878
8	Dinamarca	0,878
9	Portugal	0,875
10	Francia	0,866
11	Malta	0,852
12	Irlanda	0,840
13	Chipre	0,835
14	Reino Unido	0,813
15	Chequia	0,812
16	España	0,806
17	Bélgica	0,803
18	Hungría	0,797
19	Grecia	0,788
20	Austria	0,784
21	Eslovenia	0,783
	Media	0,777
22	Letonia	0,772
23	Lituania	0,766
24	Italia	0,742
25	Estonia	0,740
26	Eslovaquia	0,738
27	Croacia	0,720
28	Polonia	0,542
29	Macedonia	0,502
30	Bulgaria	0,409
31	Rumanía	0,368

usos genéricos		
1	Holanda	0,934
2	Noruega	0,921
3	Luxemburgo	0,918
4	Dinamarca	0,912
5	Alemania	0,910
6	Suecia	0,900
7	Finlandia	0,899
8	Islandia	0,892
9	Hungría	0,877
10	Malta	0,875
11	Chequia	0,873
12	Bélgica	0,873
13	Reino Unido	0,865
14	Portugal	0,862
15	Francia	0,856
16	Irlanda	0,846
17	España	0,840
18	Austria	0,840
	Media	0,831
19	Eslovenia	0,828
20	Eslovaquia	0,827
21	Estonia	0,813
22	Italia	0,802
23	Chipre	0,801
24	Letonia	0,798
25	Lituania	0,775
26	Grecia	0,764
27	Croacia	0,757
28	Polonia	0,704
29	Macedonia	0,696
30	Rumanía	0,662
31	Bulgaria	0,650

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Variables de los hombres

Empleo		
1	Letonia	0,404
2	Estonia	0,361
3	Dinamarca	0,316
4	Reino Unido	0,315
5	Croacia	0,296
6	Hungría	0,293
7	Lituania	0,288
8	Finlandia	0,266
9	España	0,264
10	Irlanda	0,239
11	Suecia	0,233
12	Francia	0,231
13	Noruega	0,230
14	Eslovaquia	0,228
15	Malta	0,228
	Media	0,222
16	Alemania	0,215
17	Bulgaria	0,208
18	Islandia	0,207
19	Portugal	0,206
20	Eslovenia	0,190
21	Italia	0,188
22	Macedonia	0,186
23	Bélgica	0,185
24	Holanda	0,171
25	Polonia	0,163
26	Rumanía	0,151
27	Luxemburgo	0,143
28	Austria	0,140
29	Chequia	0,131
30	Grecia	0,116
31	Chipre	0,094

Salud		
1	Luxemburgo	0,610
2	Finlandia	0,607
3	Portugal	0,545
4	Alemania	0,543
5	Hungría	0,525
6	Croacia	0,515
7	Holanda	0,510
8	Malta	0,499
9	España	0,490
10	Dinamarca	0,477
11	Francia	0,457
12	Austria	0,436
13	Eslovenia	0,405
	Media	0,397
14	Rumanía	0,395
15	Bélgica	0,388
16	Italia	0,387
17	Reino Unido	0,365
18	Lituania	0,361
19	Noruega	0,358
20	Eslovaquia	0,352
21	Estonia	0,341
22	Islandia	0,337
23	Grecia	0,322
24	Irlanda	0,316
25	Suecia	0,312
26	Polonia	0,309
27	Chipre	0,294
28	Letonia	0,280
29	Macedonia	0,224
30	Chequia	0,193
31	Bulgaria	0,166

Educación y formación		
1	Portugal	0,846
2	Finlandia	0,840
3	Francia	0,814
4	Luxemburgo	0,783
5	Islandia	0,778
6	Italia	0,755
7	Dinamarca	0,714
8	Malta	0,675
9	Noruega	0,660
10	España	0,622
11	Irlanda	0,618
12	Eslovenia	0,598
13	Grecia	0,579
14	Polonia	0,571
	Media	0,565
15	Reino Unido	0,556
16	Croacia	0,554
17	Letonia	0,548
18	Hungría	0,523
19	Rumanía	0,519
20	Alemania	0,516
21	Chipre	0,483
22	Suecia	0,476
23	Austria	0,473
24	Chequia	0,431
25	Lituania	0,428
26	Holanda	0,424
27	Bélgica	0,411
28	Estonia	0,391
29	Macedonia	0,372
30	Eslovaquia	0,291
31	Bulgaria	0,278

usos de bienestar social		
1	Finlandia	0,484
2	Dinamarca	0,449
3	Portugal	0,439
4	Francia	0,423
5	Croacia	0,411
6	Luxemburgo	0,407
7	Letonia	0,407
8	Hungría	0,404
9	España	0,403
10	Malta	0,399
11	Reino Unido	0,383
12	Islandia	0,373
13	Italia	0,370
14	Alemania	0,366
15	Estonia	0,363
16	Noruega	0,362
17	Irlanda	0,347
	Media	0,345
18	Lituania	0,339
19	Eslovenia	0,338
20	Holanda	0,314
21	Suecia	0,309
22	Rumanía	0,297
23	Polonia	0,294
24	Austria	0,291
25	Bélgica	0,288
26	Grecia	0,275
27	Eslovaquia	0,273
28	Macedonia	0,238
29	Chipre	0,234
30	Chequia	0,216
31	Bulgaria	0,214

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Variables de los hombres

Viajes		
1	Luxemburgo	0,704
2	Reino Unido	0,682
3	Irlanda	0,671
4	Finlandia	0,658
5	Dinamarca	0,652
6	España	0,598
7	Alemania	0,591
8	Grecia	0,576
9	Islandia	0,563
10	Noruega	0,540
11	Holanda	0,533
12	Francia	0,530
13	Italia	0,527
14	Suecia	0,525
15	Malta	0,471
16	Bélgica	0,471
17	Eslovaquia	0,462
	Media	0,456
18	Austria	0,433
19	Chequia	0,430
20	Chipre	0,408
21	Croacia	0,392
22	Eslovenia	0,386
23	Letonia	0,329
24	Rumanía	0,328
25	Portugal	0,309
26	Hungría	0,302
27	Estonia	0,275
28	Polonia	0,247
29	Lituania	0,237
30	Macedonia	0,180
31	Bulgaria	0,142

Software		
1	Dinamarca	0,638
2	Noruega	0,601
3	Luxemburgo	0,565
4	Alemania	0,546
5	España	0,480
6	Malta	0,480
7	Finlandia	0,471
8	Portugal	0,470
9	Reino Unido	0,470
10	Holanda	0,450
11	Suecia	0,447
12	Estonia	0,446
13	Islandia	0,429
14	Austria	0,415
15	Hungría	0,413
16	Chipre	0,410
17	Eslovenia	0,410
18	Croacia	0,409
	Media	0,408
19	Italia	0,405
20	Lituania	0,390
21	Polonia	0,375
22	Letonia	0,373
23	Francia	0,346
24	Bélgica	0,335
25	Rumanía	0,331
26	Macedonia	0,322
27	Chequia	0,315
28	Irlanda	0,258
29	Eslovaquia	0,256
30	Grecia	0,202
31	Bulgaria	0,200

Prensa		
1	Estonia	0,876
2	Noruega	0,857
3	Lituania	0,837
4	Islandia	0,803
5	Finlandia	0,789
6	Croacia	0,784
7	Dinamarca	0,782
8	Chequia	0,728
9	Letonia	0,706
10	Luxemburgo	0,700
11	España	0,683
12	Rumanía	0,653
13	Portugal	0,651
14	Austria	0,630
	Media	0,621
15	Hungría	0,618
16	Chipre	0,617
17	Suecia	0,603
18	Macedonia	0,589
19	Malta	0,576
20	Reino Unido	0,570
21	Holanda	0,569
22	Eslovenia	0,538
23	Grecia	0,534
24	Italia	0,530
25	Bulgaria	0,521
26	Eslovaquia	0,501
27	Bélgica	0,499
28	Alemania	0,416
29	Francia	0,381
30	Irlanda	0,355
31	Polonia	0,345

TV, radio		
1	Islandia	0,683
2	Suecia	0,613
3	Eslovenia	0,607
4	Holanda	0,601
5	Noruega	0,564
6	Dinamarca	0,556
7	Letonia	0,529
8	Luxemburgo	0,525
9	Finlandia	0,517
10	Lituania	0,509
11	Estonia	0,503
12	Reino Unido	0,494
13	España	0,478
14	Macedonia	0,461
15	Malta	0,461
16	Bulgaria	0,455
	Media	0,452
17	Portugal	0,436
18	Francia	0,413
19	Eslovaquia	0,404
20	Croacia	0,396
21	Polonia	0,384
22	Grecia	0,381
23	Chipre	0,380
24	Hungría	0,374
25	Alemania	0,373
26	Rumanía	0,372
27	Chequia	0,358
28	Italia	0,314
29	Bélgica	0,311
30	Irlanda	0,301
31	Austria	0,254

usos de ocio		
1	Dinamarca	0,649
2	Noruega	0,631
3	Luxemburgo	0,614
4	Islandia	0,608
5	Finlandia	0,593
6	España	0,549
7	Reino Unido	0,545
8	Suecia	0,543
9	Holanda	0,535
10	Estonia	0,514
11	Malta	0,493
12	Eslovenia	0,486
13	Lituania	0,483
14	Alemania	0,481
15	Croacia	0,480
16	Letonia	0,477
	Media	0,476
17	Portugal	0,462
18	Chipre	0,445
19	Chequia	0,440
20	Italia	0,434
21	Hungría	0,420
22	Austria	0,420
23	Francia	0,413
24	Rumanía	0,410
25	Grecia	0,405
26	Eslovaquia	0,395
27	Bélgica	0,393
28	Macedonia	0,385
29	Irlanda	0,383
30	Polonia	0,342
31	Bulgaria	0,325

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Variables de los hombres

Información de las AAPP		
1	Dinamarca	0,783
2	Islandia	0,718
3	Noruega	0,693
4	Holanda	0,631
5	Estonia	0,581
6	Finlandia	0,565
7	Luxemburgo	0,564
8	Suecia	0,546
9	Austria	0,522
10	España	0,491
11	Alemania	0,480
12	Eslovenia	0,455
13	Malta	0,451
14	Chipre	0,443
	Media	0,429
15	Portugal	0,403
16	Bélgica	0,399
17	Irlanda	0,391
18	Reino Unido	0,387
19	Chequia	0,378
20	Eslovaquia	0,378
21	Hungría	0,375
22	Italia	0,323
23	Letonia	0,321
24	Polonia	0,283
25	Lituania	0,280
26	Grecia	0,254
27	Croacia	0,222
28	Macedonia	0,215
29	Rumanía	0,168
30	Bulgaria	0,161
31	Francia	-

Descargar formularios de las AAPP		
1	Islandia	0,564
2	Luxemburgo	0,502
3	Holanda	0,466
4	Dinamarca	0,462
5	Noruega	0,427
6	Estonia	0,424
7	Finlandia	0,419
8	Suecia	0,393
9	Chipre	0,340
10	Irlanda	0,336
11	Portugal	0,319
12	Austria	0,318
	Media	0,289
13	Hungría	0,286
14	Malta	0,285
15	Eslovaquia	0,284
16	Eslovenia	0,283
17	Alemania	0,281
18	España	0,272
19	Reino Unido	0,258
20	Italia	0,235
21	Lituania	0,211
22	Polonia	0,201
23	Bélgica	0,196
24	Chequia	0,166
25	Croacia	0,164
26	Grecia	0,139
27	Bulgaria	0,116
28	Letonia	0,109
29	Rumanía	0,107
30	Macedonia	0,092
31	Francia	-

Rellenar/enviar formularios de las AAPP		
1	Islandia	0,588
2	Estonia	0,428
3	Dinamarca	0,427
4	Holanda	0,424
5	Noruega	0,387
6	Portugal	0,371
7	Suecia	0,361
8	Irlanda	0,311
9	Finlandia	0,293
10	Reino Unido	0,242
11	Chipre	0,240
	Media	0,221
12	Lituania	0,208
13	Eslovaquia	0,198
14	Malta	0,195
15	Hungría	0,192
16	Austria	0,189
17	Luxemburgo	0,189
18	Alemania	0,182
19	Bélgica	0,167
20	España	0,143
21	Italia	0,119
22	Eslovenia	0,105
23	Croacia	0,103
24	Bulgaria	0,097
25	Grecia	0,094
26	Polonia	0,092
27	Chequia	0,085
28	Rumanía	0,085
29	Letonia	0,080
30	Macedonia	0,038
31	Francia	-

usos de comunicación con las AAPP		
1	Islandia	0,613
2	Dinamarca	0,533
3	Holanda	0,493
4	Noruega	0,482
5	Estonia	0,467
6	Suecia	0,421
7	Finlandia	0,410
8	Luxemburgo	0,401
9	Portugal	0,361
10	Irlanda	0,341
11	Chipre	0,330
12	Austria	0,323
	Media	0,300
13	Alemania	0,297
14	Malta	0,295
15	Reino Unido	0,286
16	España	0,281
17	Eslovaquia	0,276
18	Hungría	0,274
19	Eslovenia	0,262
20	Bélgica	0,238
21	Lituania	0,228
22	Italia	0,215
23	Chequia	0,192
24	Polonia	0,182
25	Croacia	0,157
26	Letonia	0,154
27	Grecia	0,152
28	Bulgaria	0,121
29	Rumanía	0,115
30	Macedonia	0,104
31	Francia	-

Variables de los hombres

Banca		
1	Finlandia	0,870
2	Noruega	0,869
3	Holanda	0,845
4	Estonia	0,845
5	Suecia	0,806
6	Dinamarca	0,785
7	Islandia	0,746
8	Luxemburgo	0,669
9	Bélgica	0,651
10	Letonia	0,599
11	Malta	0,598
12	Francia	0,581
13	Reino Unido	0,577
14	Alemania	0,562
15	Lituania	0,537
16	Austria	0,531
	Media	0,506
17	Irlanda	0,484
18	España	0,431
19	Eslovaquia	0,408
20	Portugal	0,403
21	Eslovenia	0,399
22	Polonia	0,393
23	Italia	0,383
24	Croacia	0,380
25	Chipre	0,356
26	Chequia	0,317
27	Hungría	0,288
28	Grecia	0,155
29	Macedonia	0,088
30	Rumanía	0,068
31	Bulgaria	0,048

Venta		
1	Eslovenia	0,373
2	Dinamarca	0,333
3	Alemania	0,286
4	Bélgica	0,249
5	Holanda	0,246
6	Reino Unido	0,216
7	Finlandia	0,209
8	Luxemburgo	0,205
9	Suecia	0,204
10	Francia	0,201
11	Islandia	0,167
12	Noruega	0,159
13	Croacia	0,155
	Media	0,140
14	Polonia	0,138
15	Italia	0,118
16	Irlanda	0,106
17	Hungría	0,102
18	Austria	0,094
19	Estonia	0,094
20	Chequia	0,089
21	Malta	0,086
22	España	0,083
23	Letonia	0,078
24	Lituania	0,045
25	Eslovaquia	0,045
26	Portugal	0,033
27	Rumanía	0,028
28	Chipre	0,027
29	Bulgaria	0,019
30	Grecia	0,017
31	Macedonia	-

Compra		
1	Reino Unido	0,722
2	Noruega	0,631
3	Dinamarca	0,608
4	Alemania	0,586
5	Holanda	0,572
6	Luxemburgo	0,570
7	Malta	0,546
8	Suecia	0,508
9	Francia	0,488
10	Austria	0,468
11	Irlanda	0,463
12	Finlandia	0,438
13	Bélgica	0,364
14	Polonia	0,350
	Media	0,338
15	Chipre	0,320
16	Islandia	0,299
17	España	0,292
18	Eslovenia	0,242
19	Eslovaquia	0,237
20	Portugal	0,225
21	Grecia	0,214
22	Chequia	0,213
23	Italia	0,204
24	Estonia	0,173
25	Hungría	0,164
26	Croacia	0,139
27	Letonia	0,124
28	Lituania	0,109
29	Bulgaria	0,090
30	Rumanía	0,067
31	Macedonia	0,038

banca y comercio electrónicos		
1	Dinamarca	0,494
2	Holanda	0,449
3	Noruega	0,422
4	Reino Unido	0,421
5	Alemania	0,419
6	Suecia	0,401
7	Finlandia	0,398
8	Luxemburgo	0,392
9	Bélgica	0,358
10	Francia	0,351
11	Eslovenia	0,343
12	Islandia	0,314
13	Malta	0,308
14	Austria	0,278
15	Irlanda	0,274
	Media	0,262
16	Estonia	0,261
17	Polonia	0,244
18	España	0,206
19	Croacia	0,194
20	Italia	0,192
21	Letonia	0,191
22	Chipre	0,168
23	Eslovaquia	0,166
24	Chequia	0,166
25	Lituania	0,157
26	Portugal	0,156
27	Hungría	0,155
28	Grecia	0,096
29	Macedonia	0,059
30	Rumanía	0,046
31	Bulgaria	0,044

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro