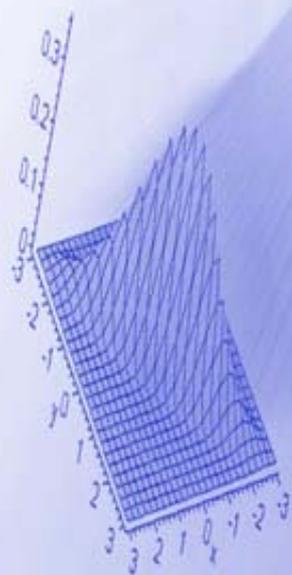




JUNTA DE ANDALUCÍA

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN Y CIENCIA

## La Brecha Digital de Género en Andalucía. Año 2009.



Unidad Estadística

## **Autoras:**

**Marina Rivas Salvador.**

(Servicio de Estadística y Publicaciones.)

**Carmen Seisedos Alonso.**

(Secretaría General de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información)

**ISBN:** 978-84-693-4476-7

**Fecha Publicación:** Julio de 2010.



# ÍNDICE.

## Presentación

## Metodología del estudio.

## Cápítulo I. Uso del ordenador. Perspectiva de género.

1.0. Introducción.

1.1. Evolución de la proporción de personas andaluzas que ha usado alguna vez un ordenador según sexo.

1.2. Evolución de la proporción de personas que ha usado alguna vez un ordenador, según territorio y sexo.

1.3. Evolución de la tasa de variación interanual de la proporción de personas que ha usado alguna vez el ordenador según territorio y sexo.

1.4. Evolución de la proporción de personas andaluzas que ha usado el ordenador en los últimos tres meses según sexo.

1.5. Evolución de la proporción de personas que ha usado el ordenador en los últimos tres meses según territorio y sexo.

1.6. Evolución de la tasa de variación interanual de la proporción de personas que ha usado el ordenador en los últimos tres meses según territorio y sexo.

1.7. Uso del ordenador en los últimos tres meses según sexo y grupo de edad. Proporción y Brecha Digital. Andalucía 2009.

1.8. Uso del ordenador en los últimos tres meses según sexo y provincia. Proporción y Brecha Digital. Andalucía 2009.

1.9. Uso del ordenador en los últimos tres meses según sexo y nivel de estudios. Proporción y Brecha Digital. Andalucía 2009.

1.10. Uso del ordenador en los últimos tres meses según sexo y situación laboral. Proporción y Brecha Digital. Andalucía 2009.

1.11. Evolución de la proporción de personas andaluzas que ha usado el ordenador en los últimos tres meses, según frecuencia de uso y sexo.

1.12. Evolución de la Brecha Digital de Género en la frecuencia de uso del ordenador en los últimos tres meses. Andalucía.

1.13. Brecha Digital de Género en la frecuencia de uso del ordenador en los últimos tres meses según provincia. Andalucía 2009.

1.14. Proporción de andaluzas que ha usado el ordenador en los últimos tres meses según frecuencia de uso y provincia. 2009.

1.15. Brecha Digital de Género en la frecuencia de uso del ordenador en los últimos tres meses según grupo de edad. Andalucía 2009.

1.16. Proporción de andaluzas que ha usado el ordenador en los últimos tres meses según frecuencia de uso y grupo de edad. 2009.

1.17. Evolución de la Brecha Digital de Género en el uso del ordenador en los últimos tres meses según lugar de uso. Andalucía.

1.18. Evolución de la proporción de andaluzas que han usado el ordenador en los últimos tres meses, según lugar de uso y sexo.

1.19. Brecha Digital de Género en el uso del ordenador en los últimos tres meses según lugar de uso y provincia. Andalucía 2009.

1.20. Proporción de andaluzas que han usado el ordenador en los tres últimos meses según lugar de uso y provincia. 2009.

1.21. Brecha Digital de Género en el uso del ordenador en los últimos tres meses según lugar de uso y grupo de edad. Andalucía 2009.

1.22. Proporción de andaluzas que han usado el ordenador en los tres últimos meses según lugar de uso y grupo de edad. 2009.

## **Cápitulo II. Uso de internet. Perspectiva de género.**

### **2.0. Introducción.**

**2.1. Evolución de la proporción de personas andaluzas que han usado alguna vez un internet según sexo.**

**2.2. Evolución de la proporción de personas andaluzas que han usado alguna vez un internet según territorio y sexo.**

**2.3. Evolución de la proporción de personas que han usado alguna vez internet según territorio y sexo.**

**2.4. Evolución de la proporción de andaluces que ha usado internet en los últimos tres meses según sexo.**

**2.5. Evolución de la proporción de personas que ha usado internet en los últimos tres meses según sexo.**

**2.6. Evolución de la tasa de variación de la proporción de personas que han usado alguna vez internet según territorio y sexo.**

**2.7. Uso de internet en los últimos tres meses según sexo y grupo de edad. Proporción y Brecha Digital. Andalucía 2009.**

**2.8. Uso de internet en los últimos tres meses según sexo y provincia. Proporción y Brecha Digital. Andalucía 2009.**

**2.9. Uso de internet en los últimos tres meses según sexo y nivel de estudios. Proporción y Brecha Digital. Andalucía 2009.**

**2.10. Uso de internet en los últimos tres meses según sexo y situación laboral. Proporción y Brecha Digital. Andalucía 2009.**

**2.11. Evolución de la proporción de personas andaluzas que han usado internet en los últimos tres meses según frecuencia de uso y sexo.**

**2.12. Evolución de la Brecha Digital de Género en la frecuencia de uso de internet en los últimos tres meses. Andalucía.**

**2.13. Brecha Digital de Género en la frecuencia de uso de internet en los últimos tres meses según provincia. Andalucía 2009.**

**2.14. Proporción de andaluzas que ha usado internet en los tres últimos meses según provincia. 2009.**

**2.15. Brecha Digital de Género en la frecuencia de uso de internet en los últimos tres meses según grupo de edad. Andalucía 2009.**

**2.16. Proporción de mujeres que ha usado internet en los últimos tres meses según grupo de edad. Andalucía 2009.**

**2.17. Evolución de la Brecha Digital de Género en el uso de internet en los últimos tres meses según lugar de uso. Andalucía.**

**2.18. Evolución de la proporción de andaluzas que ha usado internet en los últimos tres meses, según lugar de uso y sexo.**

**2.19. Brecha Digital de Género en el uso de internet en los últimos tres meses según lugar de uso y provincia. Andalucía 2009.**

**2.20. Proporción de andaluzas que ha usado internet en los últimos tres meses según lugar de uso y provincia. 2009.**

**2.21. Brecha Digital de Género en el uso de internet en los últimos tres meses según lugar de uso y grupo de edad. Andalucía 2009.**

**2.22. Proporción de andaluzas que han usado internet en los últimos tres meses según lugar de uso y grupo de edad. 2009.**

**2.23. Comparativa territorial de los Servicios usados por las mujeres en internet. 2009.**

**2.24. Evolución de los servicios usados en internet por las mujeres andaluzas.**

## **Cápítulo III. Compras por Internet. Perspectiva de género.**

### **3.0. Introducción.**

- 3.1.** Evolución de la proporción de personas andaluzas que ha realizado compras por internet en los últimos doce meses según sexo.
- 3.2.** Evolución de la proporción de personas que ha realizado compras por Internet en los últimos doce meses según territorio y sexo.
- 3.3.** Evolución de la tasa de variación interanual de la proporción de personas que ha realizado compras por internet en los últimos 12 meses según territorio y sexo.
- 3.4.** Compras por Internet en los últimos 12 meses según sexo y edad. Proporción y Brecha Digital. Andalucía 2009.
- 3.5.** Compras por Internet en los últimos doce meses según sexo y provincia. Proporción y Brecha Digital. Andalucía 2009.
- 3.6.** Compras por Internet en los últimos doce meses según sexo y situación laboral. Proporción y Brecha Digital. Andalucía 2009.
- 3.7.** Comparativa territorial de los productos comprados por Internet en los últimos doce meses por las mujeres andaluzas. 2009.
- 3.8.** Evolución de la Brecha Digital de Género en la compra de productos por Internet en los últimos doce meses según territorio. Año 2009.
- 3.9.** Evolución de la proporción de mujeres andaluzas que realiza compras en Internet según tipo de producto.

## **Cápítulo IV. Indicadores de usuarios TIC menores de 16 años. Perspectiva de género.**

### **4.0. Introducción.**

- 4.1.** Evolución de la proporción de menores andaluces que ha usado en los tres últimos meses el ordenador según sexo.
- 4.2.** Brecha Digital de Género en el uso del ordenador en los tres últimos meses de los menores andaluces según tipo de uso y provincia. 2009.
- 4.3.** Proporción de niñas andaluzas que han usado el ordenador en los tres últimos meses según tipo de uso y provincia. 2009.
- 4.4.** Brecha Digital de Género en el uso del ordenador en los tres últimos meses de los menores andaluces según lugar de uso y provincia. 2009.
- 4.5.** Proporción de niñas andaluzas que ha usado el ordenador en los tres últimos meses según lugar de uso y provincia. 2009.
- 4.6.** Evolución de la proporción de menores andaluces que ha usado en los tres últimos meses internet, según sexo.
- 4.7.** Brecha Digital de Género en el uso de internet en los tres últimos meses de los menores andaluces según tipo de uso y provincia. 2009.
- 4.8.** Proporción de niñas andaluzas que ha usado internet en los tres últimos meses según tipo de uso y provincia. 2009.
- 4.9.** Brecha Digital de Género en el uso de internet en los tres últimos meses de los menores andaluces según lugar de uso y provincia. 2009.
- 4.10.** Proporción de niñas andaluzas que han usado internet en los tres últimos meses según lugar de uso y provincia. 2009.
- 4.11.** Evolución de la proporción de menores andaluces que usa el teléfono móvil, según sexo.

## **Síntesis de datos generales.**



# Presentación.

Este es el segundo estudio que realizamos sobre Brecha Digital de Género con la finalidad de conocer la situación en la que se encuentran hombres y mujeres de Andalucía, en relación a los indicadores oficiales de la Sociedad de la Información.

Ha pasado un año desde el anterior informe y merece la pena destacar que, a finales de 2009, se ha aprobado el I Plan Nacional de Acción para la Igualdad entre mujeres y hombres en la Sociedad de la Información.

Este Plan pretende incorporar a las mujeres a la Sociedad de la Información y el Conocimiento proponiendo los siguientes objetivos:

1. Aumentar el **acceso** a las mujeres en la Sociedad de la Información.
2. Mejorar y ampliar los **usos** de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación.
3. Aumentar el **protagonismo** de las mujeres en los sectores de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación.
4. Impulsar la **generación de conocimiento** de las TIC's en las mujeres en el ámbito educativo y de la formación.
5. **Promover el empleo** y el espíritu empresarial de las mujeres, mediante el uso habitual de Internet y de los servicios de la Sociedad de la Información.
6. Promover el acceso y la utilización de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación como **herramientas contra la discriminación de género**.

Se debe considerar una **primera Brecha Digital** que tiene que ver con el acceso de hombres y mujeres a Internet, así como con la intensidad del uso de unas y otros. A esta primera brecha se le atribuyen dos tipos de causas:

1º. Las mujeres están menos incorporadas al empleo, lo que provoca que tengan menos medios económicos.

2º. Las mujeres tienen menos tiempo para navegar en Internet, debido a la doble jornada que por socialización de género suelen asumir, sumado a que en el hogar, los hombres siguen apropiándose de los entornos tecnológicos como causa de estar menos ligados a las tareas domésticas y/o familiares.

La **segunda Brecha Digital** tiene que ver con las habilidades tecnológicas, y está relacionada con la escasa presencia de mujeres en el mundo de la ingeniería y las tecnologías TIC. Se trata de conocer en qué medida las mujeres participan, crean y lideran activamente contenidos en la Sociedad de la Información.

El presente estudio se centra fundamentalmente, en el análisis de la primera Brecha Digital, si bien es cierto, que desde esta Consejería se realizarán análisis sobre la segunda Brecha en posteriores estudios.

## Metodología del estudio.

Para la realización de los cuatro primeros capítulos de este estudio se ha empleado la información sobre Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares que se dispone a nivel andaluz, nacional y europeo. Los datos nacionales proceden de la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares (TIC-H), elaborada por el Instituto Nacional de Estadística. Los datos autonómicos proceden de la explotación que de esta encuesta realiza la Consejería de Economía, Innovación y Ciencia de la Junta de Andalucía de los microdatos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística, que mediante convenios anuales, proporcionan representatividad a nivel provincial. Los datos europeos proceden de la base de datos disponible en Eurostat que contiene los principales indicadores que cada país proporciona a esta Oficina europea, procedentes de sus respectivas encuestas sobre Tecnologías de la Información y Comunicación.

El ámbito geográfico del estudio es el territorio andaluz, aunque se ofrece, en los indicadores principales, la comparativa con otros territorios, como son el nacional y el europeo.

En cuanto al ámbito temporal, el estudio ofrece comparativas de los principales indicadores gracias a los datos que proporciona la TIC-H en los cuatro últimos años (2006, 2007, 2008 y 2009), si bien cabe comentar, que en el año 2006 la encuesta no fue anual sino semestral, por lo que se han comparado los datos anuales de los años 2007, 2008 y 2009 con la primera oleada de la TIC-H de 2006. Se ha escogido esta primera oleada, debido a la coincidencia en el periodo de realización del trabajo de campo con el periodo de las encuestas anuales.

En relación al ámbito territorial, el estudio trata de proporcionar información sobre las posibles diferencias existentes entre mujeres y hombres en este campo en Andalucía, por lo tanto, los indicadores se calculan para esta Comunidad Autónoma, proporcionando datos provinciales de la mayoría de los indicadores. Para poder valorar la situación andaluza, se ha elaborado una comparativa de los principales indicadores andaluces con los mismos a nivel nacional y europeo.

La perspectiva de género en la que se centra el estudio, intenta identificar la Brecha Digital de Género, que se muestra gracias a la diferencia de los datos que, para cada indicador, se obtienen para mujeres y hombres. Esta Brecha Digital ha sido calculada siguiendo las indicaciones y metodología propuestas por el Instituto Andaluz de la Mujer para el cálculo de indicadores de género.

Los principales indicadores que se presentan en el estudio los definimos a continuación:

Indicador	Mujeres	Hombres
<b>Proporción de personas andaluzas que ha usado alguna vez el ordenador</b>	Mujeres que han usado alguna vez el ordenador / Total de mujeres	Hombres que han usado alguna vez el ordenador / Total de hombres
<b>Proporción de personas andaluzas que ha usado el ordenador en los últimos tres meses</b>	Mujeres que han usado el ordenador en los últimos 3 meses / Total de mujeres	Hombres que han usado el ordenador en los últimos 3 meses / Total de hombres
<b>Proporción de personas andaluzas que ha usado alguna vez Internet</b>	Mujeres que han usado alguna vez Internet / Total de mujeres	Hombres que han usado alguna vez Internet / Total de hombres
<b>Proporción de personas andaluzas que ha usado Internet en los últimos tres meses</b>	Mujeres que han usado Internet en los últimos 3 meses / Total de mujeres	Hombres que han usado Internet en los últimos 3 meses / Total de hombres
<b>Proporción de personas andaluzas que ha usado un servicio concreto de Internet</b>	Mujeres que han usado un servicio concreto de Internet en los últimos 3 meses / Total de mujeres que ha usado internet en los últimos 3 meses	Hombres que han usado un servicio concreto de Internet en los últimos 3 meses / Total de hombres que ha usado Internet en los últimos 3 meses
<b>Proporción de personas andaluzas que ha realizado compras por Internet en los últimos doce meses</b>	Mujeres que han comprado por Internet en los últimos 12 meses/ Total de mujeres que ha usado Internet en los últimos 12 meses	Hombres que han comprado por Internet en los últimos 12 meses/ Total de hombres que ha usado Internet en los últimos 12 meses
<b>Proporción de menores andaluces que ha usado el ordenador en los últimos tres meses</b>	Niñas que han usado el ordenador en los últimos 3 meses / Total de niñas	Niños que han usado el ordenador en los últimos 3 meses / Total de niños
<b>Proporción de menores andaluces que ha usado Internet en los últimos tres meses</b>	Niñas que han usado Internet en los últimos 3 meses / Total de niñas	Niños que han usado Internet en los últimos 3 meses / Total de niños
<b>Proporción de menores andaluces que utilizan teléfono móvil</b>	Niñas que utilizan teléfono móvil / Total de niñas	Niños que utilizan teléfono móvil / Total de niños

#### Nota Aclaratoria.

En el presente estudio, todas las tablas de datos y gráficos que se presentan son de elaboración propia de la Unidad Estadística de la Consejería de Economía, Innovación y Ciencia de la Junta de Andalucía.

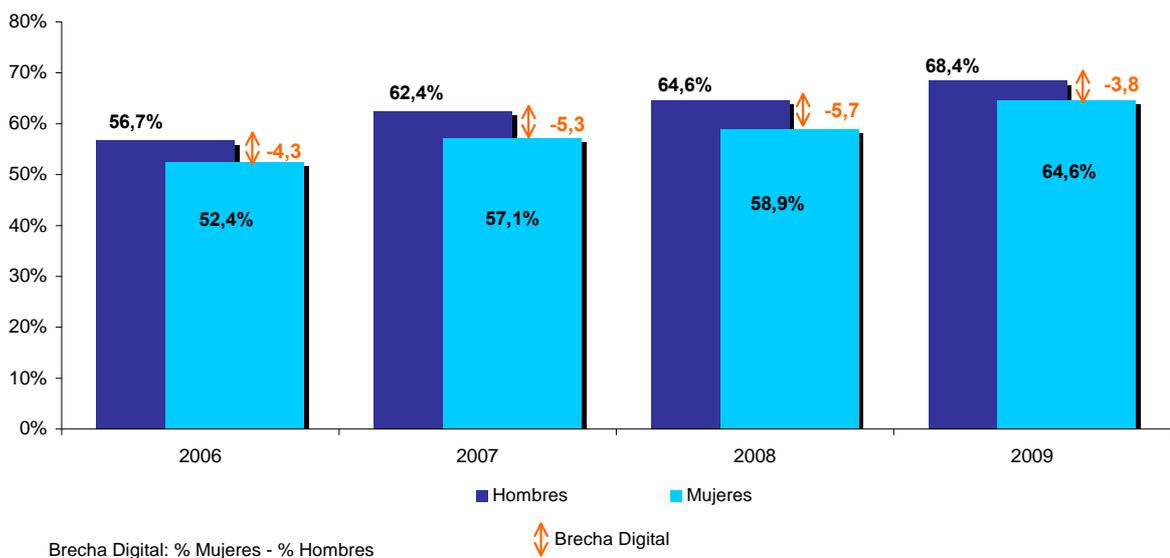
# Cápítulo I. Uso del ordenador. Perspectiva de género.

## 1.0. Introducción.

El estudio comienza abordando aspectos generales relacionados con el uso del ordenador, de forma que puede observarse cómo han evolucionado los principales indicadores asociados a esta materia a lo largo de los últimos años. Se analiza el uso del ordenador en función de la frecuencia y el lugar de uso, así como, de las variables sociodemográficas que nos proporciona la encuesta (provincia de residencia, nivel de estudios, grupo de edad, etc.), prestando especial interés en las diferencias entre hombres y mujeres que muestra la Brecha Digital de Género.

Asimismo, se realiza una comparativa temporal y territorial del uso del ordenador entre ambos sexos, así se comparan los datos relativos a los cuatro últimos años (2006, 2007, 2008 y 2009) y se analizan las diferencias entre los datos autonómicos, nacionales y europeos.

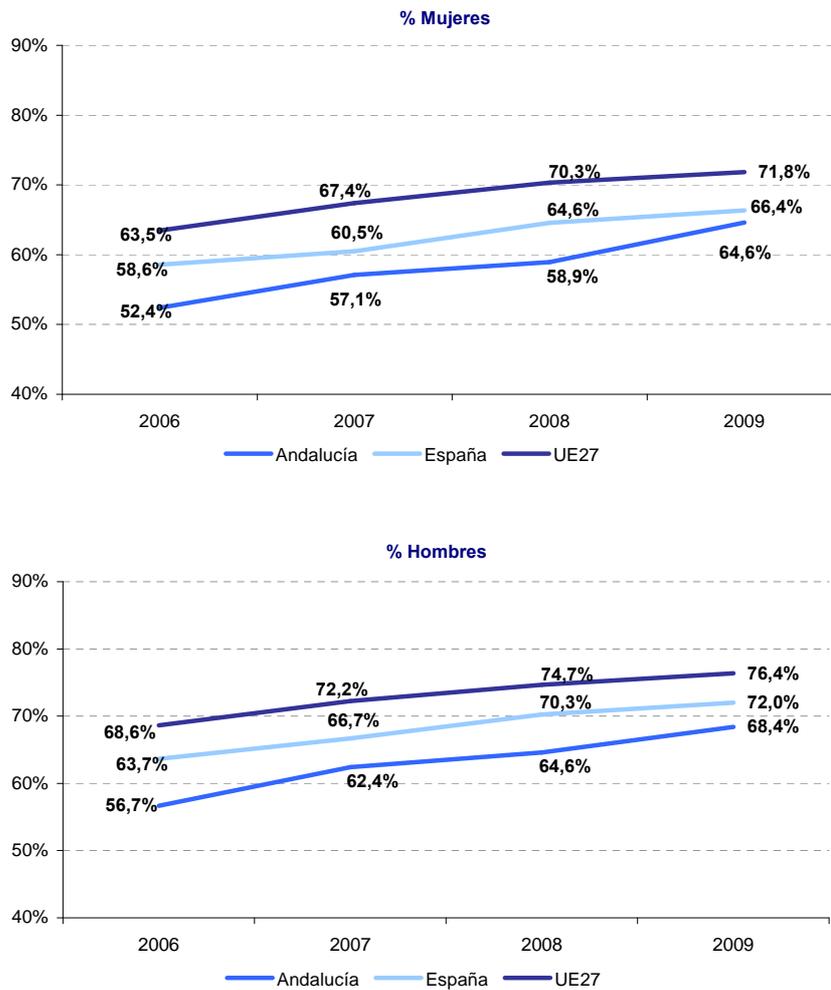
## 1.1. Evolución de la proporción de personas que ha usado alguna vez un ordenador según sexo. Andalucía.



Con respecto al año 2008, la proporción de mujeres que ha usado alguna vez el ordenador ha aumentado un 9,7%, siendo esta proporción del 64,6%. Asimismo, el crecimiento experimentado entre 2006 y 2009 ha sido de un 23,3%, frente al incremento del 12,4% que experimentó en el año 2008.

A pesar de este incremento, la Brecha Digital de Género continúa siendo negativa, actualmente es de 3,8 puntos a favor de los hombres, si bien es cierto, que las diferencias entre los hombres y las mujeres que usan el ordenador van siendo menores, pasando de 5,7 puntos negativos en el 2008 a 3,8 en 2009.

## 1.2. Evolución de la proporción de personas que ha usado alguna vez un ordenador, según territorio y sexo.



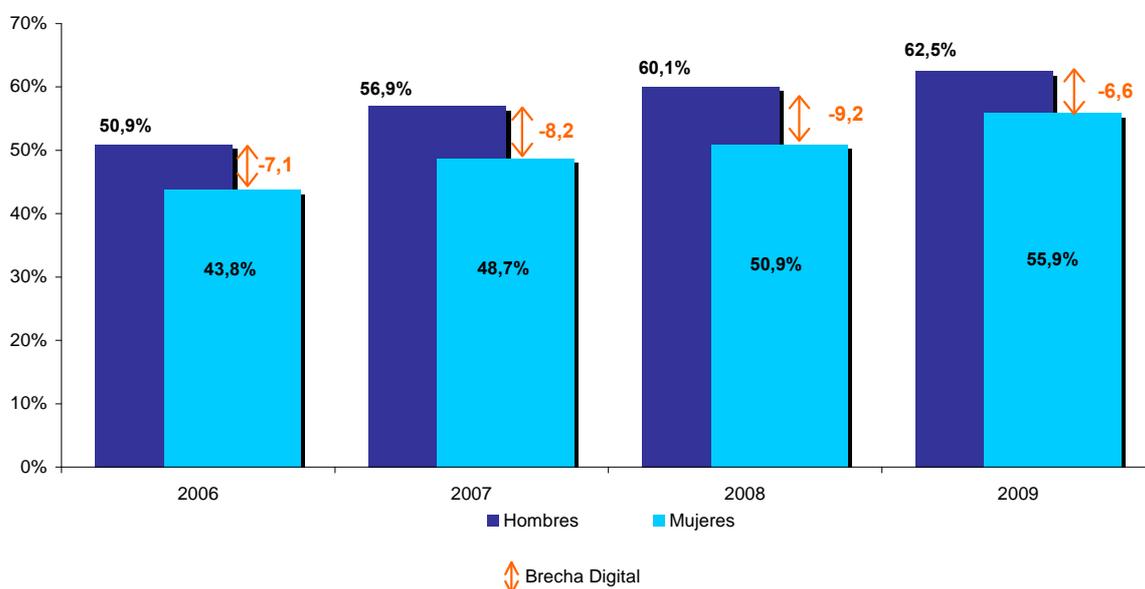
## 1.3. Evolución de la tasa de variación interanual de la proporción de personas que ha usado alguna vez el ordenador según territorio y sexo.

	Mujeres			Hombres		
	Andalucía	España	UE27	Andalucía	España	UE27
2006-2007	8,9%	3,3%	6,2%	10,2%	4,8%	5,2%
2007-2008	3,2%	6,8%	4,4%	3,5%	5,3%	3,4%
2008-2009	9,7%	2,7%	2,1%	5,8%	2,5%	2,3%

Tanto en España como en la Unión Europea, el crecimiento respecto al año 2008 de las mujeres que han usado alguna vez el ordenador se sitúa entre el 2% y el 3%, mientras que en Andalucía se experimenta un crecimiento del 9,7%. En cuanto a la proporción de hombres, las diferencias entre el crecimiento andaluz con el crecimiento nacional y europeo, también son notables, pero menores que el incremento femenino.

A continuación, se analiza el indicador de uso del ordenador en los últimos tres meses, teniendo en cuenta que este periodo se refiere a los tres meses anteriores a la realización de la Encuesta de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares elaborada por el Instituto Nacional de Estadística. Al acotar el periodo de uso, el indicador se aproxima más el concepto de persona usuaria habitual del ordenador.

#### 1.4. Evolución de la proporción de personas que ha usado el ordenador en los últimos tres meses según sexo. Andalucía.

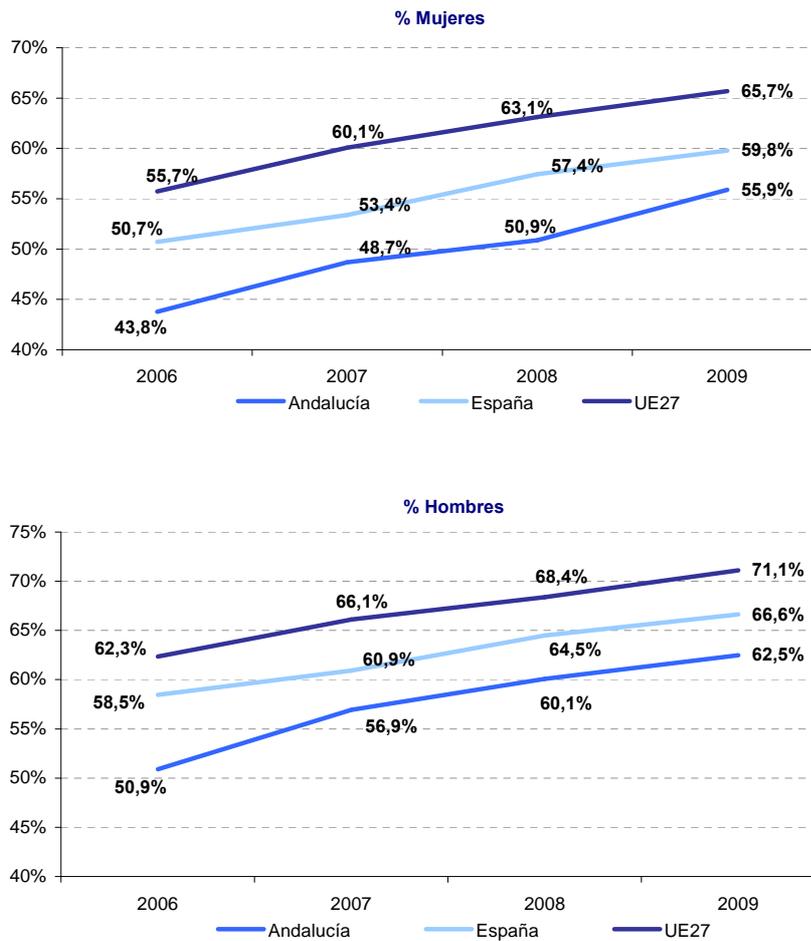


Brecha Digital: % Mujeres - % Hombres

En el año 2009, el 55,9% de las mujeres andaluzas ha usado el ordenador en los tres meses anteriores a la encuesta. Esta cifra supone un incremento respecto al año 2006 del 27,7%, y respecto al año anterior del 9,8%.

A pesar del crecimiento experimentado por las mujeres andaluzas, la Brecha Digital de Género sigue siendo negativa, es decir, los hombres superan en 6,6 puntos a las mujeres en el uso del ordenador.

**1.5. Evolución de la proporción de personas que ha usado el ordenador en los últimos tres meses según territorio y sexo.**



**1.6. Evolución de la tasa de variación interanual de la proporción de personas que ha usado el ordenador en los últimos tres meses según territorio y sexo.**

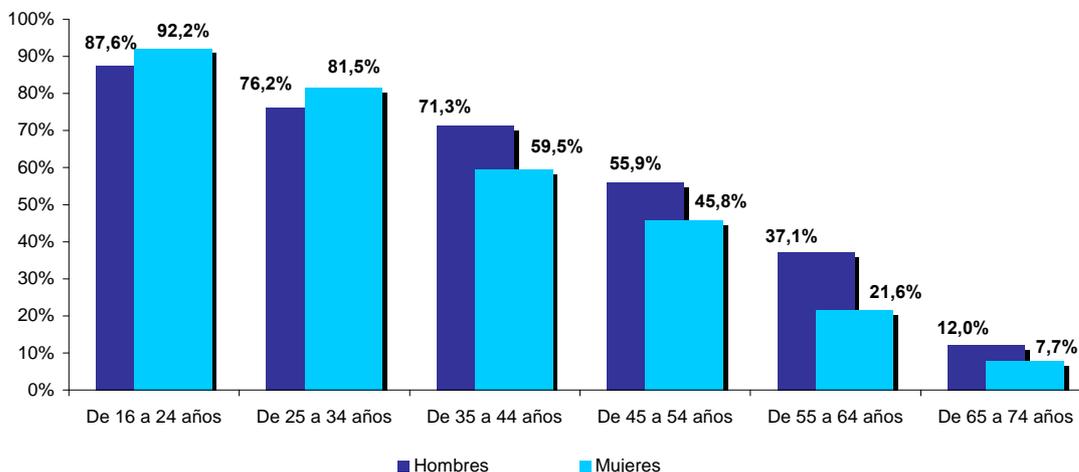
	Mujeres			Hombres		
	Andalucía	España	UE27	Andalucía	España	UE27
2006-2007	11,3%	5,2%	7,8%	11,9%	4,2%	6,0%
2007-2008	4,5%	7,6%	5,1%	5,5%	5,9%	3,5%
2008-2009	9,9%	4,1%	4,1%	4,0%	3,3%	4,0%

El incremento experimentado por las mujeres andaluzas vuelve, en el año 2009, a superar tanto el incremento de las mujeres españolas como de las europeas, siendo del 9,85% para las andaluzas y de alrededor del 4% para españolas y europeas.

A pesar del incremento, la proporción de mujeres europeas que utiliza el ordenador en los tres meses anteriores a la encuesta es del 65,7%, casi 10 puntos por encima de las andaluzas.

### 1.7. Uso del ordenador en los últimos tres meses según sexo y grupo de edad. Proporción y Brecha Digital. Andalucía 2009.

	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 a 74 años
Hombres	87,6%	76,2%	71,3%	55,9%	37,1%	12,0%
Mujeres	92,2%	81,5%	59,5%	45,8%	21,6%	7,7%
Brecha Digital	4,6	5,3	-11,8	-10,1	-15,5	-4,3

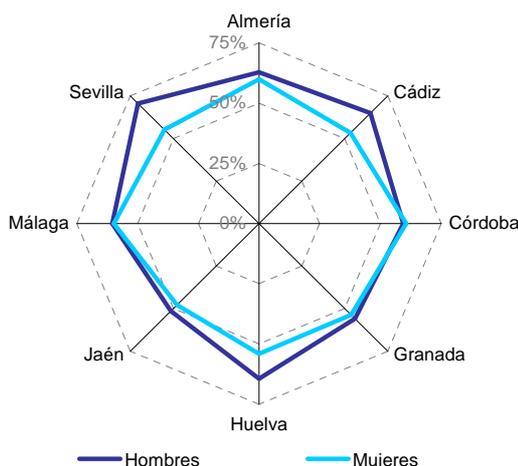


Siguen existiendo grandes diferencias en el uso del ordenador por grupos de edad, así es mayor la proporción de mujeres que utilizan el ordenador en las edades comprendidas entre 16 y 34 años que en el resto de grupos. Por el contrario, las mayores discrepancias entre hombres y mujeres aparecen a partir de los 35 años y hasta los 64, donde los hombres son los que más utilizan el ordenador.

### 1.8. Uso del ordenador en los últimos tres meses según sexo y provincia. Proporción y Brecha Digital. Andalucía 2009.

	Hombres	Mujeres	Brecha Digital
Almería	62,9%	60,0%	-2,9
Cádiz	64,8%	53,3%	-11,5
Córdoba	59,3%	60,6%	1,2
Granada	55,7%	53,7%	-2,1
Huelva	64,4%	54,1%	-10,3
Jaén	51,3%	47,8%	-3,4
Málaga	60,4%	59,8%	-0,6
Sevilla	70,4%	55,2%	-15,3
<b>Andalucía</b>	<b>62,5%</b>	<b>55,9%</b>	<b>-6,6</b>

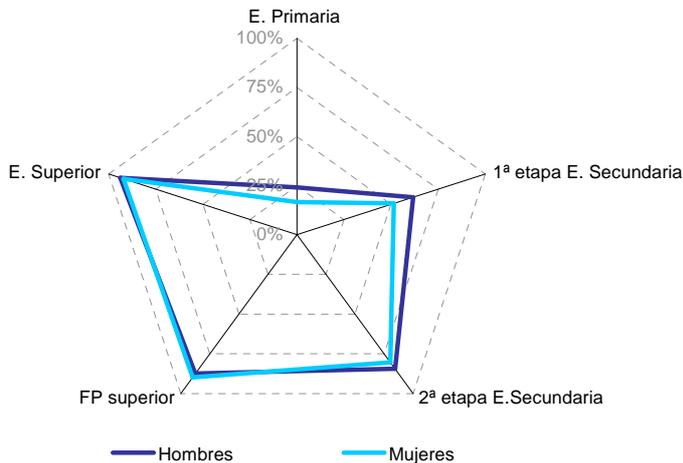
Por provincias, la menor Brecha Digital de Género, en el uso del ordenador, la presenta Málaga con -0,6 puntos de diferencia entre mujeres y hombres. También destaca la provincia de Córdoba en la que, a pesar de haber una diferencia de 1,2 puntos, ésta es positiva para las mujeres, es decir hay mayor proporción de mujeres que de hombres que utilizó el ordenador en los tres meses anteriores a la



En sentido contrario a estas dos provincias, Sevilla es la que mayor Brecha Digital de Género presenta, siendo además negativa para las mujeres con -15,3 puntos. Le siguen las provincias de Cádiz y Huelva.

### 1.9. Uso del ordenador en los últimos tres meses según sexo y nivel de estudios. Proporción y Brecha Digital. Andalucía 2009.

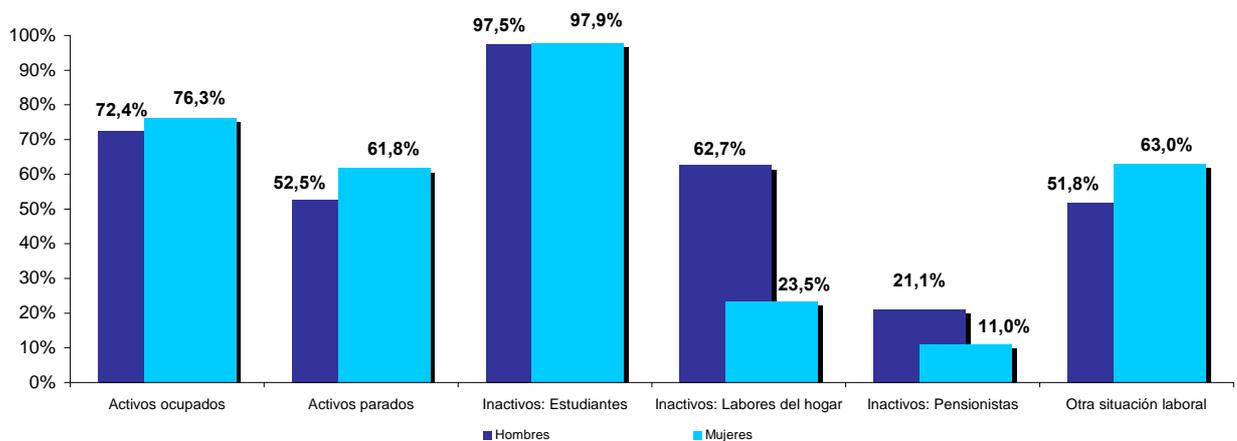
	Educación Primaria	Primera etapa de Educación Secundaria	Segunda etapa de Educación Secundaria	Formación Profesional de Grado Superior	Educación Superior
Hombres	24,1%	61,7%	84,4%	87,6%	93,9%
Mujeres	16,6%	51,5%	80,4%	89,8%	92,2%
Brecha Digital	-7,5	-10,2	-4,1	2,2	-1,7



La Brecha Digital aumenta en los niveles más bajos del nivel académico, pasando de -1,7 puntos de diferencia entre mujeres y hombres con Estudios Superiores, a una diferencia de -7,5 puntos entre las mujeres y hombres que han superado los Estudios Primarios. Sólo las mujeres con estudios de Formación Profesional de Grado Superior superan a los hombres del mismo nivel académico en cuanto a uso del ordenador se refiere.

### 1.10. Uso del ordenador en los últimos tres meses según sexo y situación laboral. Proporción y Brecha Digital. Andalucía 2009.

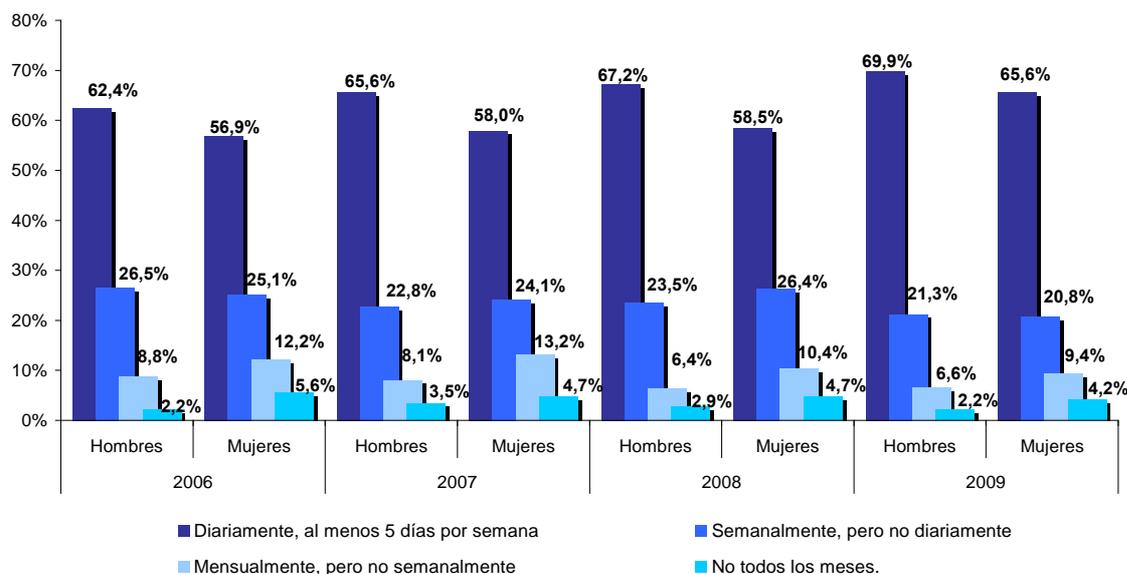
	Activos ocupados	Activos parados	Inactivos: Estudiantes	Inactivos: Labores del hogar	Inactivos: Pensionistas	Otra situación laboral
Hombres	72,4%	52,5%	97,5%	62,7%	21,1%	51,8%
Mujeres	76,3%	61,8%	97,9%	23,5%	11,0%	63,0%
Brecha Digital	3,8	9,3	0,4	-39,2	-10,1	11,2



Centrándonos en la situación laboral de las personas andaluzas, las menores diferencias entre mujeres y hombres, se dan en el grupo de inactivos estudiantes, en este grupo el 97,9% de las mujeres ha utilizado el ordenador en los últimos tres meses, frente al 97,5% de los hombres.

Es destacable, que entre la población activa la Brecha Digital, tanto entre la población ocupada como entre la población parada, es positiva para las mujeres, con un 76,3% de mujeres ocupadas que ha utilizado el ordenador frente al 72,4% de los hombres ocupados y con un 61,8% de mujeres paradas frente al 52,5% de los hombres en la misma situación laboral.

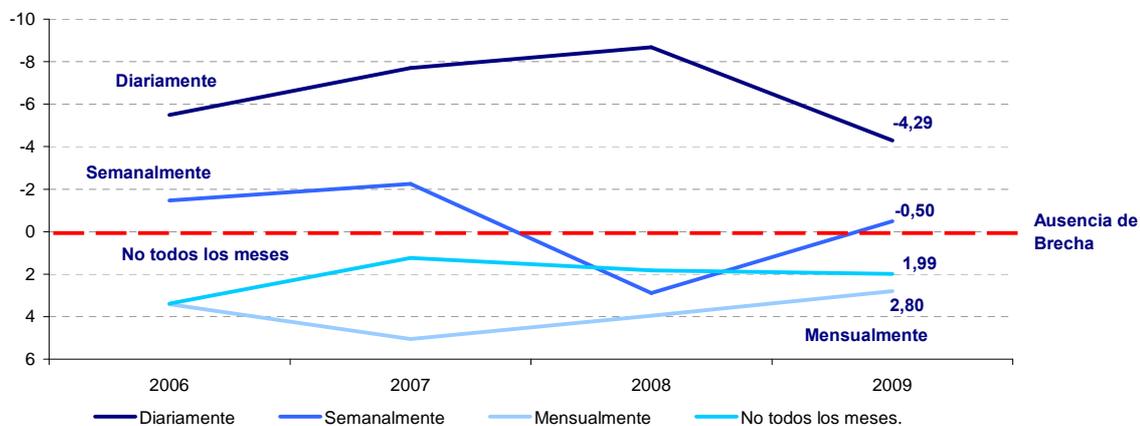
### 1.11. Evolución de la proporción de personas que ha usado el ordenador en los últimos tres meses, según frecuencia de uso y sexo. Andalucía.



Durante estos años, los hombres siempre han utilizado el ordenador más frecuentemente que las mujeres. Sin embargo, en el 2009, las mujeres andaluzas han experimentado un incremento del 12,2% en el uso diario del ordenador, mientras que el incremento de los hombres andaluces ha sido del 4%.

### 1.12. Evolución de la Brecha Digital de Género en la frecuencia de uso del ordenador en los últimos tres meses. Andalucía.

	2006	2007	2008	2009
Diariamente	-5,5	-7,7	-8,68	-4,29
Semanalmente	-1,46	-2,25	2,89	-0,50
Mensualmente	3,41	5,05	3,96	2,80
No todos los meses.	3,39	1,24	1,83	1,99



En el uso diario del ordenador, la Brecha Digital ha experimentado un descenso respecto al año 2008 del 50%, pasando de -8,68 puntos a -4,29 puntos en 2009. En cuanto al uso semanal del ordenador, la diferencia entre hombres y mujeres es casi inexistente, siendo la Brecha de -0,5 puntos.

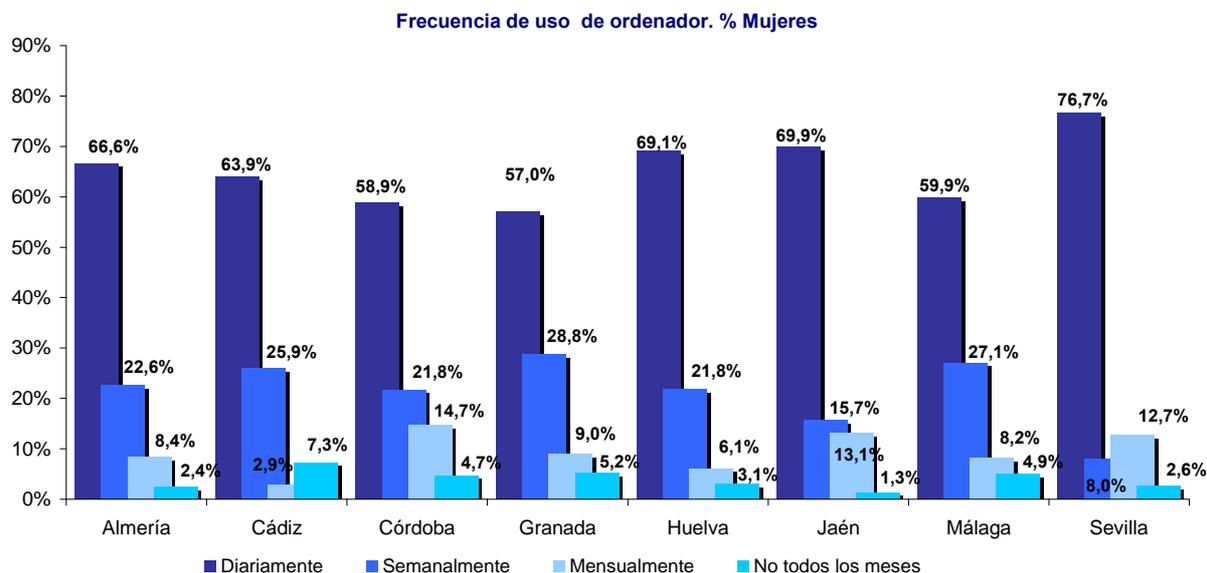
### 1.13. Brecha Digital de Género en la frecuencia de uso del ordenador en los últimos tres meses según provincia. Andalucía 2009.

	Diariamente	Semanalmente	Mensualmente	No todos los meses.
Almería	4,5	2,1	-3,9	-2,7
Cádiz	-3,1	-0,3	-2,1	5,5
Córdoba	-17,8	8,2	9,5	0,0
Granada	-22,1	11,4	5,5	5,2
Huelva	-3,7	4,5	-3,9	3,1
Jaén	0,9	-1,8	1,0	0,0
Málaga	-9,2	2,5	5,5	1,2
Sevilla	8,0	-14,3	4,6	1,7

Sólo en las provincias de Sevilla, Almería y Jaén la proporción de mujeres que utiliza el ordenador a diario, es superior a la proporción de hombres, provocando una Brecha Digital de Género positiva de hasta 8 puntos en la provincia de Sevilla.

En el resto de frecuencias, la Brecha Digital es positiva en casi todas las provincias, es decir, la proporción de mujeres que utiliza el ordenador con una frecuencia superior a la diaria, suele ser mayor que la proporción de hombres.

### 1.14. Proporción de mujeres que ha usado el ordenador en los últimos tres meses según frecuencia de uso y provincia. Andalucía 2009.



En todas las provincias andaluzas la proporción del uso diario es mayor que la de cualquier otra frecuencia de uso. Sevilla es la provincia en la que la proporción de mujeres que utiliza el ordenador a diario es mayor con un 76,7%, destacando también, que la frecuencia mensual en esta provincia es mayor que la semanal, siendo ésta la más baja de todas las provincias andaluzas.

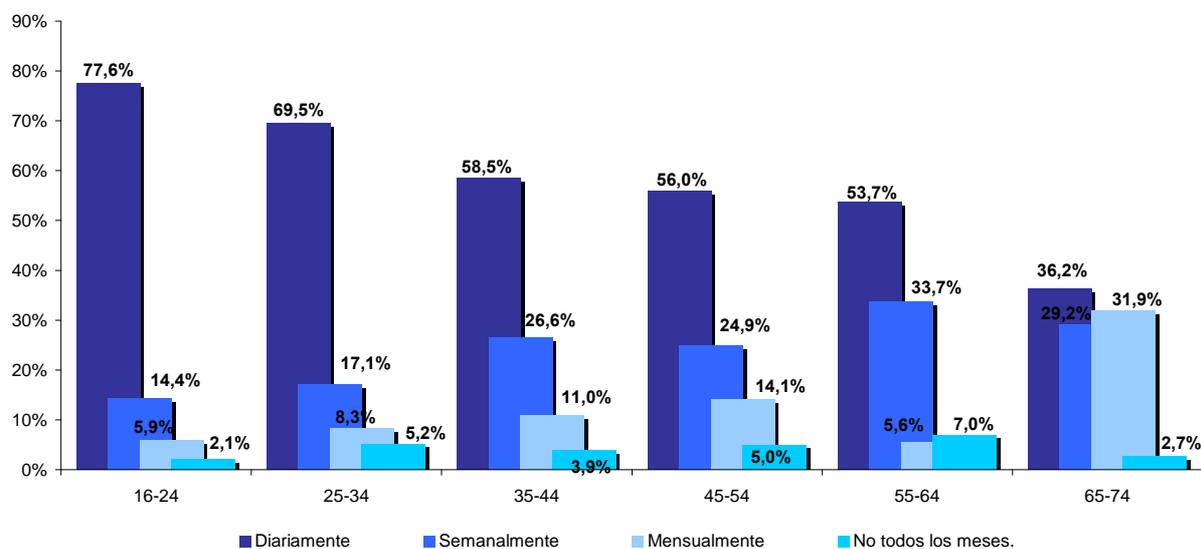
**1.15. Brecha Digital de Género en la frecuencia de uso del ordenador en los últimos tres meses según grupo de edad. Andalucía 2009.**

	Diariamente	Semanalmente	Mensualmente	No todos los meses.
De 16 a 24 años	9,0	-8,8	0,6	-0,8
De 25 a 34 años	-1,6	-0,4	-1,1	3,0
De 35 a 44 años	-13,6	5,6	5,1	2,9
De 45 a 54 años	-9,5	-2,3	9,6	2,3
De 55 a 64 años	-16,9	15,4	-1,8	3,3
De 65 a 74 años	-38,2	8,1	27,4	--

Las mujeres más jóvenes, entre 16 y 24 años, utilizan el ordenador diariamente más que los hombres de este grupo de edad. Entre los 25 y 34 años la Brecha se inclina hacia el lado masculino, aunque es sólo de 1,57 puntos.

**1.16. Proporción de mujeres que ha usado el ordenador en los últimos tres meses según frecuencia de uso y grupo de edad. Andalucía 2009.**

Frecuencia de uso de ordenador. % Mujeres.



Más del 75% de las mujeres de entre 16 y 24 años que ha utilizado el ordenador en los últimos tres meses, lo ha hecho diariamente y sólo un 14% con frecuencia semanal. Entre las que tienen entre 25 y 34 años, la frecuencia diaria de uso del ordenador se aproxima al 70%. Conforme aumenta la edad, se observa que disminuye la frecuencia diaria de uso del ordenador.

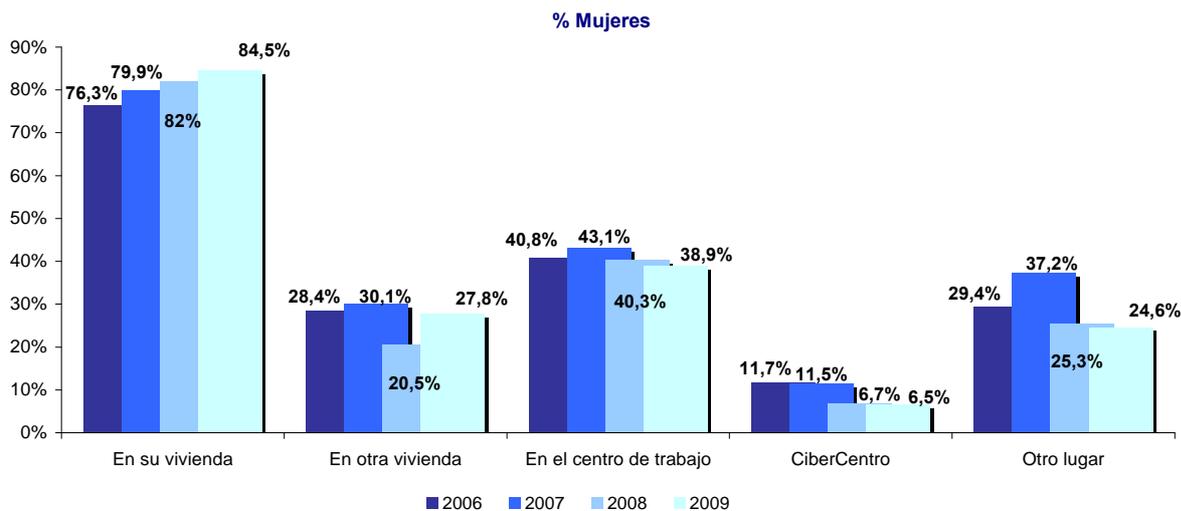
**1.17. Evolución de la Brecha Digital de Género en el uso del ordenador en los últimos tres meses según lugar de uso. Andalucía.**

	2006	2007	2008	2009
En su vivienda	-3,7	-1,0	-1,5	-1,2
En otra vivienda	-3,6	0,6	-7,1	4,7
En el centro de trabajo	-8,3	-4,7	-3,8	-5,3
CiberCentro	-3,5	1,2	-2,5	-1,8
Otro lugar	7,3	1,5	-9,0	-0,9



La Brecha Digital de Género en el uso del ordenador se inclina negativamente para las mujeres en casi todos los lugares analizados, aunque esta Brecha se ha ido reduciendo a lo largo de los años. Por ejemplo, en el uso del ordenador en la vivienda ha pasado de -3,7 en 2006 a -1,2 en 2009, en el centro de trabajo ha pasado de -8,3 a -5,3 y en los Cibercentros pasa del -3,5 en 2006 a -1,8 en 2009.

**1.18. Evolución de la proporción de mujeres que ha usado el ordenador en los últimos tres meses, según lugar de uso y sexo. Andalucía.**



El uso del ordenador en la vivienda ha ido aumentando a lo largo de los años, experimentando un incremento entre 2006 y 2009 del 10,7%. Con respecto al año anterior, se ha producido un aumento de la proporción de mujeres que utiliza el ordenador en otra vivienda, y un decremento en los centros de trabajo.

El uso del ordenador en los cibercentros ha ido disminuyendo a lo largo de estos cuatro años, pasando del 11,7% en el año 2006 al 6,5% en el año 2009.

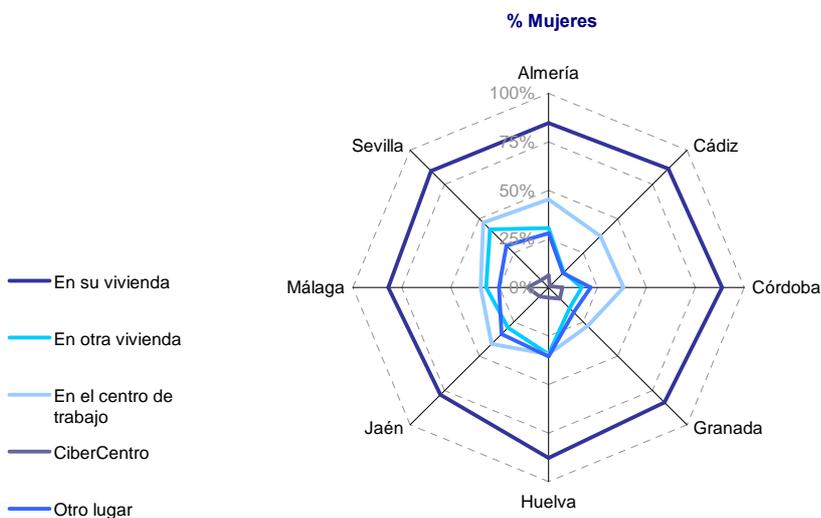
**1.19. Brecha Digital de Género en el uso del ordenador en los últimos tres meses según lugar de uso y provincia. Andalucía 2009.**

	En su vivienda	En otra vivienda	En el centro de trabajo	CiberCentro	Otro lugar
Almería	2,8	8,0	-12,2	-12,0	-1,7
Cádiz	-3,6	5,2	-3,2	-0,2	-7,4
Córdoba	7,0	0,1	-5,4	3,7	-0,9
Granada	-1,5	3,8	-15,9	-0,4	-9,4
Huelva	-0,4	-0,5	-3,6	3,5	5,1
Jaén	0,8	-3,8	3,4	-2,6	10,7
Málaga	-3,5	-0,5	-10,0	-6,5	-1,3
Sevilla	-2,8	3,2	2,3	-0,1	1,2

Las provincias de Huelva y Jaén son las que menor Brecha Digital presentan en el uso del ordenador en la vivienda, en el caso opuesto se encuentra la provincia de Córdoba que, con una Brecha de 7 puntos, presenta mayor proporción de hombres que de mujeres.

La Brecha en el uso del ordenador en los centros de trabajo es muy amplia en Granada, Almería y Málaga, siendo además negativa para las mujeres. En Jaén y en Sevilla la Brecha es positiva para las mujeres, representando una diferencia con los hombres de aproximadamente 3 puntos.

**1.20. Proporción de mujeres que ha usado el ordenador en los tres últimos meses según lugar de uso y provincia. Andalucía 2009.**



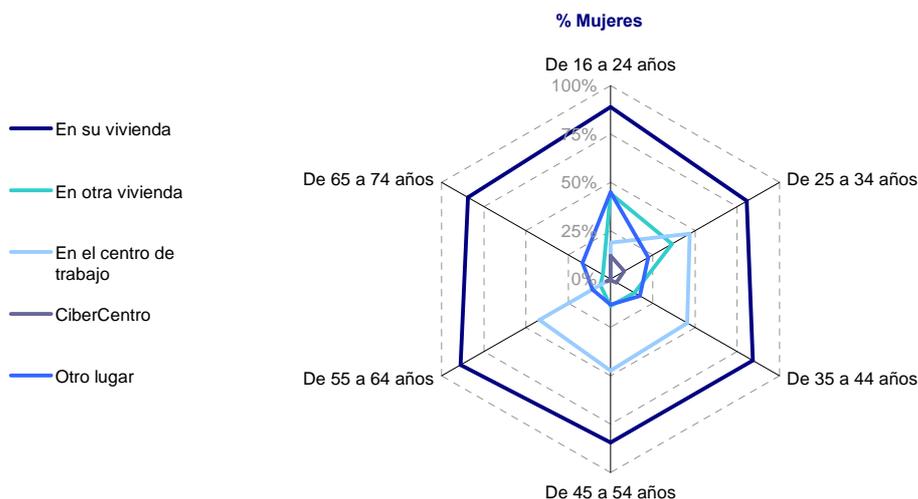
Córdoba y Huelva son las provincias en las que mayor proporción de mujeres utiliza el ordenador en su vivienda con un 88,7% y un 87,5%, respectivamente. En el centro de trabajo son las mujeres de Sevilla las que más lo usan, mientras que es Málaga la provincia con mayor proporción de mujeres que usa el ordenador en Cibercentros.

### 1.21. Brecha Digital de Género en el uso del ordenador en los últimos tres meses según lugar de uso y grupo de edad. Andalucía 2009.

	En su vivienda	En otra vivienda	En el centro de trabajo	CiberCentro	Otro lugar
De 16 a 24 años	0,5	3,6	8,3	-3,9	-5,4
De 25 a 34 años	-6,7	-2,0	1,4	-1,4	-2,6
De 35 a 44 años	-0,4	-4,7	-16,3	-1,7	-0,7
De 45 a 54 años	3,8	6,5	-13,8	-2,2	-0,6
De 55 a 64 años	4,6	0,4	-9,0	-2,7	-4,8
De 65 a 74 años	-10,5	-	-	-	7,0

Entre los hombres y mujeres que utilizan el ordenador en su vivienda y que tienen edades comprendidas entre los 16 y los 24 años, casi no existe Brecha Digital. Sin embargo, los hombres utilizan el ordenador más que las mujeres en los cibercentros, siendo la Brecha Digital de Género superior para las personas de entre 16 y 24 años.

### 1.22. Proporción de mujeres que ha usado el ordenador en los tres últimos meses según lugar de uso y grupo de edad. Andalucía 2009.



La mayor proporción de mujeres que utiliza el ordenador en su propia vivienda se da en las que tienen entre 16 y 24 años (88,9%), mientras que la menor se da entre las mujeres de 25 a 34 años (80,6%).

Desde el centro de trabajo, las mujeres que en mayor proporción utilizan el ordenador son las que tienen entre 45 y 54 años y las que lo hacen en menor proporción son las que tienen entre 16 y 24 años.

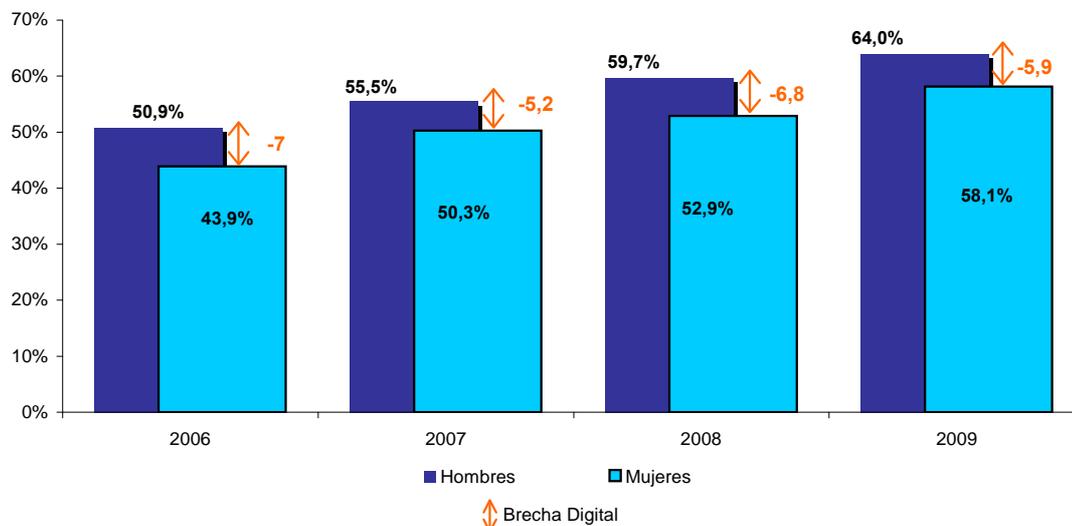
## Cápítulo II. Uso de Internet. Perspectiva de género.

### 2.0. Introducción.

En este capítulo se muestra la situación actual de los principales indicadores relacionados con el acceso a Internet, se analiza éste en función de la frecuencia y el lugar de uso, así como de las variables sociodemográficas que nos proporciona la encuesta (provincia de residencia, nivel de estudios, grupo de edad, etc.), poniendo especial atención a las diferencias entre hombres y mujeres que refleja la Brecha Digital de Género.

Asimismo, se realiza una comparativa temporal y territorial del uso de internet entre ambos sexos, mostrando una comparativa entre los datos relativos a los últimos cuatro años (2006, 2007, 2008 y 2009) y las diferencias entre los datos autonómicos, nacionales y europeos.

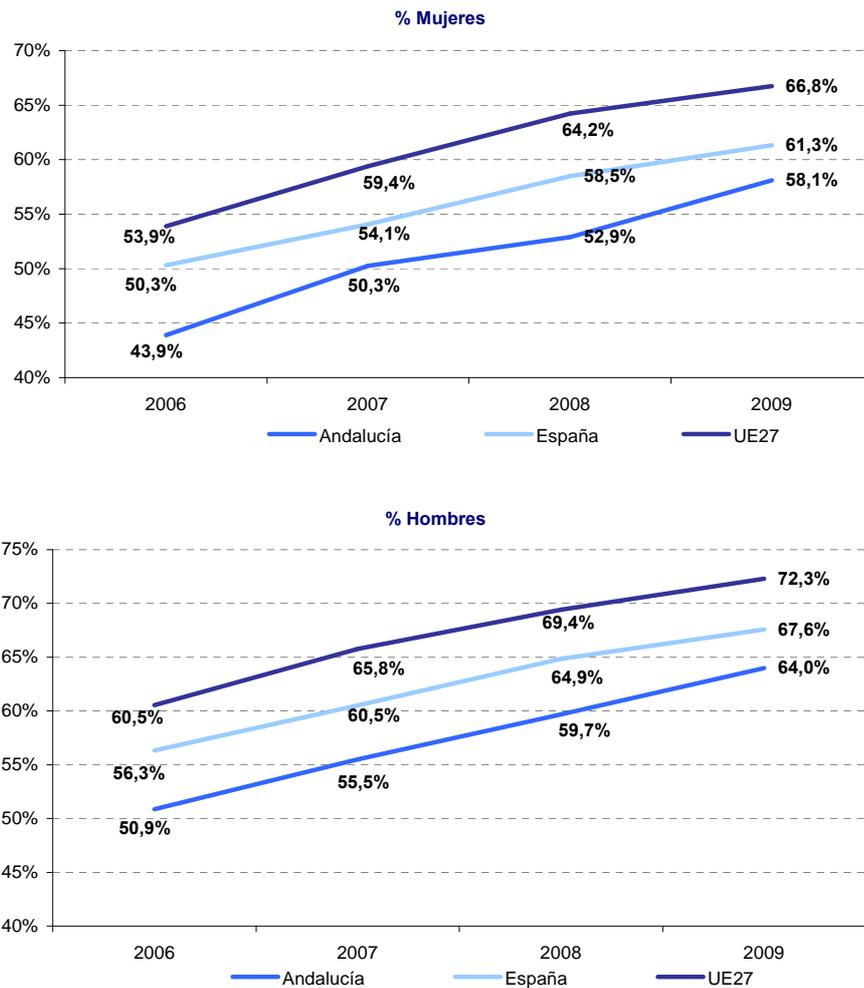
### 2.1. Evolución de la proporción de personas que ha usado alguna vez Internet según sexo. Andalucía.



Brecha Digital: % Mujeres - % Hombres

La Brecha Digital de Género en Andalucía en el uso de Internet, ha disminuido respecto al año 2006 y respecto al año 2008. Además, la proporción de mujeres que ha usado alguna vez Internet ha aumentado en estos años, pasando del 43,9% en 2006 al 58,1% en el año 2009. Aún así, como muestra la Brecha negativa, la proporción de hombres que usa Internet sigue siendo superior a la de las mujeres.

## 2.2. Evolución de la proporción de personas que ha usado alguna vez Internet según territorio y sexo.



Tanto si hablamos de mujeres como de hombres, Andalucía en estos últimos años no supera el valor nacional ni el europeo en la proporción de personas que utiliza Internet. Tanto en España como en Europa, la Brecha Digital de Género se inclina de forma negativa para las mujeres, siendo siempre la proporción de hombres que usa Internet superior a la de las mujeres.

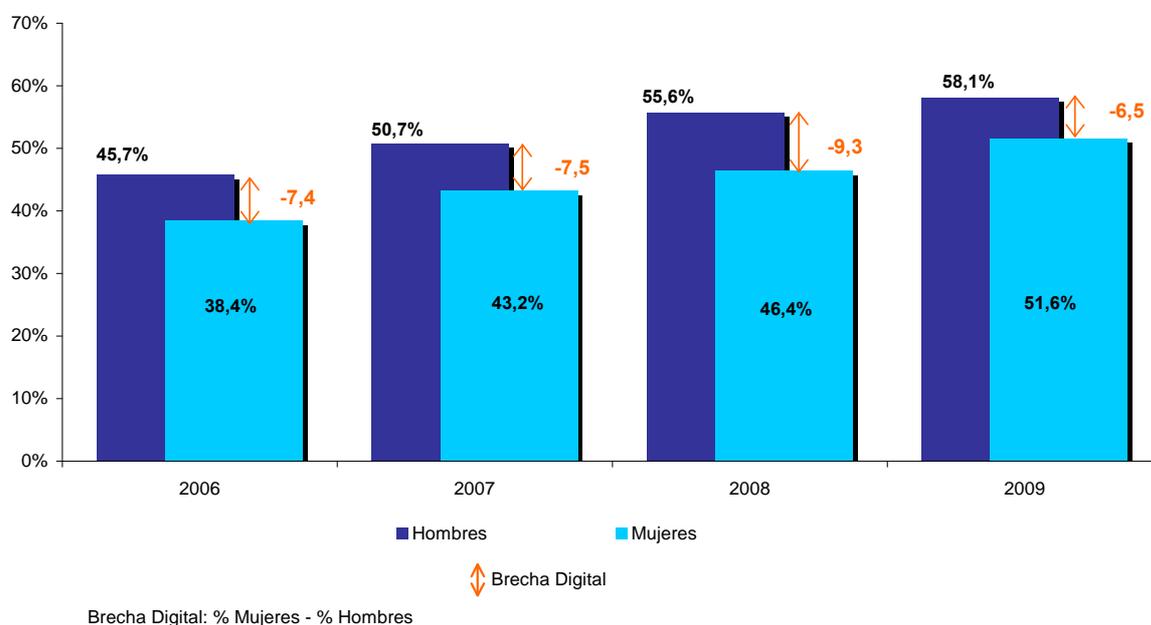
## 2.3. Evolución de la tasa de variación interanual de la proporción de personas que ha usado alguna vez Internet según territorio y sexo.

	Mujeres			Hombres		
	Andalucía	España	UE27	Andalucía	España	UE27
2006-2007	14,5%	7,5%	10,2%	9,1%	7,4%	8,6%
2007-2008	5,2%	8,2%	8,2%	7,6%	7,2%	5,5%
2008-2009	9,9%	4,8%	3,9%	7,2%	4,2%	4,1%

Tanto la proporción de mujeres andaluzas como la proporción de hombres andaluces que ha usado alguna vez Internet, ha aumentado respecto al año anterior más que el crecimiento experimentado a nivel nacional y a nivel europeo.

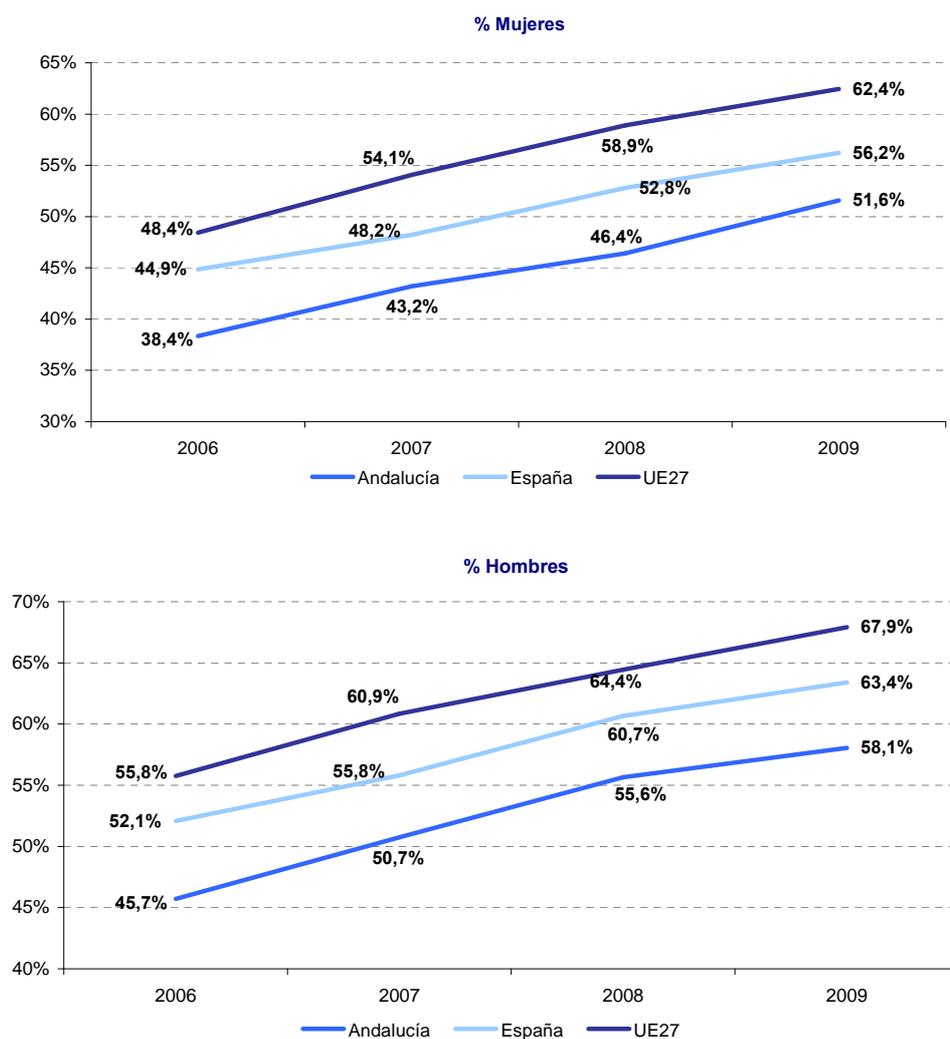
A continuación, se analiza el indicador de uso de Internet en los últimos tres meses, teniendo en cuenta que este periodo se refiere a los tres meses anteriores a la realización de la Encuesta de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares elaborada por el Instituto Nacional de Estadística. Al acotar el periodo de uso, el indicador se aproxima más al concepto de persona usuaria habitual de Internet.

#### 2.4. Evolución de la proporción de personas que ha usado Internet en los últimos tres meses según sexo. Andalucía.



La proporción de mujeres que ha utilizado Internet en los tres meses anteriores a la encuesta, ha aumentado durante estos años, pasando del 38,4% en 2006 al 51,6% en 2009. Se produce al mismo tiempo un descenso en la Brecha Digital, pasando de -7,4 en 2006 a -6,5 en 2009.

## 2.5. Evolución de la proporción de personas que ha usado Internet en los últimos tres meses según territorio y sexo.



La proporción de mujeres andaluzas que ha usado Internet en los últimos tres meses se ha incrementado respecto al año anterior un 11,17%, aún así la cifra europea (62,4%) es 10,9 puntos superior a la andaluza (51,6%).

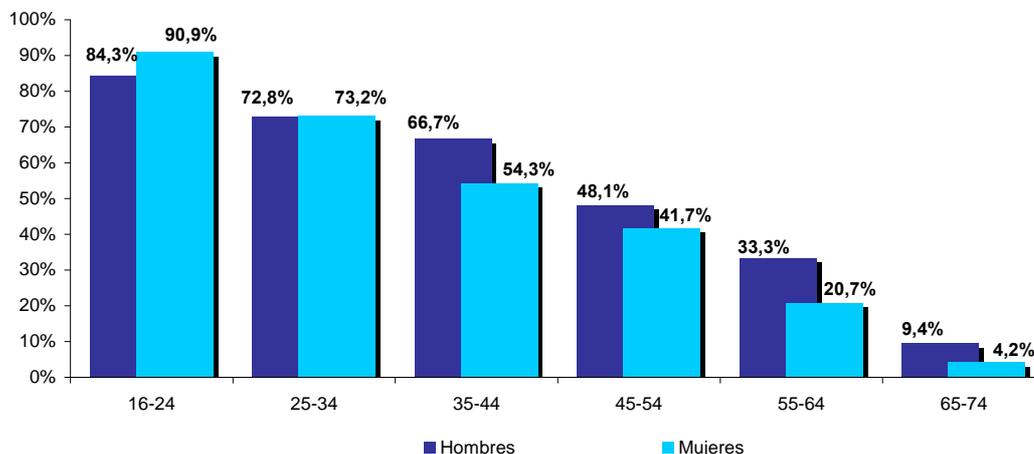
## 2.6. Evolución de la tasa de variación interanual de la proporción de personas que ha usado alguna vez Internet según territorio y sexo.

	Mujeres			Hombres		
	Andalucía	España	UE27	Andalucía	España	UE27
2006-2007	12,6%	7,5%	11,6%	11,0%	7,2%	9,1%
2007-2008	7,4%	9,5%	8,9%	9,7%	8,7%	5,9%
2008-2009	11,2%	6,5%	6,0%	4,3%	4,5%	5,4%

El incremento experimentado por las mujeres andaluzas en el uso de Internet (11,2%) es superior al experimentado tanto por las mujeres europeas (6,5%), como por las españolas en general (6%).

## 2.7. Uso de Internet en los últimos tres meses según sexo y grupo de edad. Proporción y Brecha Digital. Andalucía 2009.

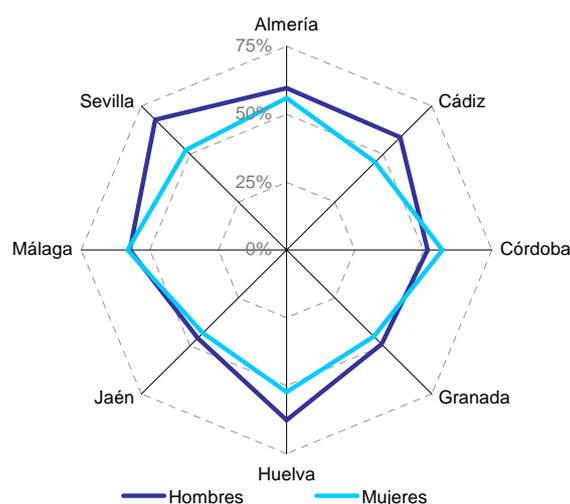
	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 a 74 años
Hombres	84,3%	72,8%	66,7%	48,1%	33,3%	9,4%
Mujeres	90,9%	73,2%	54,3%	41,7%	20,7%	4,2%
Brecha Digital	6,6	0,4	-12,4	-6,4	-12,5	-5,2



La Brecha Digital en el uso de Internet es positiva para las mujeres en los grupos más bajos de edad (16-24, 25-34), dándose la menor Brecha en el grupo de edad de entre 25 y 34 años. Entre los 35 y los 44 y entre los 55 y los 64, la Brecha Digital se sitúa en 12,5 puntos negativa para las mujeres.

## 2.8. Uso de Internet en los últimos tres meses según sexo y provincia. Proporción y Brecha Digital. Andalucía 2009.

	Hombres	Mujeres	Brecha Digital
Almería	59,6%	55,9%	-3,7
Cádiz	58,7%	45,7%	-13,0
Córdoba	51,5%	56,9%	5,3
Granada	49,1%	45,0%	-4,0
Huelva	62,6%	52,3%	-10,3
Jaén	45,8%	43,1%	-2,7
Málaga	57,3%	58,1%	0,8
Sevilla	67,8%	52,0%	-15,8
<b>Andalucía</b>	<b>58,1%</b>	<b>51,6%</b>	<b>-6,5</b>

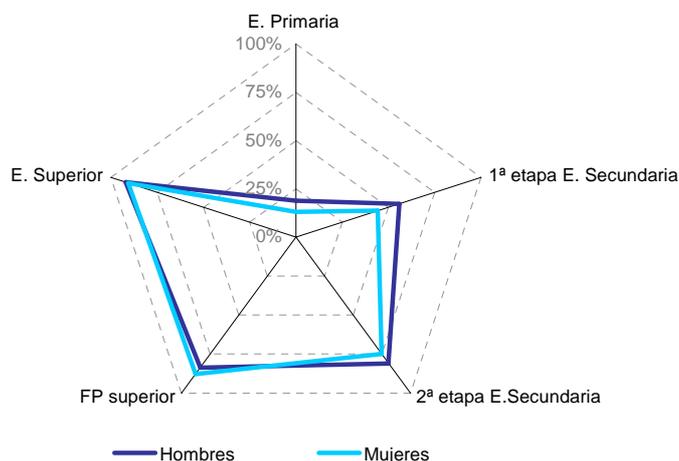


Málaga es la única provincia andaluza que presenta una Brecha Digital casi inexistente en el uso de Internet.

Las mayores diferencias entre mujeres y hombres se dan en las provincias de Sevilla, Córdoba y Huelva, donde la Brecha Digital está entre los 10 y los 15 puntos, siendo siempre positiva para los hombres.

## 2.9. Uso de Internet en los últimos tres meses según sexo y nivel de estudios. Proporción y Brecha Digital. Andalucía 2009.

	Educación Primaria	Primera etapa de Educación Secundaria	Segunda etapa de Educación Secundaria	Formación Profesional de Grado Superior	Educación Superior
Hombres	18,9%	55,8%	80,9%	83,4%	91,9%
Mujeres	13,1%	44,1%	74,8%	87,6%	90,7%
Brecha Digital	-5,8	-11,7	-6	4,1	-1,3

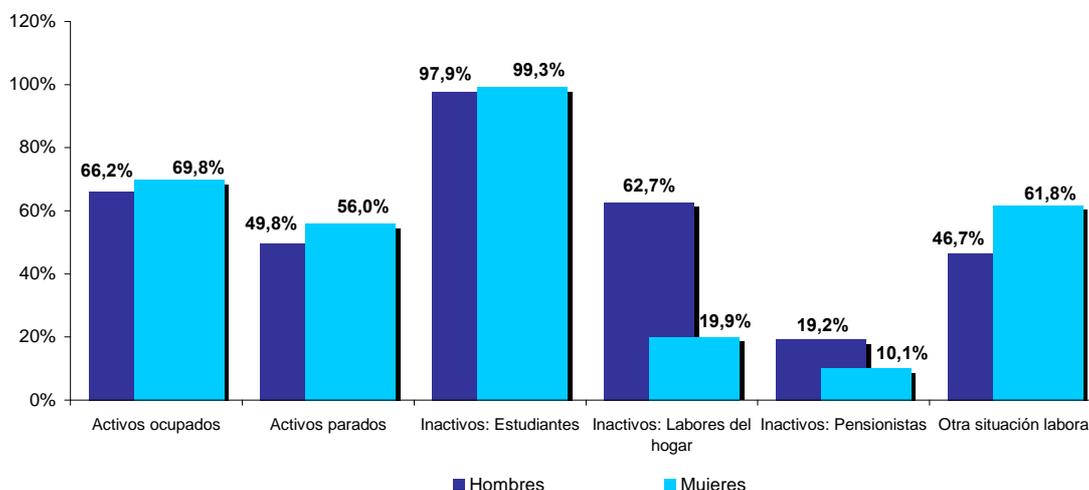


La menor Brecha Digital se da en aquellas personas que tienen superada la educación superior, siendo de -1,3.

Sólo en aquellas personas que han superado la Formación Profesional de Grado Superior, la Brecha Digital es positiva para las mujeres.

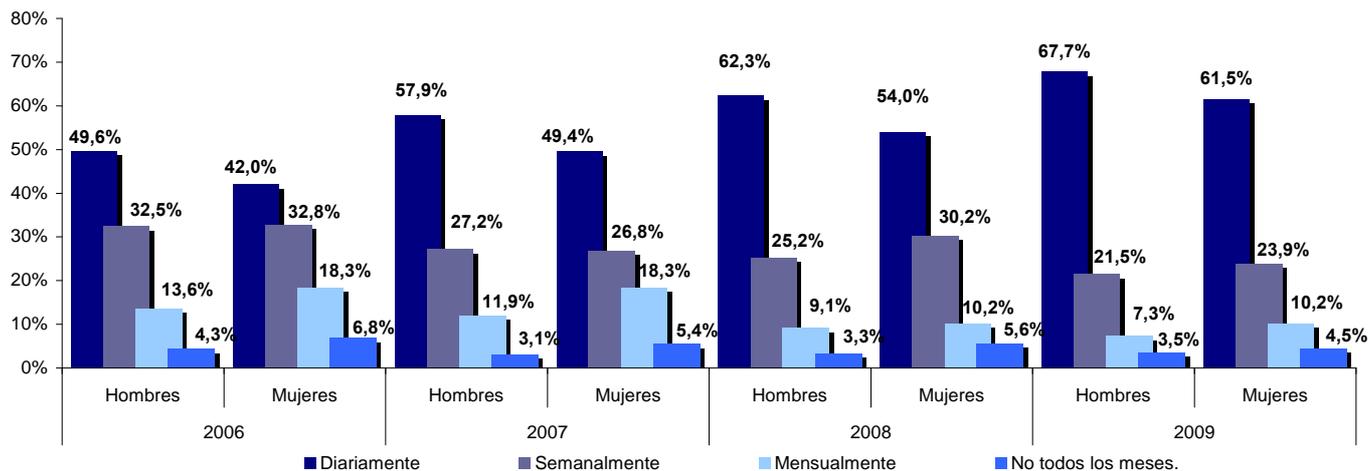
## 2.10. Uso de Internet en los últimos tres meses según sexo y situación laboral. Proporción y Brecha Digital. Andalucía 2009.

	Activos ocupados	Activos parados	Inactivos: Estudiantes	Inactivos: Labores del hogar	Inactivos: Pensionistas	Otra situación laboral
Hombres	66,2%	49,8%	97,9%	62,7%	19,2%	46,7%
Mujeres	69,8%	56,0%	99,3%	19,9%	10,1%	61,8%
Brecha Digital	3,6	6,2	1,4	-42,8	-9,1	15,1



El 69,8% de las mujeres ocupadas se ha conectado a Internet en los últimos tres meses, provocando una diferencia con los hombres ocupados de 3,6 puntos. Entre las personas paradas, la Brecha también se inclina en favor de las mujeres, siendo de 6,2 puntos sobre los hombres. Es el grupo de Estudiantes el que menor Brecha presenta, siendo de 1,4 puntos. Entre las personas que se dedican a las Labores del hogar, existe una amplia diferencia, sólo el 19,9% de las mujeres en esta situación se conecta a Internet, frente al 62,7% de los hombres.

## 2.11. Evolución de la proporción de personas que ha usado Internet en los últimos tres meses según frecuencia de uso y sexo. Andalucía.

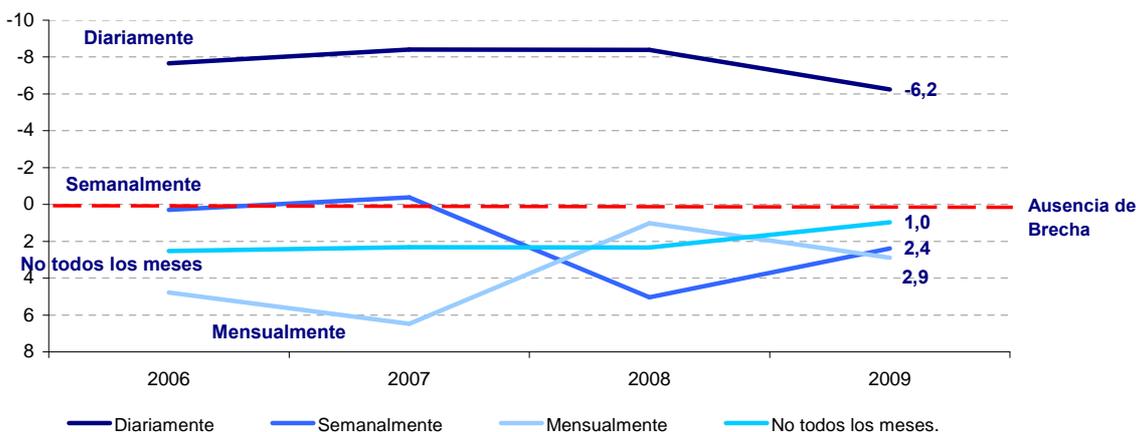


La conexión diaria a Internet ha ido creciendo a lo largo de estos años, el 42% de las mujeres que en 2006 había accedido a Internet en los tres meses anteriores a la encuesta lo hizo a diario, sin embargo en 2009, lo hace el 61,5% de este colectivo.

Este incremento en el acceso diario de las mujeres entre el año 2006 y el 2009 es del 46,6%, mientras que para los hombres ha sido del 36,5%.

## 2.12. Evolución de la Brecha Digital de Género en la frecuencia de uso de Internet en los últimos tres meses. Andalucía.

	2006	2007	2008	2009
Diariamente	-7,7	-8,4	-8,4	-6,2
Semanalmente	0,3	-0,4	5,0	2,4
Mensualmente	4,8	6,5	1,0	2,9
No todos los meses.	2,5	2,3	2,3	1,0



A pesar de que el incremento que se ha producido en el uso diario de Internet es superior en las mujeres que en los hombres, la Brecha Digital de Género sigue siendo negativa para las mujeres, con 6,25 puntos de diferencia frente a los hombres.

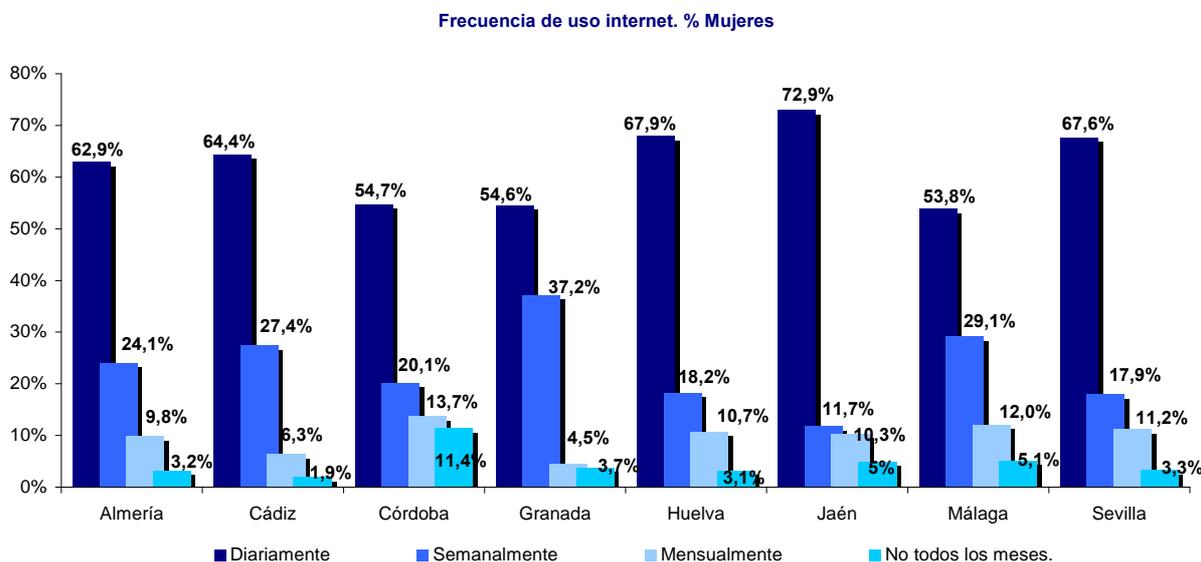
### 2.13. Brecha Digital de Género en la frecuencia de uso de Internet en los últimos tres meses según provincia. Andalucía 2009.

	Diariamente	Semanalmente	Mensualmente	No todos los meses.
Almería	2,5	4,3	-2,5	-4,3
Cádiz	-6,5	4,9	0,9	0,7
Córdoba	-20,6	4,4	10,6	5,6
Granada	-27,4	25,6	-1,2	3,0
Huelva	2,6	-4,0	-1,2	2,7
Jaén	3,8	-4,5	2,1	-1,4
Málaga	-10,0	3,7	4,3	2,0
Sevilla	3,4	-7,2	4,6	-0,8

Las provincias de Córdoba y Granada presentan grandes diferencias entre mujeres y hombres en el uso diario de Internet, siendo los hombres los que más utilizan esta herramienta diariamente con una diferencia de 20,6 puntos en Córdoba y de 27,4 puntos en Granada.

La Brecha Digital es menor en las provincias de Almería y Huelva, alrededor de 2,5 puntos de diferencia entre mujeres y hombres.

### 2.14. Proporción de mujeres que ha usado Internet en los tres últimos meses según provincia. Andalucía 2009.



Sólo en las provincias de Málaga, Córdoba y Granada, la proporción de mujeres que se conecta diariamente a Internet es inferior al 60%. Destaca la provincia de Jaén, por presentar la mayor proporción de mujeres que utilizan Internet diariamente con un 72,9%.

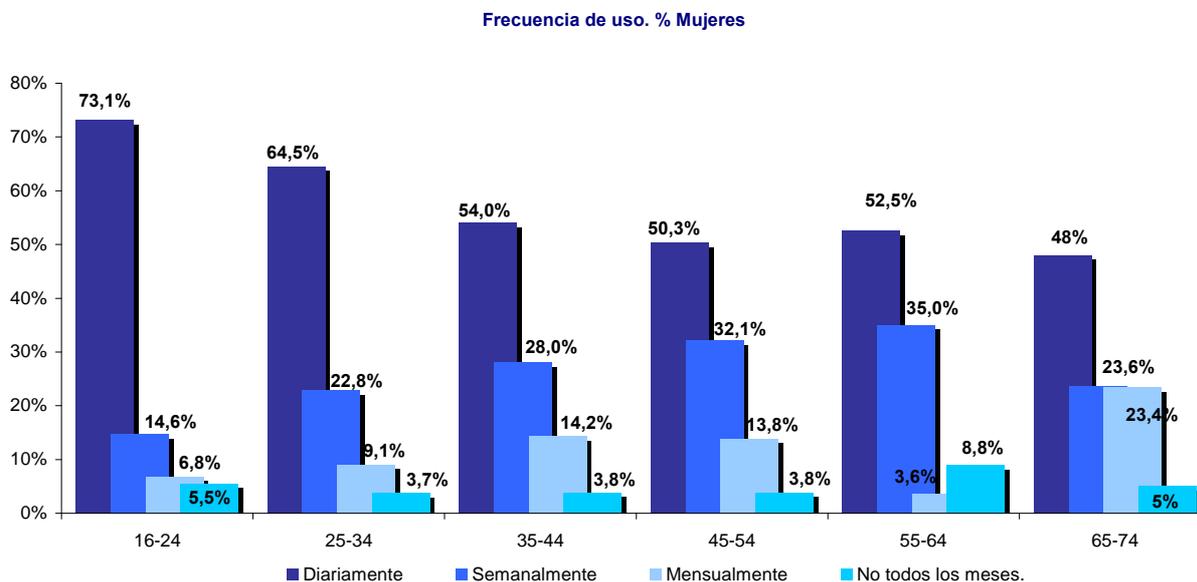
## 2.15. Brecha Digital de Género en la frecuencia de uso de Internet en los últimos tres meses según grupo de edad. Andalucía 2009.

	Diariamente	Semanalmente	Mensualmente	No todos los meses.
De 16 a 24 años	5,1	-7,5	-0,9	3,3
De 25 a 34 años	-7,8	6,4	2,3	-1,0
De 35 a 44 años	-12,8	6,0	6,2	0,6
De 45 a 54 años	-11,9	3,9	8,1	-0,2
De 55 a 64 años	-8,8	8,1	-4,0	4,7
De 65 a 74 años	-29,2	13,7	10,5	-

Un 73,1% de las mujeres de entre 16 y 24 años usa diariamente Internet, frente al 68% de los hombres de este grupo de edad, por tanto, la Brecha Digital del uso diario de Internet es positiva y sólo de 5 puntos.

Son destacables los valores de la Brecha en los grupos de más edad en el uso diario de Internet, esta Brecha es un reflejo de las bajas proporciones de mujeres que en estas edades se conectan a Internet diariamente, que escasamente superan el 50%.

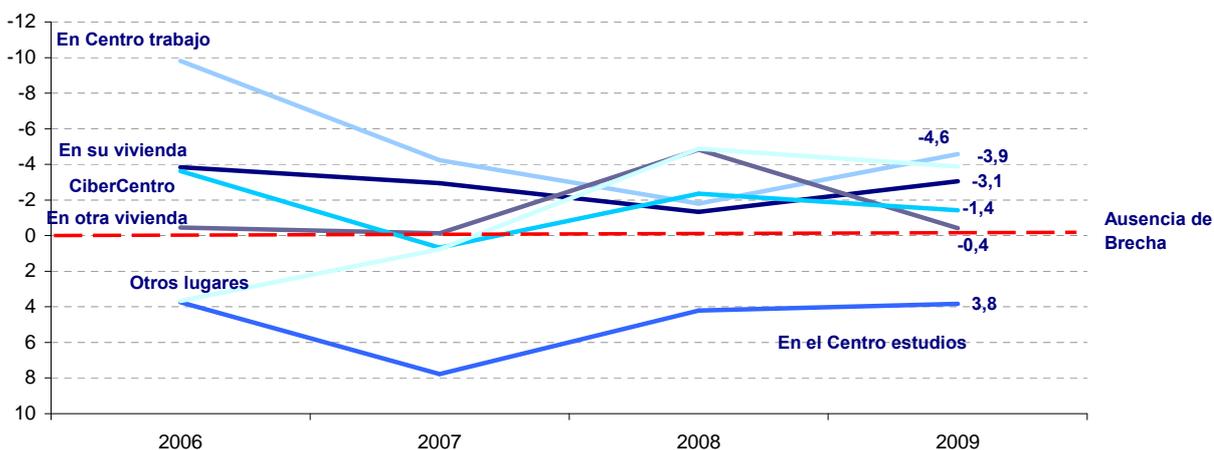
## 2.16. Proporción de mujeres que ha usado Internet en los últimos tres meses según grupo de edad. Andalucía 2009.



La mayoría de las mujeres en todos los grupos de edad, utiliza Internet diariamente. ahora bien, esta proporción es mayor en las mujeres más jóvenes, así el 73,1% de las mujeres de entre 16 y 24 años y alrededor del 65% de las que tienen entre 24 y 34 años, utiliza Internet diariamente. Las mujeres de entre 65 y 74 años son las que con menos frecuencia utilizan Internet, ya que más del 50% no lo utiliza diariamente.

## 2.17. Evolución de la Brecha Digital de Género en el uso de Internet en los últimos tres meses según lugar de uso. Andalucía.

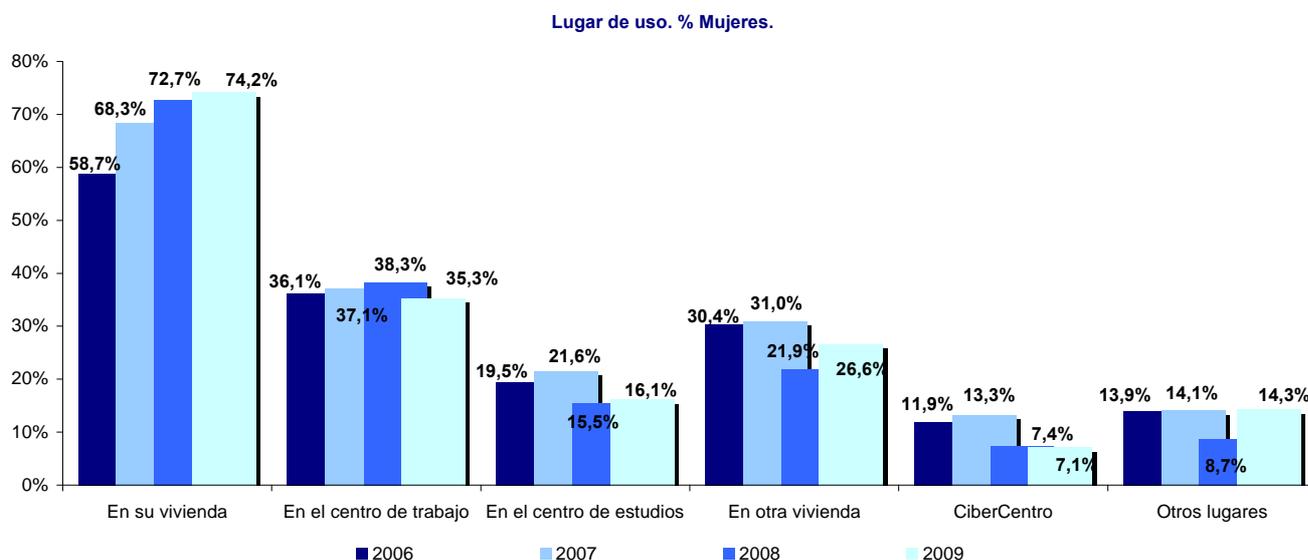
	2006	2007	2008	2009
En su vivienda	-3,8	-3,0	-1,3	-3,1
En el centro de trabajo	-9,8	-4,2	-1,8	-4,6
En el centro de estudios	3,8	7,8	4,2	3,8
En otra vivienda	-0,4	-0,1	-4,8	-0,4
CiberCentro	-3,6	0,7	-2,4	-1,4
Otros lugares	3,7	0,8	-4,9	-3,9



Sólo en el acceso a Internet desde el centro de estudios, la Brecha Digital ha sido positiva para las mujeres durante estos cuatro años. En 2009, el acceso a Internet desde otra vivienda es casi inexistente, así como desde los CiberCentros.

A pesar de que en 2008 la Brecha en el acceso a Internet desde el centro de trabajo disminuyó, ha vuelto a crecer en el 2009, siendo la diferencia entre mujeres y hombres de 4,6 puntos negativa para las mujeres.

## 2.18. Evolución de la proporción de mujeres que ha usado Internet en los últimos tres meses, según lugar de uso y sexo. Andalucía.



El acceso a Internet en la propia vivienda ha ido creciendo a lo largo de estos años tanto en hombres como en mujeres. El incremento en las mujeres entre 2006 y 2009 ha sido del 26,4%, superior al 23,5% de los hombres.

## 2.19. Brecha Digital de Género en el uso de Internet en los últimos tres meses según lugar de uso y provincia. Andalucía 2009.

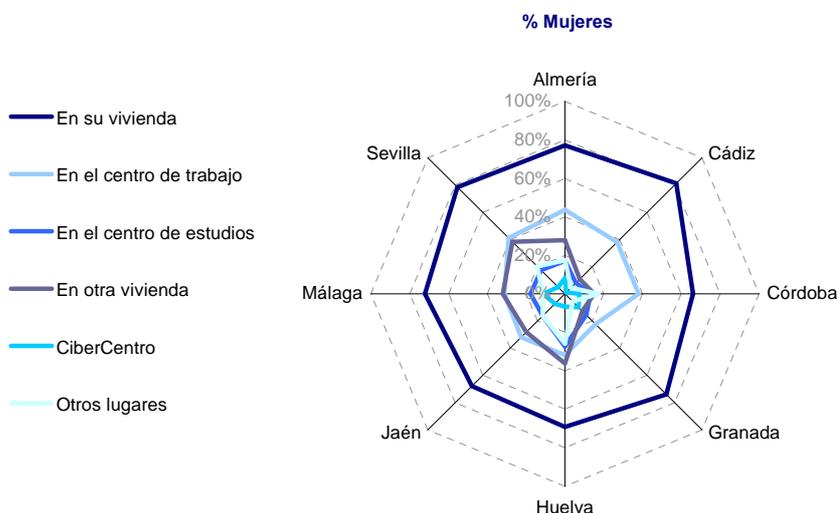
	En su vivienda	En el centro de trabajo	En el centro de estudios	En otra vivienda	CiberCentro	Otros lugares
Almería	4,3	-9,2	6,8	-0,8	-9,3	-7,0
Cádiz	0,1	5,6	-5,5	4,7	-0,2	-1,9
Córdoba	-11,0	-6,5	0,6	-2,9	5,1	6,1
Granada	-6,7	-22,2	0,8	0,2	0,5	-11,5
Huelva	-7,5	-2,3	13,5	-0,1	3,8	0,1
Jaén	4,1	-0,7	-0,4	-1,2	-2,9	4,8
Málaga	-4,6	-3,9	4,8	-2,6	-6,7	-12,0
Sevilla	-1,1	-2,6	8,0	0,1	-0,5	-1,1

Córdoba es la provincia que presenta mayor Brecha Digital entre mujeres y hombres en el acceso a Internet desde la vivienda, siendo la diferencia entre hombres y mujeres de 11 puntos. Sin embargo, Cádiz presenta una Brecha Digital casi inexistente en el acceso a Internet desde la propia vivienda.

La Brecha Digital de Género en la provincia de Jaén en el acceso desde el centro de trabajo es casi nula, mientras que Granada es la provincia en la que hay mayor Brecha, siendo negativa para las mujeres.

En el acceso desde el centro de estudios, en las provincias de Córdoba, Granada y Jaén casi no existe Brecha Digital de Género, sin embargo en la provincia de Huelva la Brecha es de 13 puntos positiva para las mujeres.

## 2.20. Proporción de mujeres que ha usado Internet en los últimos tres meses según lugar de uso y provincia. Andalucía 2009.



Córdoba es la provincia andaluza que presenta menor proporción de mujeres que se conecta a Internet desde su propia vivienda (66,1%), mientras que Cádiz es la que presenta mayor proporción, un 81%.

Las almerienses y sevillanas, son las que más acceden a Internet desde el centro de trabajo.

El uso de Internet en los cibercentros por las mujeres andaluzas, es más elevado en las mujeres residentes en las provincias de Málaga y Granada.

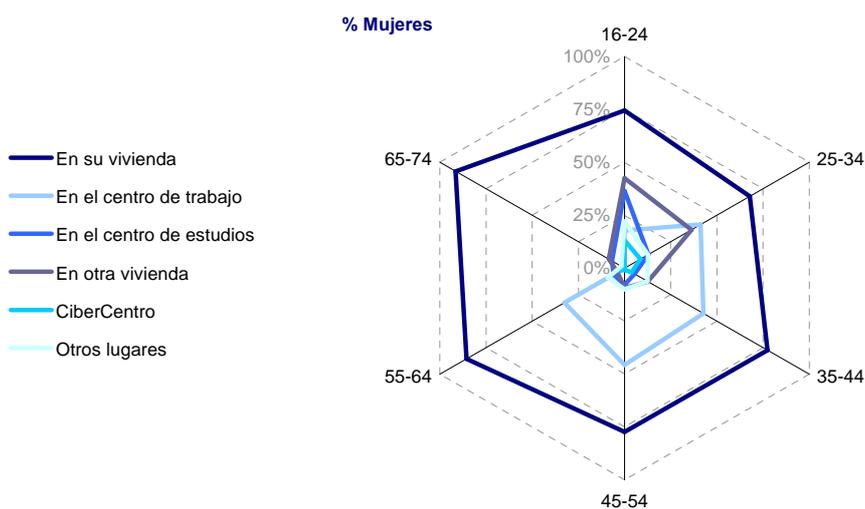
## 2.21. Brecha Digital de Género en el uso de Internet en los últimos tres meses según lugar de uso y grupo de edad. Andalucía 2009.

	En su vivienda	En el centro de trabajo	En el centro de estudios	En otra vivienda	CiberCentro	Otros lugares
De 16 a 24 años	0,8	9,1	-0,7	6,3	-3,6	-0,8
De 25 a 34 años	-13,7	-1,7	2,4	-3,9	-0,9	-7,8
De 35 a 44 años	6,9	-13,4	4,2	-8,3	-0,9	-6,3
De 45 a 54 años	-5,8	-11,7	7,3	-0,4	-2,8	-1,3
De 55 a 64 años	5,3	-6,7	-1,7	-4,0	-2,5	1,5
De 65 a 74 años	-1,0	--	--	2,5	--	-16,8

La Brecha de Género de las personas de entre 16 y 24 años es casi inexistente en el acceso a Internet desde la vivienda, así como en el acceso desde el centro de estudios.

Entre los 25 y 34 años, las mujeres se conectan en menor proporción a Internet que los hombres desde la propia vivienda, siendo la Brecha Digital de -13,7 puntos. Lo mismo ocurre en las edades comprendidas entre los 35 y los 44 años en el acceso a Internet desde el centro de trabajo, la Brecha es de -13,4 puntos, así como en las edades entre 45 y 54 donde la Brecha es de -11,7 puntos.

## 2.22. Proporción de mujeres que ha usado Internet en los últimos tres meses según lugar de uso y grupo de edad. Andalucía 2009.

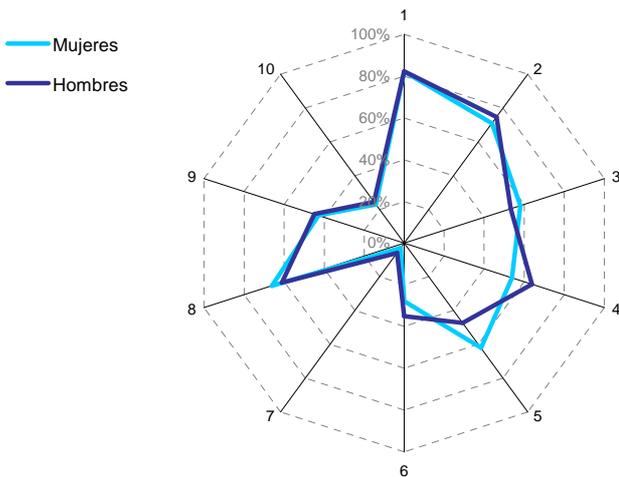


Las mujeres que más utilizan Internet en el centro de trabajo son las que tienen entre 45 y 54 años, mientras que aquellas que más lo usan en su propia vivienda son las mujeres con edad comprendida entre los 65 y los 74 años de edad, siendo las que menos las mujeres de entre 25 y 34 años.

## 2.23. Comparativa territorial de los Servicios usados por las mujeres en Internet. 2009.

	Mujeres			Hombres		
	Andalucía	España	UE27	Andalucía	España	UE27
1. Correo electrónico	82,1%	86,2%	88,1%	82,2%	86,3%	87,9%
2. Buscar información sobre bienes y servicios	71,0%	76,0%	77,2%	74,6%	80,6%	80,6%
3. Viajes y alojamientos	58,0%	63,8%	54,9%	53,2%	59,8%	53,2%
4. Periódicos o revistas on-line	53,8%	58,8%	43,1%	63,8%	68,3%	52,1%
5. Temas de salud	62,0%	59,2%	57,5%	47,2%	49,0%	43,3%
6. Banca electrónica	27,9%	35,1%	47,8%	34,9%	43,1%	51,8%
7. Venta de bienes y servicios	2,9%	4,6%	13,0%	5,9%	8,3%	18,3%
8. Formación	66,0%	57,3%	38,6%	61,2%	50,9%	34,2%
9. Descargar formularios oficiales	42,8%	25,1%	23,0%	44,8%	27,2%	27,1%
10. Obtener información de web de la Administración	22,9%	46,2%	39,1%	24,4%	49,1%	42,3%

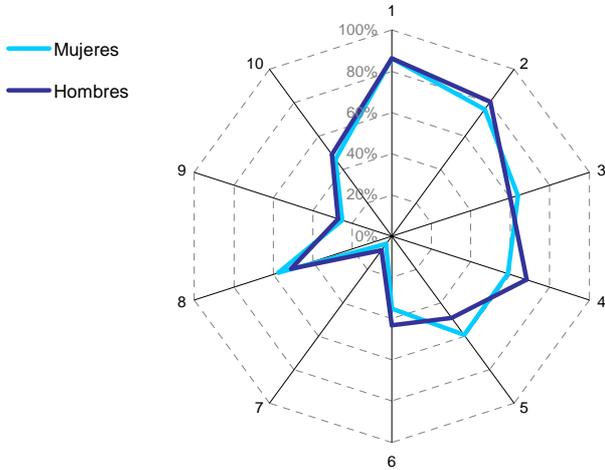
**Andalucía**



Las mujeres andaluzas utilizan Internet más que los hombres para temas de salud, para formación y para temas de turismo.

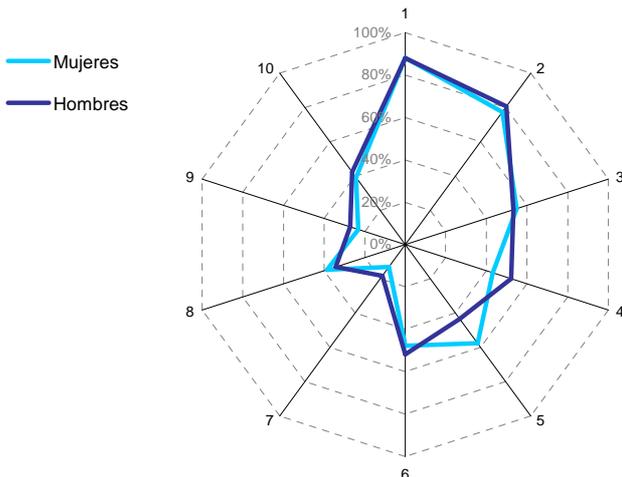
Lo mismo ocurre con los datos totales nacionales, las mujeres utilizan Internet más que los hombres para los temas de salud, de formación y para viajes y alojamientos.

**España**



Sin embargo, las mujeres europeas están más igualadas a los hombres en casi todos los servicios de Internet, salvo en el de temas de salud, donde la proporción de mujeres es superior a la de los hombres.

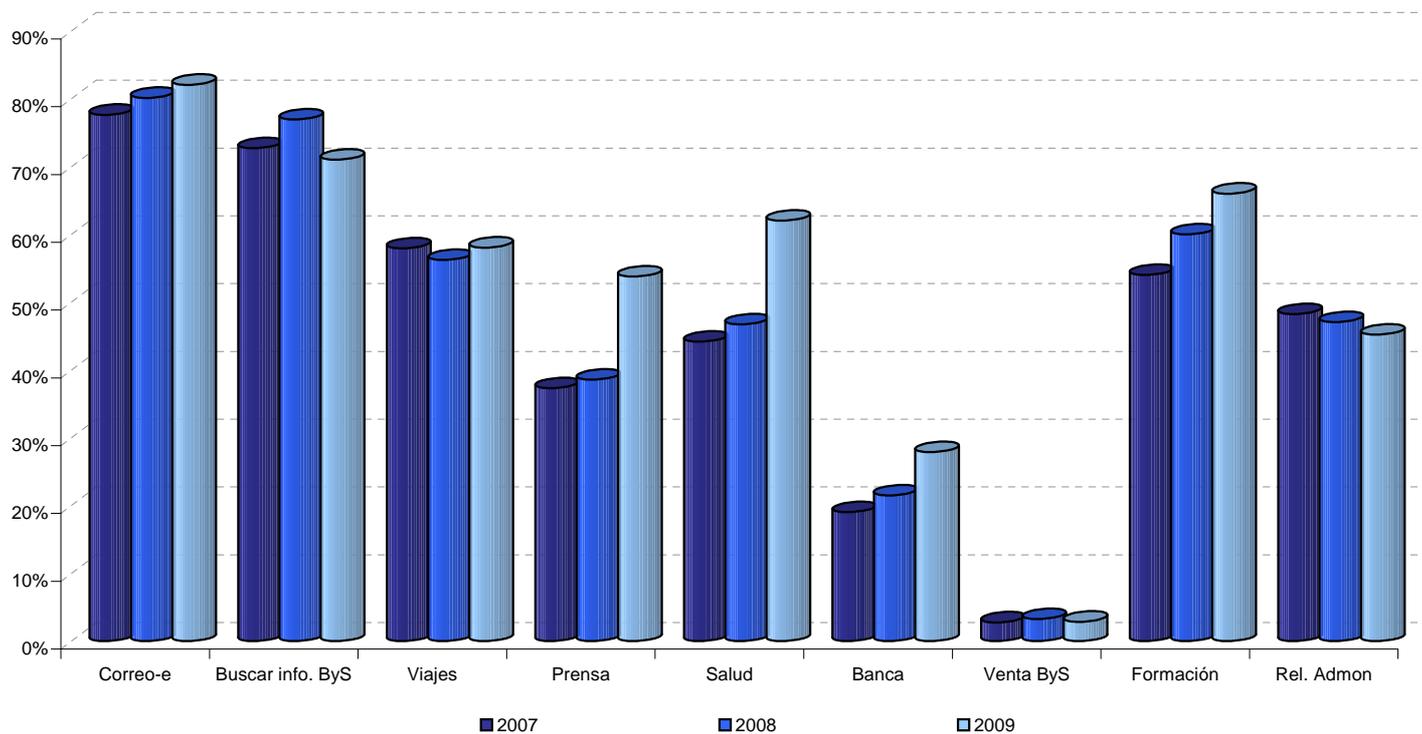
**UE27**



Las mujeres andaluzas superan en proporción a las europeas en la sección de viajes y alojamientos, en prensa on line, en formación y en las descargas de formularios oficiales. Es destacable la diferencia que existe entre las europeas y las andaluzas (y españolas) en los servicios de venta de bienes y servicios, siendo muy superior la proporción de mujeres europeas que los utilizan frente a las andaluzas y españolas.

## 2.24. Evolución de los servicios usados en Internet por las mujeres andaluzas.

	2007	2008	2009
Correo electrónico	77,6%	80,1%	82,1%
Buscar información sobre bienes y servicios	72,7%	77,0%	71,0%
Viajes y alojamientos	57,9%	56,2%	58,0%
Periódicos o revistas on-line	37,3%	38,6%	53,8%
Temas de salud	44,2%	46,7%	62,0%
Banca electrónica	19,0%	21,5%	27,9%
Venta de bienes y servicios	2,8%	3,2%	2,9%
Formación	54,0%	60,0%	66,0%
Relaciones con la Administración	48,2%	47,1%	45,2%



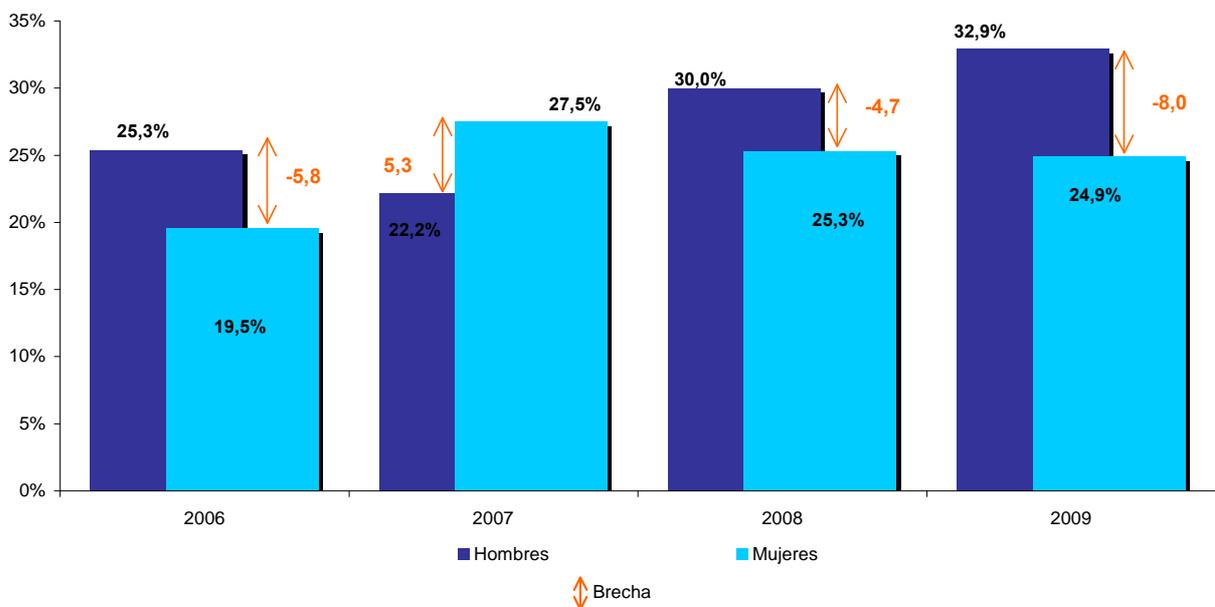
# Cápítulo III. Compras por Internet. Perspectiva de género.

## 3.0. Introducción.

En este capítulo se muestra la situación actual del indicador principal de las compras realizadas a través de Internet, refiriéndolo a los doce meses anteriores a la encuesta. Se analiza respecto a las principales variables sociodemográficas (provincia de residencia, edad o situación laboral). Asimismo, se detalla el indicador sobre las compras realizadas según el tipo de producto adquirido a través de Internet, proporcionando su evolución desde la perspectiva de género.

Se realiza también, una comparativa temporal y territorial de las compras realizadas a través de Internet entre los datos relativos a los últimos cuatro años (2006, 2007, 2008 y 2009) y las diferencias entre los datos autonómicos, nacionales y europeos.

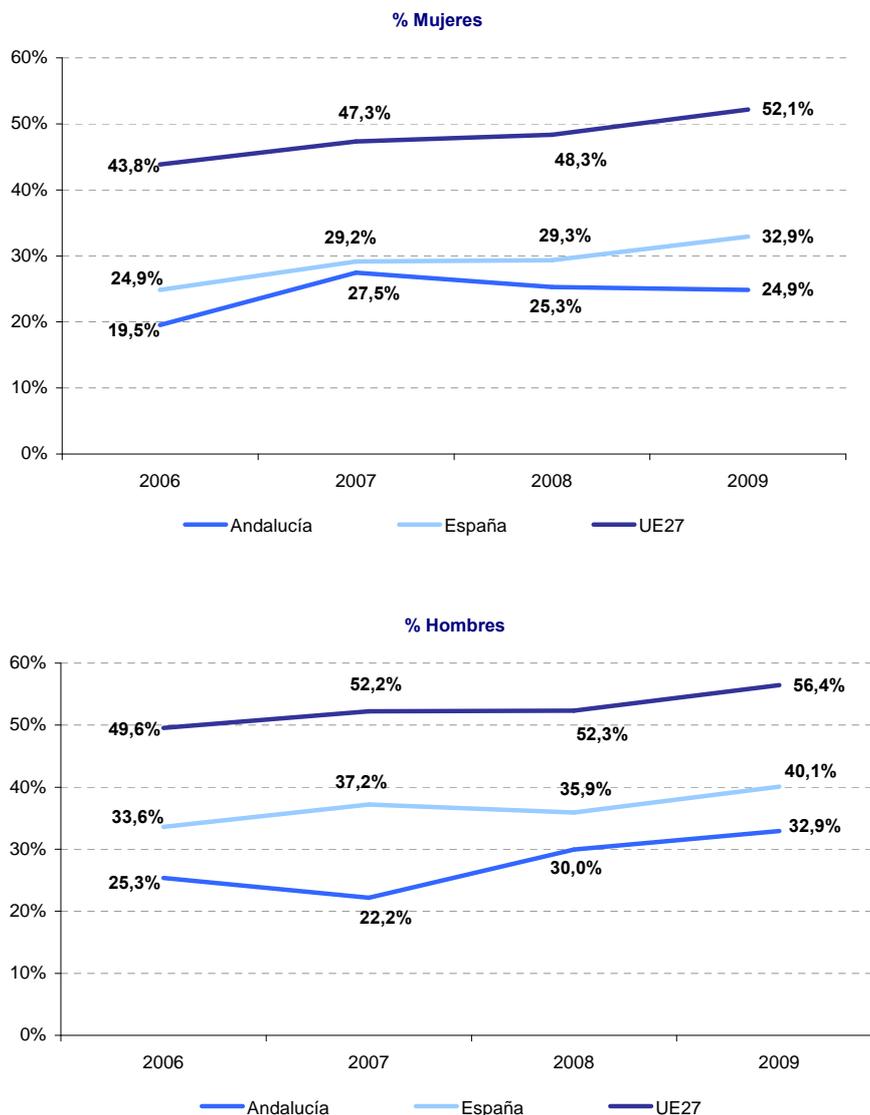
## 3.1. Evolución de la proporción de personas que ha realizado compras por Internet en los últimos doce meses según sexo. Andalucía.



Brecha Digital: % Mujeres - % Hombres

En cuanto a las compras por Internet, la Brecha Digital de Género ha sufrido un importante incremento con respecto al año anterior, llegando a situarse en -8 puntos. Dicho incremento se debe a que mientras la proporción de hombres que compran por Internet ha aumentado un 9,8%, la proporción de mujeres ha disminuido un 1,7% respecto al año 2008.

### 3.2. Evolución de la proporción de personas que ha realizado compras por Internet en los últimos doce meses según territorio y sexo.



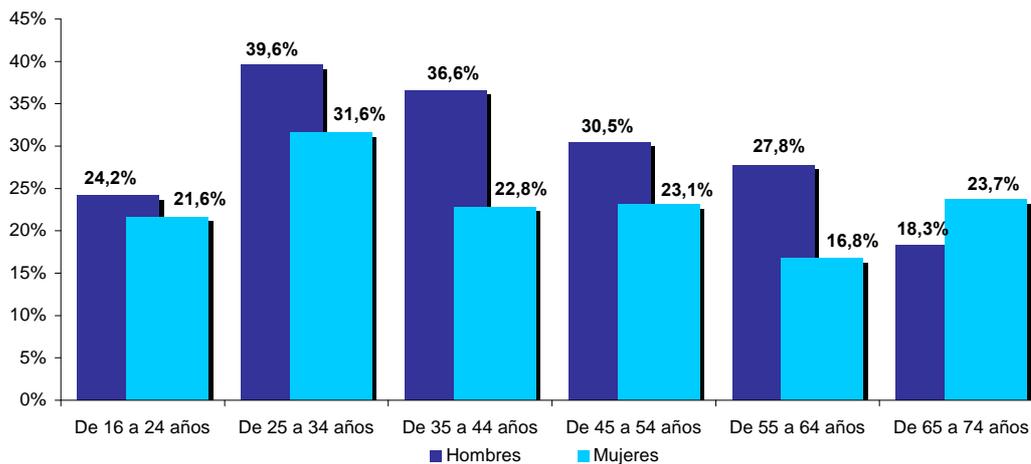
### 3.3. Evolución de la tasa de variación interanual de la proporción de personas que ha realizado compras por Internet en los últimos 12 meses según territorio y sexo.

	Mujeres			Hombres		
	Andalucía	España	UE27	Andalucía	España	UE27
2006-2007	40,7%	17,4%	7,9%	-12,5%	10,8%	5,4%
2007-2008	-7,9%	0,6%	2,1%	35,1%	-3,5%	0,2%
2008-2009	-1,7%	12,1%	7,9%	9,8%	11,5%	7,9%

La proporción de mujeres europeas que compran por Internet ha sido durante estos años muy superior a la proporción de andaluzas o españolas. Mientras que las variaciones interanuales para las mujeres europeas durante estos años suponen un incremento, para las mujeres andaluzas estas variaciones suponen descensos desde el año 2008.

### 3.4. Compras por Internet en los últimos 12 meses según sexo y edad. Proporción y Brecha Digital. Andalucía 2009.

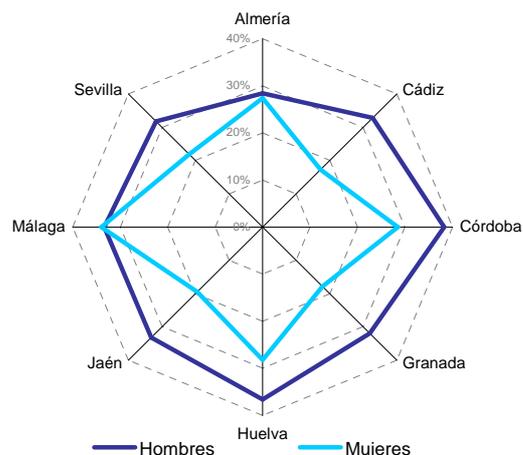
	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 a 74 años
Hombres	24,2%	39,6%	36,6%	30,5%	27,8%	18,3%
Mujeres	21,6%	31,6%	22,8%	23,1%	16,8%	23,7%
Brecha Digital	-2,6	-8,0	-13,8	-7,4	-11,0	5,4



En todos los grupos de edad, la Brecha Digital en las compras por Internet, se inclina siempre a favor de los hombres, siendo la diferencia más significativa en el grupo de edad de entre los 35 y los 44 años.

### 3.5. Compras por Internet en los últimos doce meses según sexo y provincia. Proporción y Brecha Digital. Andalucía 2009.

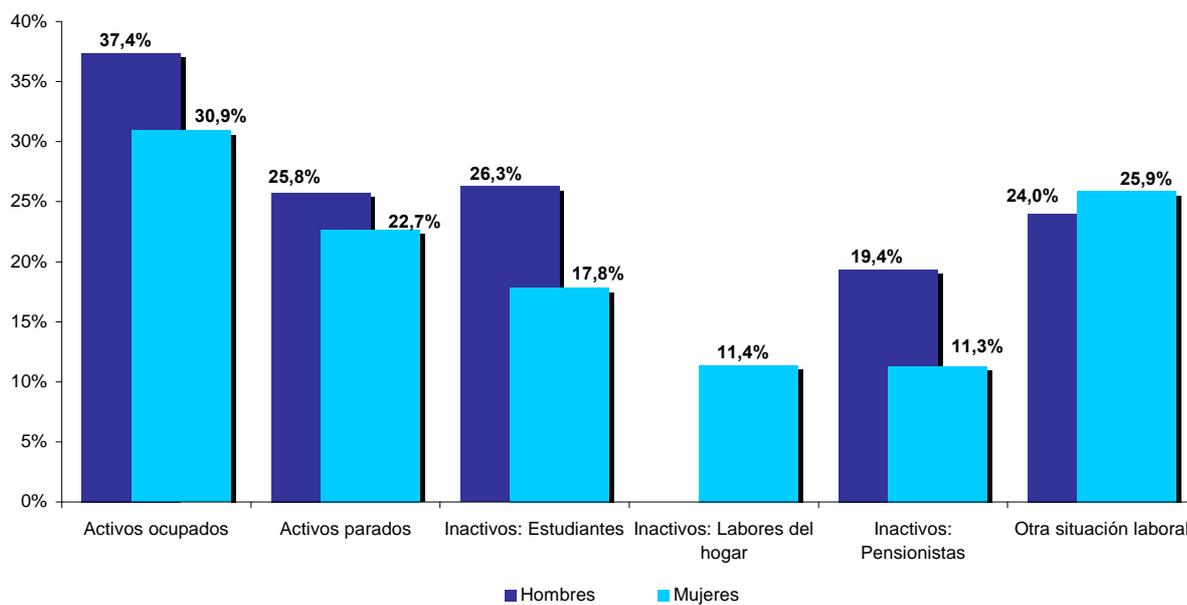
	Hombres	Mujeres	Brecha Digital
Almería	28,4%	27,4%	-1,0
Cádiz	32,8%	17,3%	-15,5
Córdoba	38,3%	28,5%	-9,8
Granada	31,9%	17,9%	-14,1
Huelva	36,6%	28,2%	-8,4
Jaén	33,2%	19,5%	-13,8
Málaga	33,4%	34,0%	0,6
Sevilla	31,7%	21,9%	-9,8
<b>Andalucía</b>	<b>32,9%</b>	<b>24,9%</b>	<b>-8,0</b>



Las mujeres de las provincias de Córdoba y Huelva son las andaluzas que más compran a través de Internet, mientras que las almerienses son las que menos compras realizan a través de la red. En cuanto a la Brecha Digital, la provincia de Málaga es la que menor Brecha presenta con sólo 0,6 puntos de diferencia entre mujeres y hombres, seguida de Almería en la que la diferencia es sólo de un punto.

### 3.6. Compras por Internet en los últimos doce meses según sexo y situación laboral. Proporción y Brecha Digital. Andalucía 2009.

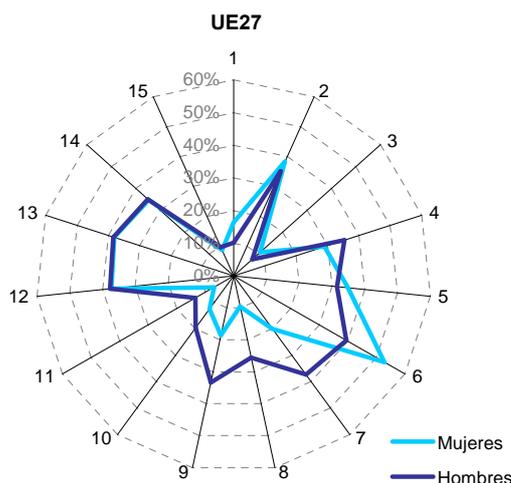
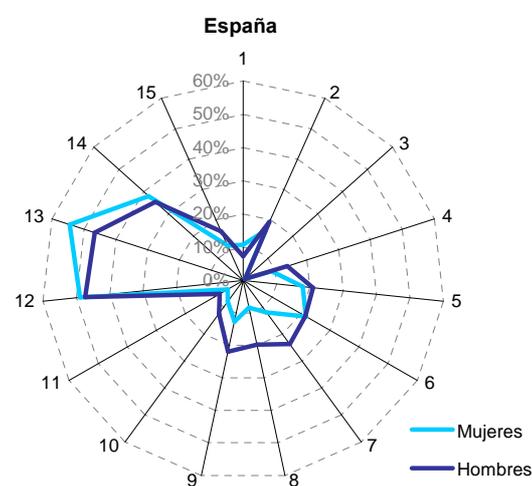
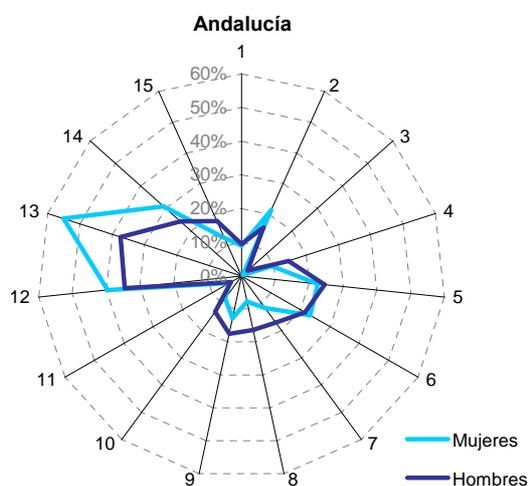
	Activos ocupados	Activos parados	Inactivos: Estudiantes	Inactivos: Labores del hogar	Inactivos: Pensionistas	Otra situación laboral
Hombres	37,4%	25,8%	26,3%	--	19,4%	24,0%
Mujeres	30,9%	22,7%	17,8%	11,4%	11,3%	25,9%
Brecha Digital	-6,4	-3,1	-8,4	--	-8,0	1,9



La proporción de mujeres ocupadas que compra por Internet es la más alta respecto al resto de mujeres en otra situación laboral. A pesar de esto, la Brecha se sitúa en -6,4 puntos de diferencia con los hombres.

### 3.7. Comparativa territorial de los productos comprados por Internet en los últimos doce meses. 2009.

	Mujeres			Hombres		
	Andalucía	España	UE27	Andalucía	España	UE27
1. Productos Alimentación	9,0%	10,8%	16,4%	9,4%	7,3%	10,2%
2. Bienes hogar	21,4%	16,6%	38,3%	15,8%	19,2%	35,1%
3. Medicamentos	0,5%	0,7%	10,8%	2,4%	0,8%	7,7%
4. Películas, música	9,3%	9,0%	29,1%	14,5%	13,8%	35,3%
5. Libros, prensa, material formativo	22,6%	17,8%	34,9%	24,5%	20,9%	31,5%
6. Ropa	23,3%	21,6%	52,7%	21,5%	21,4%	39,5%
7. Software	11,6%	11,8%	20,0%	17,2%	23,6%	37,4%
8. Equipo informático	7,8%	8,4%	9,6%	16,4%	19,7%	25,6%
9. Equipo electrónico	12,8%	12,7%	18,6%	17,5%	21,9%	33,3%
10. Servicios de telecomunicaciones	8,3%	7,7%	12,5%	13,2%	12,3%	19,6%
11. Acciones, pólizas seguros	4,2%	5,4%	6,9%	3,6%	8,1%	13,4%
12. Alojamiento vacaciones	39,5%	49,0%	37,4%	34,5%	47,4%	37,7%
13. Otros servicios viajes	55,0%	54,5%	38,1%	37,4%	46,5%	38,4%
14. Entradas espectáculos	30,8%	37,9%	34,7%	24,2%	35,2%	35,0%
15. Otros productos	12,3%	11,4%	8,7%	17,8%	16,2%	9,7%

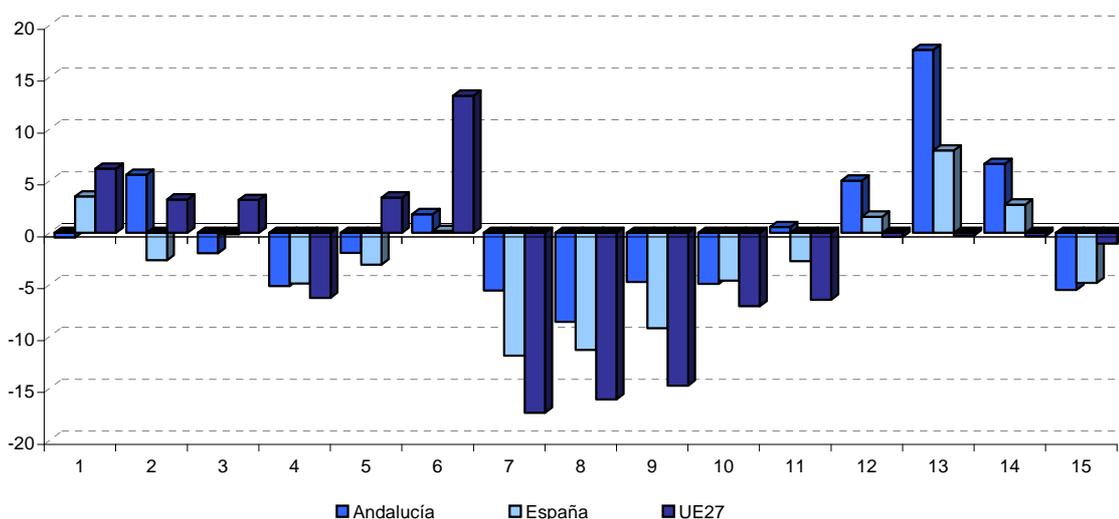


Las compras de servicios de viajes y vacaciones, así como las entradas para espectáculos son los productos que presentan mayor proporción de andaluzas en el año 2009.

En general, las mujeres europeas superan a las andaluzas en casi todos los productos comprados por Internet, destacando la compra de ropa, de productos de alimentación y de películas y música.

### 3.8. Brecha Digital de Género en la compra de productos por Internet en los últimos doce meses según territorio. Año 2009.

	Andalucía	España	UE27
1. Productos Alimentación	-0,5	3,5	6,2
2. Bienes hogar	5,6	-2,6	3,2
3. Medicamentos	-2,0	-0,2	3,2
4. Películas, música	-5,1	-4,9	-6,3
5. Libros, prensa, material formativo	-1,9	-3,1	3,4
6. Ropa	1,8	0,2	13,2
7. Software	-5,6	-11,9	-17,3
8. Equipo informático	-8,6	-11,3	-16,0
9. Equipo electrónico	-4,7	-9,2	-14,7
10. Servicios de telecomunicaciones	-4,9	-4,6	-7,1
11. Acciones, pólizas seguros	0,5	-2,7	-6,4
12. Alojamiento vacaciones	5,0	1,6	-0,4
13. Otros servicios viajes	17,6	7,9	-0,3
14. Entradas espectáculos	6,6	2,7	-0,3
15. Otros productos	-5,5	-4,8	-1,0



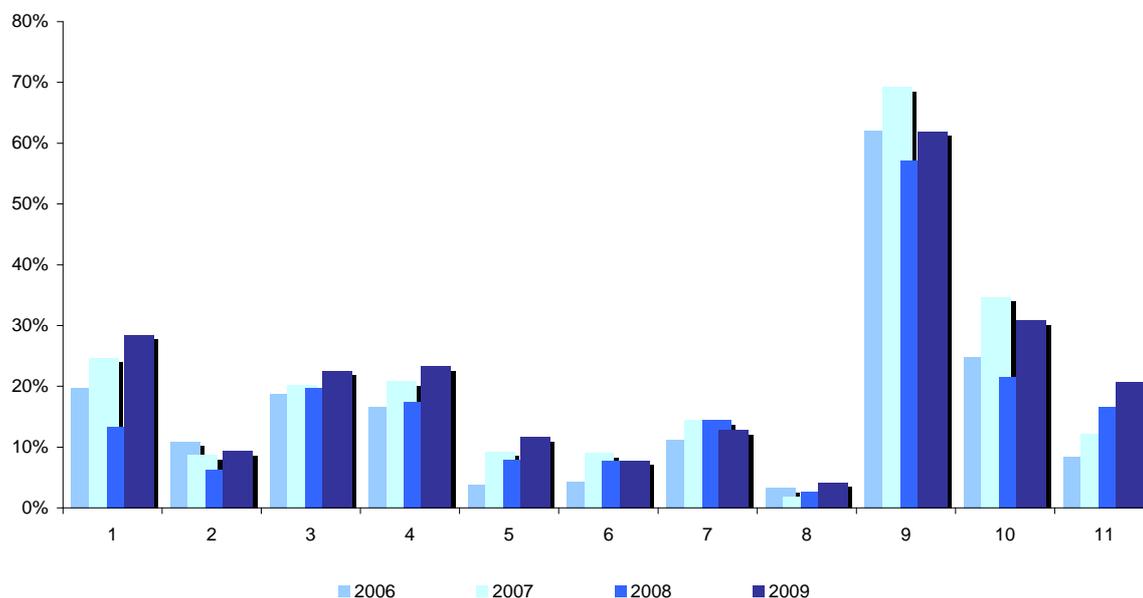
La Brecha Digital de Género presenta grandes diferencias entre el territorio andaluz y el territorio europeo. En casi todos los productos comprados por Internet, la Brecha es mayor para Europa en general que para Andalucía, salvo en la compra de Bienes del hogar, de Alojamiento de vacaciones y Servicios de viajes, así como en la compra de Entradas para espectáculos.

En la mayoría de los servicios relacionados con las tecnologías (Películas, música; Software; Equipo informático;etc.), la Brecha Digital, en cualquier ámbito territorial, se inclina en favor de los hombres.

En el ámbito andaluz, existen productos que a lo largo del tiempo han venido atribuidos a las mujeres y que sin embargo reflejan una Brecha Digital negativa para ellas, son productos como los Medicamentos o los Productos de Alimentación. Asimismo y a diferencia del territorio nacional y europeo, la proporción de mujeres andaluzas que compra o contrata servicios de seguros por internet es mayor que la proporción de hombres andaluces.

### 3.9. Evolución de la proporción de mujeres que realiza compras en Internet según tipo de producto. Andalucía.

	2006	2007	2008	2009
1. Hogar	19,8%	24,7%	13,3%	28,5%
2. Películas, Vídeos, Música	10,9%	8,7%	6,2%	9,3%
3. Libros, Prensa, Material formativo	18,8%	20,2%	19,6%	22,6%
4. Ropa	16,6%	20,8%	17,4%	23,3%
5. Software	3,8%	9,3%	8,0%	11,6%
6. Equipo informático	4,4%	9,0%	7,7%	7,8%
7. Equipo electrónico	11,1%	14,4%	14,4%	12,8%
8. Acciones, seguros	3,3%	1,9%	2,7%	4,2%
9. Viajes	62,1%	69,2%	57,2%	61,9%
10. Entradas	24,8%	34,7%	21,5%	30,8%
11. Otros	8,4%	12,2%	16,6%	20,7%



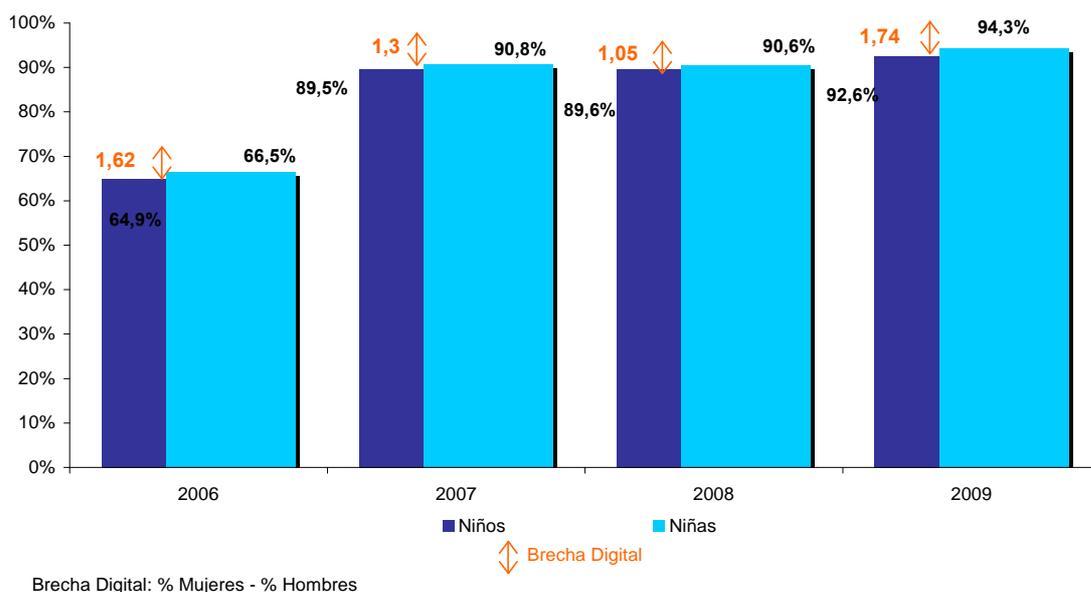
## Cápítulo IV. Indicadores de menores usuarios TIC. Perspectiva de género.

### 4.0. Introducción.

La Encuesta sobre Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares proporciona información sobre el uso TIC de las personas de entre 10 y 15 años, concretamente permite calcular indicadores sobre el uso de Internet y sobre el uso del ordenador que hacen estos menores.

En este capítulo se analizan estos indicadores incidiendo en la comparativa entre niños y niñas, además se muestra la evolución de estos indicadores a lo largo de estos cuatro años, así como la Brecha Digital de Género que se produce en el caso de las personas de entre 10 y 15 años en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

### 4.1. Evolución de la proporción de menores que ha usado en los últimos tres meses el ordenador según sexo. Andalucía.



La proporción de niñas usuarias del ordenador se sitúa en el año 2009 en el 94,3%, lo que supone un incremento respecto al año 2006 del 41,8% y del 4,1% respecto al año anterior.

A lo largo de estos cuatro años, la proporción de niñas usuarias del ordenador ha sido siempre mayor que la de los niños, de esta forma, la Brecha Digital en 2009 ha alcanzado el valor de 1,74 puntos, la mayor experimentada desde 2006.

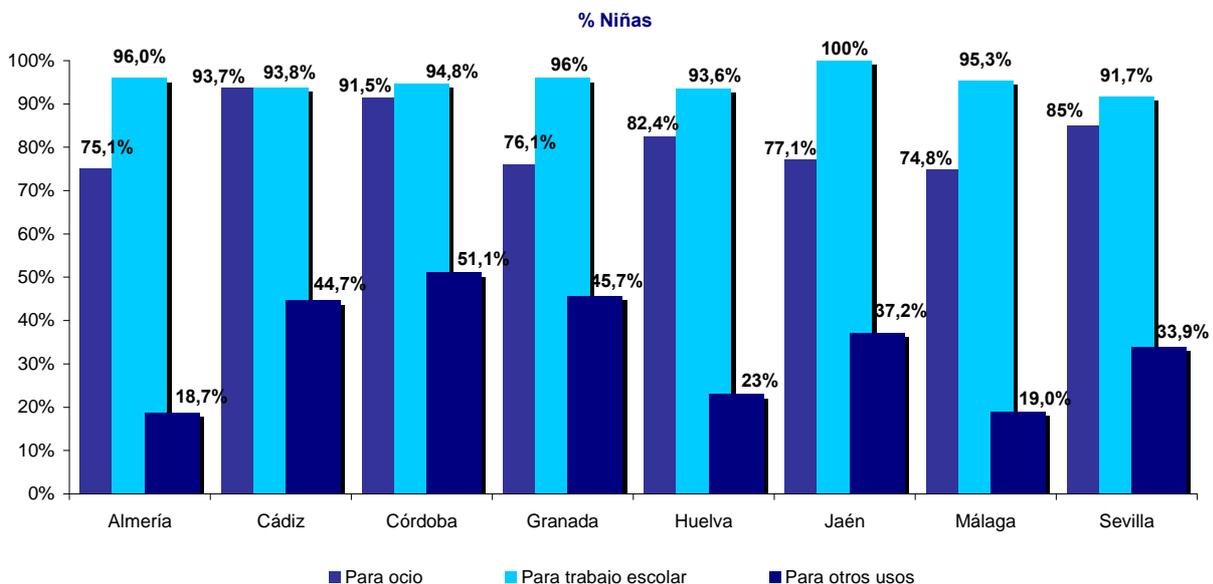
#### 4.2. Brecha Digital de Género en el uso del ordenador en los últimos tres meses de los menores según tipo de uso y provincia. Andalucía 2009.

	Para ocio	Para trabajo escolar	Para otros usos
Almería	-9,7	3,3	10,3
Cádiz	13,2	6,3	13,4
Córdoba	14,7	10,7	26,9
Granada	-14,0	6,2	-16,5
Huelva	1,7	-2,2	14,1
Jaén	-1,1	11,8	-3,4
Málaga	-13,8	0,4	3,6
Sevilla	3,2	-0,4	9,3
<b>Andalucía</b>	<b>-0,7</b>	<b>3,9</b>	<b>6,6</b>

Las niñas andaluzas utilizan más el ordenador para trabajos escolares que los niños, de forma que la Brecha Digital de Género en este caso es de 3,88 puntos. Esta Brecha se hace menor en las provincias de Almería, Huelva, Málaga y Sevilla, siendo en todas las provincias, salvo en Huelva y Sevilla, positiva para las mujeres.

En general, es posible decir que en el uso del ordenador para el ocio, niños y niñas utilizan el ordenador de forma similar, siendo la Brecha muy pequeña. Sin embargo en las provincias de Granada, Córdoba, Málaga y Cádiz la Brecha se hace mucho mayor, siendo en Cádiz y Córdoba positiva para las niñas y en el resto positiva para los niños.

#### 4.3. Proporción de niñas que ha usado el ordenador en los últimos tres meses según tipo de uso y provincia. Andalucía 2009.



En la mayoría de las provincias andaluzas, las niñas utilizan más el ordenador para trabajos escolares que para actividades de ocio, destacando las provincias de Jaén, Granada, Almería y Málaga. En la provincia de Cádiz, la proporción de niñas que utiliza el ordenador para ocio está muy igualada con la proporción de niñas que lo usan para trabajos escolares.

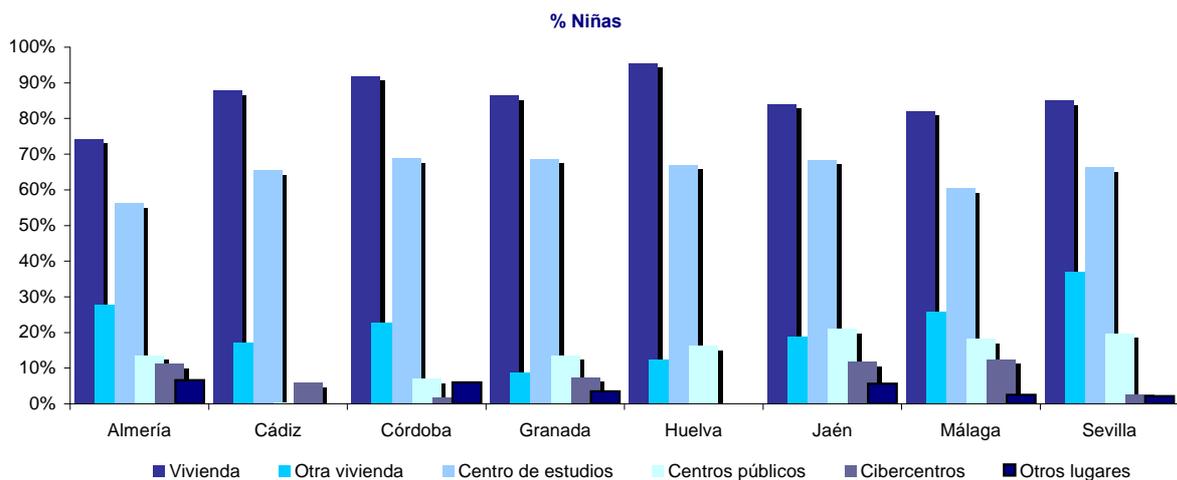
**4.4. Brecha Digital de Género en el uso del ordenador en los últimos tres meses de los menores según lugar de uso y provincia. Andalucía 2009.**

	Vivienda	Otra vivienda	Centro de estudios	Centros públicos	Cibercentro	Otros lugares
Almería	-11,6	-1,0	-21,6	0,7	7,7	-
Cádiz	-2,3	-3,1	15,8	-3,8	-	-
Córdoba	-2,7	2,7	-3,0	-8,1	-	4,6
Granada	7,1	2,7	16,3	-16,6	-11,2	-2,8
Huelva	16,3	-16,2	12,0	-6,5	-	-
Jaén	19,9	2,9	-5,0	-16,6	-4,8	-
Málaga	-2,8	-3,9	-0,3	5,9	-4,1	-
Sevilla	-0,8	-2,2	13,6	9,3	0,2	-2,4
<b>Andalucía</b>	<b>1,1</b>	<b>-1,6</b>	<b>5,4</b>	<b>-1,6</b>	<b>-0,7</b>	<b>1,0</b>

La Brecha Digital en Andalucía es positiva para las niñas en el uso del ordenador en la propia vivienda y en los Centros de Estudios, y es casi inexistente en los Cibercentros.

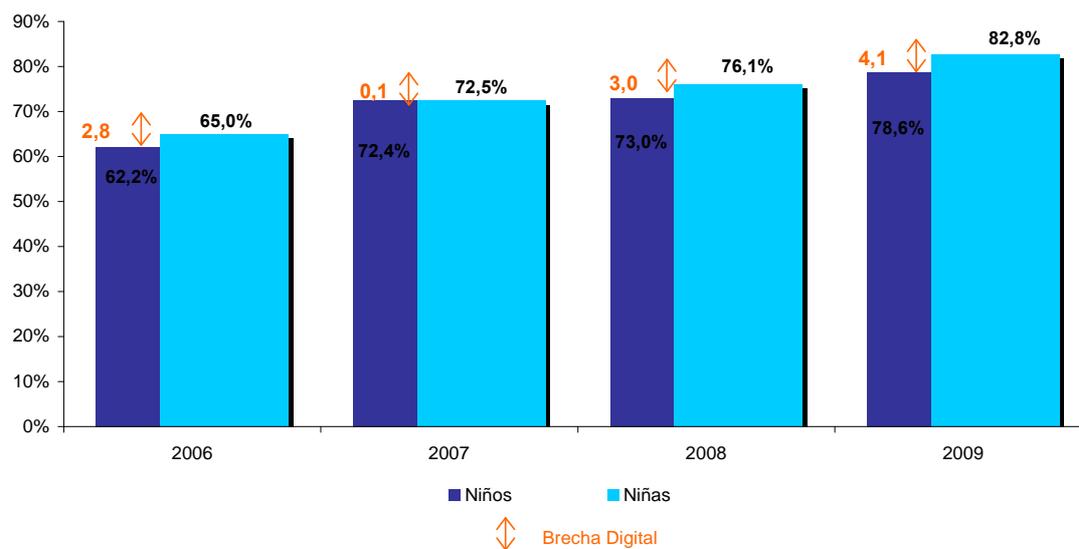
Concretamente en Jaén y Huelva el uso del ordenador por las niñas desde la propia vivienda es superior al de los niños, siendo la Brecha de 19,9 y 16,3 puntos respectivamente. En caso opuesto, se encuentra la provincia de Almería, con una Brecha de -11,6 puntos.

**4.5. Proporción de niñas que ha usado el ordenador en los últimos tres meses según lugar de uso y provincia. Andalucía 2009.**



Las niñas onubenses presentan la mayor proporción en el uso del ordenador desde la propia vivienda que las niñas del resto de provincias. En las provincias de Córdoba, Granada y Jaén, la proporción de niñas que utilizan el ordenador desde el centro de estudios supera el 68%.

#### 4.6. Evolución de la proporción de menores que ha usado Internet en los últimos tres meses, según sexo. Andalucía.



Brecha Digital: % Mujeres - % Hombres

La proporción de niñas andaluzas usuarias de Internet se sitúa en 2009 en un 82,8%, lo que supone un incremento con respecto al año 2006 del 27,4% y con respecto al año 2008 del 8,8%.

Además de alcanzarse en 2009 la proporción más alta de los últimos cuatro años de las niñas usuarias de Internet, la Brecha Digital de Género también ha alcanzado su máximo en este periodo, situándose en 4,1 puntos. Sólo en el año 2007 esta Brecha era casi inexistente.

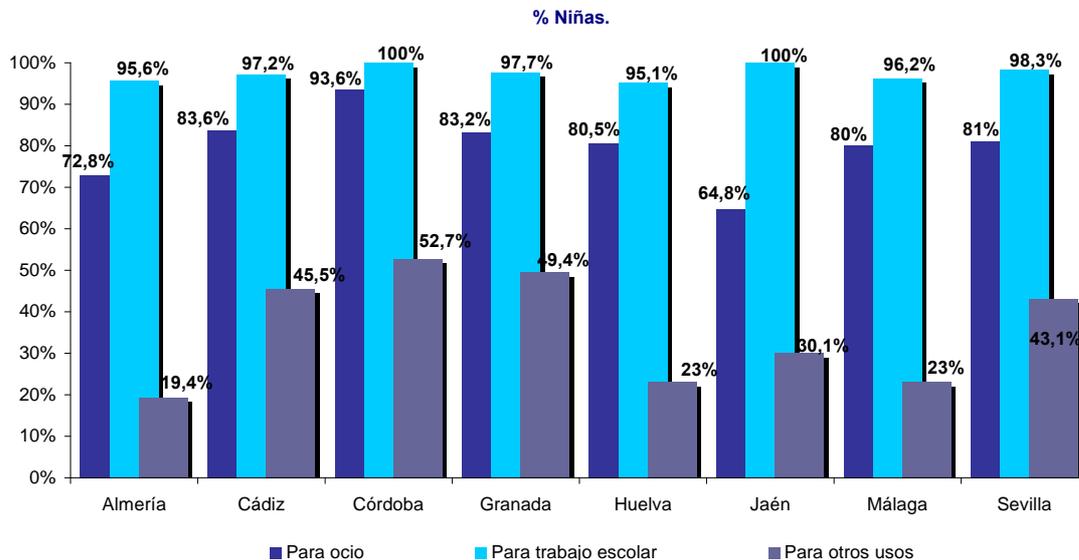
#### 4.7. Brecha Digital de Género en el uso de Internet en los últimos tres meses de los menores según tipo de uso y provincia. Andalucía 2009.

	Para ocio	Para trabajo escolar	Para otros usos
Almería	-2,4	2,6	4,0
Cádiz	0,2	3,4	5,7
Córdoba	18,8	9,2	24,3
Granada	-14,6	8,5	-19,9
Huelva	-8,2	7,6	11,1
Jaén	-16,6	3,4	-12,2
Málaga	-0,6	-1,3	-3,8
Sevilla	-4,5	2,9	13,1
<b>Andalucía</b>	<b>-2,8</b>	<b>4,0</b>	<b>3,4</b>

Las niñas utilizan más Internet para realizar trabajos escolares que los niños, que lo usan más para actividades de ocio. Así, la Brecha Digital de Género para ocio se sitúa en los -2,8 puntos y para trabajos escolares en 4 puntos.

Las provincias de Córdoba, Granada y Huelva son las que presentan mayor Brecha en el uso de Internet para trabajos escolares, entre 7 y 10 puntos en favor de las niñas. También es Córdoba la provincia que presenta mayor Brecha positiva en el uso de Internet para ocio, con 18,8 puntos de diferencia entre niñas y niños. Sin embargo, en las provincias de Granada, Huelva y Jaén, los niños utilizan Internet para ocio más que las niñas.

#### 4.8. Proporción de niñas que ha usado Internet en los últimos tres meses según tipo de uso y provincia. Andalucía 2009.



**4.9. Brecha Digital de Género en el uso de Internet en los últimos tres meses de los menores según lugar de uso y provincia. Andalucía 2009.**

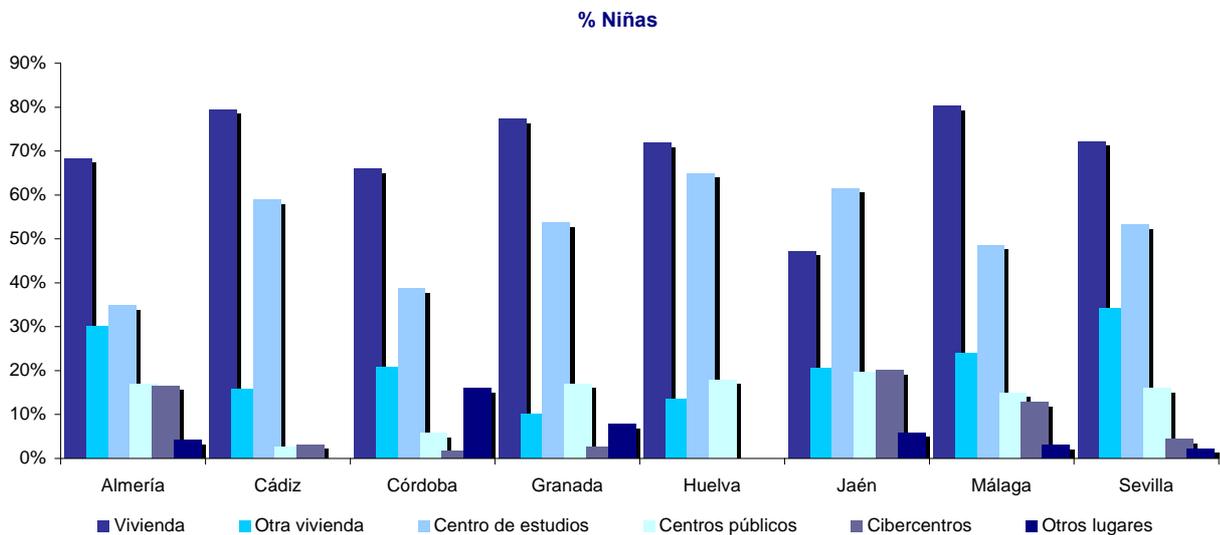
	Vivienda	Otra vivienda	Centro de estudios	Centros públicos	Cibercentro	Otros lugares
Almería	0,3	0,4	-21,8	7,4	12,7	-
Cádiz	-6,5	5,2	10,6	-1,9	-	-
Córdoba	-6,3	4,4	-23,1	-9,3	-	16,0
Granada	24,6	-2,4	7,3	-25,2	-19,9	0,8
Huelva	0,5	-21,7	16,4	-5,9	-	-
Jaén	-7,6	8,0	-6,7	-16,9	0,2	-
Málaga	4,6	3,0	2,1	-0,9	-2,3	-
Sevilla	-12,3	-7,2	2,5	6,2	0,9	0,2
<b>Andalucía</b>	<b>-1,1</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,1</b>	<b>-4,2</b>	<b>-1,0</b>	<b>2,5</b>

La Brecha Digital de Género es casi inexistente en el acceso a Internet desde otra vivienda (distinta a la familiar) y desde los centros de estudios.

Sólo en las provincias de Almería, Córdoba y Sevilla los niños utilizan más Internet que las niñas en los centros de estudios.

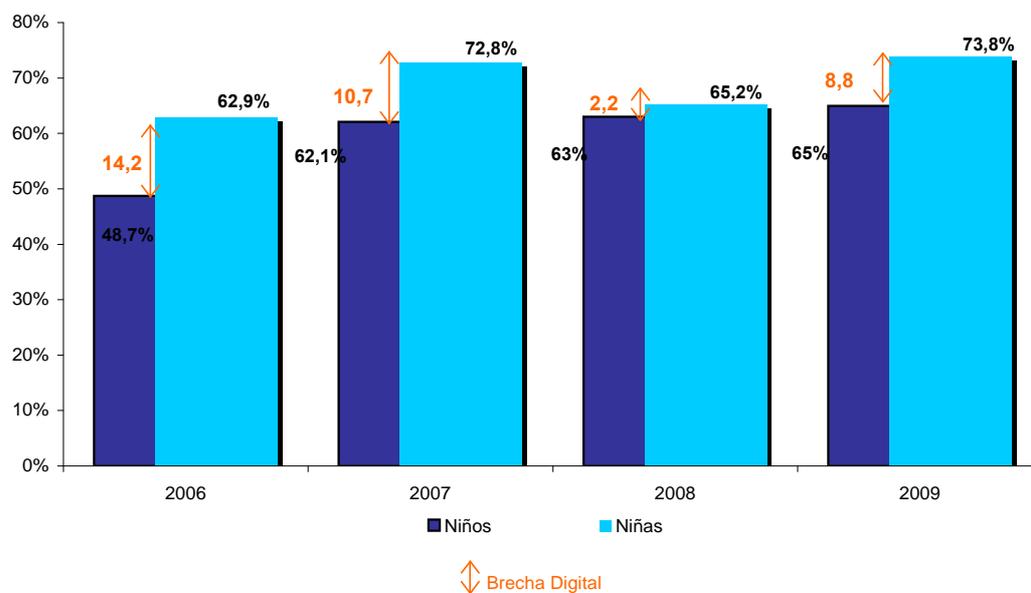
La mayor Brecha Digital de Género en el uso de Internet desde la propia vivienda, se da en la provincia de Granada, con 24,6 puntos. En valor absoluto, le sigue Sevilla con una Brecha negativa de -12,3 puntos y Jaén con una Brecha de -7,6 puntos.

**4.10. Proporción de niñas que ha usado Internet en los últimos tres meses según lugar de uso y provincia. Andalucía 2009.**



La provincia de Jaén es la única en la que las niñas se conectan más a Internet desde el centro de estudios que desde la propia vivienda. Las niñas de Málaga son las que en mayor proporción se conectan a Internet desde su propia vivienda (80,2%), seguidas de las niñas de Cádiz (79,5%).

#### 4.11. Evolución de la proporción de menores que usa el teléfono móvil, según sexo. Andalucía.



También en el uso del teléfono móvil, la proporción de niñas es superior a la de niños y viene siendo así en estos últimos años, siendo el incremento de la proporción de niñas andaluzas que utiliza el teléfono móvil con respecto al año 2008 del 13,2%. La Brecha Digital, se sitúa en 8,8 puntos de diferencia entre las niñas y los niños.

## Síntesis de datos generales.

En el año 2009, la cifra de mujeres andaluzas de entre 16 y 74 años que ha usado el ordenador en alguna ocasión, asciende a 1,9 millones, con un crecimiento que supera el 10% con respecto al año anterior. En términos relativos, el 64,6% de las mujeres andaluzas ha utilizado alguna vez el ordenador frente al 68,4% de los hombres, lo que supone una Brecha Digital de Género de 3,8 puntos positiva para ellos. Sin embargo, esta Brecha es la menor que se ha experimentado desde el año 2006.

Además de haber aumentado el número de mujeres andaluzas usuarias del ordenador, también ha aumentado su frecuencia de uso, concretamente, entre las mujeres que han usado el ordenador en los tres últimos meses, más del 60% lo utiliza diariamente.

En cuanto al uso de Internet en 2009, el 58,1% de las mujeres andaluzas ha accedido a internet al menos una vez, con un crecimiento del 9,9% respecto al año anterior. La Brecha Digital de Género en el acceso a Internet ha disminuido respecto al año 2008 pasando de -6,8 a -5,9 en 2009.

La proporción de mujeres que ha accedido a Internet en los últimos tres meses ha pasado del 38,4% en 2006 al 51,6% en 2009, produciéndose también un aumento en la frecuencia de uso. Así, mientras que en 2006 sólo el 49,6% de las mujeres que usaba Internet lo hacía diariamente, en el año 2009 esa proporción ha alcanzado el 61,5%. Aún así, los hombres se conectan a Internet con mayor frecuencia que las mujeres, salvo en el grupo de edad de entre 16 y 24 años, donde la Brecha Digital es de 3,3 puntos a favor de las mujeres.

Por el contrario, la mayor Brecha Digital tanto en el uso habitual del ordenador como en el acceso habitual a Internet, se da entre las mujeres que superan los 55 años de edad.

Por nivel de estudios, la diferencia entre hombres y mujeres que han usado el ordenador y los que acceden a Internet en los últimos 3 meses, es menor entre las personas que han superado la Educación Superior, siendo favorable para las mujeres en los casos de Formación Profesional de Grado Superior.

En cuanto a la situación laboral, cabe destacar que tanto en el uso habitual del ordenador, como en el acceso habitual a Internet, la mayor Brecha, negativa para las mujeres, se da en el caso de las mujeres Inactivas que se dedican a las labores del hogar, siendo la proporción de hombres superior al 60% y la de mujeres de alrededor del 20%. Este dato es un dato importante a tener en cuenta en la planificación de las políticas de impulso de la Sociedad de la Información.

El 74,2% de las mujeres que utilizan Internet habitualmente, accede desde su propia vivienda, proporción que ha ido aumentando a lo largo de los años. Si desglosamos por la edad, el grupo de edad de entre 25 y 34 años es el que presenta una mayor Brecha desfavorable para las mujeres, -13,7 puntos. Dato significativo, ya que es en este intervalo de edad donde se suele producir la doble jornada de las mujeres.

La auténtica diferenciación por género aparece en los distintos usos que hombres y mujeres le dan a Internet. Las mujeres andaluzas utilizan más Internet que los hombres para temas de salud, para formación y para turismo, mientras que los varones andaluces superan a las mujeres en el uso de la banca electrónica, la lectura de prensa, la venta y búsqueda de información de bienes y servicios, e incluso para obtener información de las Administraciones Públicas.

En las compras por Internet, la Brecha Digital de Género ha sufrido un incremento respecto al año 2008, debido al aumento en la proporción de hombres que ha realizado compras y al descenso de la proporción mujeres, situándose en el 2009 en -8 puntos. En relación con Europa, las andaluzas están casi 30 puntos porcentuales por debajo en las compras por Internet.

La Brecha Digital de Género en las personas de entre 10 y 15 años, sigue siendo favorable a las niñas, tanto en el uso del ordenador (1,74) como en el uso de Internet (4,11). Las niñas andaluzas siguen utilizando más que los niños Internet para realizar trabajos escolares, mientras que son ellos los que más lo usan para temas de ocio.