INDICADORES DE GÉNERO DE LA SOCIEDAD DIGITAL

Edición 2021

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE ASUNTOS ECONÓMICOS Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL
SECRETARÍA DE ESTADO DE DIGITALIZACIÓN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL
red.es | ontsi

ÍNDICE

1. Destacados 3

2. Frecuencia de acceso a Internet 11

3. Actividades en Internet 20

4. Teletrabajo 44

5. Comercio Electrónico 54

6. Administración Electrónica 68

7. Habilidades digitales 78

8. Graduados en carreras tecnológicas 89

9. Especialistas en tecnología 93

1. Destacados

INTRODUCCIÓN

En el primer aniversario del inicio de la crisis por COVID-19, constatamos como el confinamiento y la "nueva normalidad" han tenido un fuerte impacto en la adopción de tecnología y uso de Internet por parte de hombres y mujeres de todas las edades en España. La tecnología ha permitido en este periodo seguir interactuando en el ámbito sanitario, social o económico en un momento en que las restricciones de movilidad por las medidas de contención sanitaria de la pandemia no permitían hacerlo de forma presencial. La adopción acelerada de tecnología por parte de la población en el último año, sin embargo, no ha sido homogénea por sexos. Si bien 2020 ha sido el año en el que la digitalización se ha acelerado más rápidamente en la última década, y la brecha de género en cuanto a frecuencia de uso de Internet se ha pulverizado, en otras dimensiones como los usos de la tecnología con fines de salud, la educación o los cuidados, la pandemia de COVID-19, ha reforzado las inequidades de género preexistentes, asignando estas tareas de nuevo a las mujeres, también en el ámbito digital.

En este dossier se analizará en clave de género, por un lado, cómo ha impactado la COVID-19 en la frecuencia y tipo de uso de la tecnología en el último año y cómo estos cambios han afectado de forma diferente en la vida de mujeres y hombres. Los nuevos usos avanzados de Internet como el teletrabajo, el comercio electrónico o la administración electrónica también se analizan en este apartado.

Por otro lado, mirando al futuro, la recuperación de la crisis actual se plantea a nivel mundial en clave de consolidación de la digitalización. Conviene poner atención en los prerrequisitos necesarios para que la digitalización beneficie de forma equitativa a hombres y mujeres. Para conocer los condicionantes de partida que pueden afectar de forma diferente a hombres y mujeres en un futuro digitalizado. Se analizarán en la segunda parte de este dossier, las habilidades digitales, los especialistas y graduados TIC. Dimensiones todas ellas cruciales que las políticas públicas de recuperación no deben soslayar, para que la digitalización contribuya a paliar y no a aumentar las inequidades existentes entre hombres y mujeres.

Resumen de principales resultados:

Mujer y tecnología durante y después de la COVID-19.

La digitalización ha avanzado en todos los sectores en el último año. La distancia de género en la mayor parte de los indicadores relacionados con la transformación digital se ha reducido tanto en España como en Europa en el último año.

Sin embargo, en algunos fenómenos concretos, tradicionalmente con sesgo de género, se han perpetuado e incluso acrecentado las diferencias entre hombres y mujeres en el último año. Tener en cuenta estas situaciones de desventaja de género, será crucial para transitar de manera equitativa a una mayor digitalización.

1.- Tecnología y brecha de género durante la pandemia

Frecuencia de uso de Internet. Más digitales y más iguales.

Las personas que usan regularmente Internet alcanzan en España el 91% de la población, porcentaje igual tanto en hombres como en mujeres. Esto supone un crecimiento de 3,5 puntos porcentuales respecto del año anterior. Si combinamos la variable de personas que usan Internet regularmente, con países donde la brecha de género ha desaparecido, España se sitúa en los puestos de cabeza europeos después de los países nórdicos. Concretamente en tercer puesto europeo en esta dimensión en equidad de género, por detrás de Suecia y Finlandia.

A partir de los 24 años y hasta los 74, las mujeres españolas son incluso porcentualmente más intensivas en el uso que sus compañeros varones. Sin embargo, cuando baja el nivel educativo, empezamos a detectar entre las mujeres españolas una pequeña brecha de género (-2%), al igual que el resto de las europeas menos formadas.

Actividades en Internet. Los cuidados como la comunicación, la salud, y la educación de nuevo asignados a las mujeres, también en el ámbito digital.

En cuanto al tipo de actividades en Internet, el género sí condiciona las temáticas de uso de la red. Son las mujeres las que tradicionalmente, y de forma más intensiva durante la pandemia, se han preocupado de nuevo en mayor medida de los cuidados en el entorno familiar. La comunicación, la salud, y la educación son las actividades en la red con sesgo positivo femenino. Constatamos así que los roles tradicionales de género se perpetúan en formato digital.

Por ejemplo, las mujeres españolas y europeas en el último año de escaso contacto social presencial a causa de la pandemia, han sido más proclives que los varones en el uso de herramientas de comunicación digital para mantener el contacto, como son el uso de mensajería instantánea (+1 punto porcentual más que los hombres), videollamadas (+3 p.p.), o participación en redes sociales (+3 p.p.).

Los usos de Internet relacionados con la salud (concertar citas médicas, acceder a historiales médicos digitales o la telemedicina) han subido en el último año y también son más frecuentes entre las mujeres.

La educación digital, impulsada a causa de la COVID-19, tiene también sesgo femenino. Si en 2019 hombres y mujeres accedían por igual a cursos *online* (15%) en 2020, son las mujeres las que más frecuentemente usan la red con fines educativos, ya sean para la autoformación o para ayudar a la educación en línea de otros miembros del hogar. El cierre de escuelas e institutos en el último año ha supuesto una mayor carga para las mujeres, ya que son las que más apoyo han dado a los estudiantes para que pudiesen seguir sus estudios en formato digital.

Por el contrario, los usos recreativos de Internet, como descargar juegos (-2 p.p.), ver películas o vídeos (-3 p.p.), lectura de noticias (-4 p.p.) o escuchar música, son menos frecuentes en las mujeres que en sus compañeros varones.

La parte positiva es que constatamos que en el último año las mujeres españolas se han consolidado como más digitales que la media de sus vecinas europeas en todas las dimensiones, excepto en la venta de bienes y servicios y en el uso de banca digital.

También es esperanzador que las brechas de género en el uso de Internet, desaparecen en el colectivo más joven (19-24 años), con usos idénticos de la red, excepto en el uso de videojuegos, que sigue siendo algo eminentemente masculino.

Teletrabajo

El teletrabajo, tradicionalmente minoritario en España, (4,8% de trabajadores lo hacían a distancia habitualmente en 2019, según la LFS de Eurostat) se ha adoptado de manera acelerada a partir de 2020, a causa de la pandemia, colocando a España en porcentajes de teletrabajadores similares a la media de sus vecinos europeos en tan sólo un año. En 2019 el 91% de los ocupados españoles nunca teletrabajaba frente al 85,7%% de los europeos de la UE27 en el mismo periodo. En 2020 el porcentaje de ocupados españoles que nunca teletrabaja ha bajado al 84%. La adopción rápida del teletrabajo en el último año, tiene el potencial de beneficiar a los trabajadores, dando mayor flexibilidad para conciliar y organizar los tiempos de trabajo en el nuevo entorno digital, pero su uso inadecuado, sesgado por roles tradicionales de género, puede precarizar y reducir la calidad de las condiciones laborales de las mujeres.

De hecho, en España en 2019 la proporción de hombres que realizaban teletrabajo era un punto porcentual superior al de las mujeres. Sin embargo, en 2020, a lo largo de la pandemia, el teletrabajo ha invertido esa tendencia a lo largo de los trimestres muestreados, incrementándose el porcentaje de mujeres que teletrabajan.

En los dos últimos trimestres de 2020, el teletrabajo frecuente ha mantenido porcentajes de más de dos puntos porcentuales por encima de sus compañeros varones en términos globales. Si analizamos por franjas de edad, son las mujeres de 35 a 45 años las más proclives al teletrabajo en este periodo de crisis.

Constatamos con ello que el teletrabajo podría estar acumulando durante la pandemia estereotipos de género, asignando en mayor medida a las mujeres la conciliación de la cargas laborales y familiares a través del trabajo en remoto durante el confinamiento y periodos siguientes de restricciones de la "nueva normalidad". Brecha que conviene corregir lo antes posible, para que el teletrabajo contribuya a la mejora laboral de ambos sexos.

Usos avanzados de Internet en clave de género: Comercio electrónico y administración electrónica

Más de la mitad de la población española usa de comercio electrónico indistintamente sean hombres o mujeres. Tampoco hay brecha de género entre sus vecinos europeos en esta dimensión, aunque si son más compradores *online*. Sin embargo, las mujeres compran cosas diferentes a los hombres por Internet. Las mujeres son más proclives a comprar *online* ropa, cosméticos, productos para niños y productos culturales. Mientras sus compañeros compran más bienes tecnológicos, deportivos y contratación de otros servicios. Los niveles educativos no parecen ser muy influyentes en las preferencias de tipos de compra *online* por géneros, aunque si en las frecuencias. A menos nivel educativo, menor frecuencia de compra en línea.

El uso de la administración electrónica tiene un amplio sesgo de género, siendo en todas las modalidades menos utilizada por mujeres que por hombres. Y se acentúa por motivos de edad y menor nivel formativo.

2.- Mirando al futuro. El reto de estar preparadas para la digitalización.

Habilidades digitales. Mujeres jóvenes más hábiles digitalmente.

Respecto a las habilidades digitales, hay una mayor proporción de mujeres con habilidades bajas y básicas que de hombres en términos generales en casi todas las franjas de edad tanto en España como a nivel europeo. Esto es uno de los hándicaps de partida para la integración digital femenina.

La tendencia se invierte entre las mujeres más jóvenes (19-24 años) donde las que poseen habilidades avanzadas, son porcentualmente más numerosas que los varones. Por lo que se espera que las próximas generaciones eliminen esta brecha de género con respecto a las habilidades digitales (de información *software* o resolución de problemas tecnológicos).

Graduadas en carreras tecnológicas y Especialistas en tecnología

Las graduadas en carreras tecnológicas son muy escasas a nivel europeo y las españolas no son una excepción. En el extremo superior de la tabla se encuentra Estonia, donde las mujeres graduadas en disciplinas tecnológicas alcanzan tan sólo el 2,2%. España se encuentra en la zona media baja de la tabla sólo un 0,5% de las mujeres han cursado estudios tecnológicos

Entre las mujeres ocupadas, las especialistas en tecnología también son minoritarias. El 19,7% de los puestos de especialistas en tecnología están ocupados son mujeres. Esto sitúa a nuestro país en los puestos intermedios de la tabla. La media de la UE27 en 2020 es de 17,9% de mujeres entre los especialistas en tecnología en activo.

Esta baja proporción de mujeres formadas en disciplinas tecnológicas, y los porcentajes minoritarios de mujeres trabajando como especialistas en tecnología puede colocar al género femenino en una clara situación de desventaja para la entrada de un mercado laboral cada vez más tecnologizado, y donde los perfiles de especialistas en tecnología son los más demandados en la nueva economía digital.

Conclusiones

La COVID-19 ha impulsado la adopción en formato digital de muchas dimensiones de la vida cotidiana. La frecuencia de uso Internet se ha vuelto tan habitual entre hombres como en mujeres. Sin embargo, el tipo de uso que hacemos de la tecnología sigue siendo diferenciado entre sexos. Aún perviven en España y Europa estereotipos de género vinculados a los roles tradicionales atribuidos a hombres y meujeres, y la pandemia no ha hecho sino trasladarlos al ámbito digital.

Es necesario superar estereotipos género en el uso de la tecnología y apostar por la formación de las mujeres en habilidades tecnológicas, y estudios superiores STEM para lograr un mayor porcentaje de mujeres empleadas como especialistas TIC, ámbito con mayores expectativas de empleo en la economía digital.

Para aprovechar las ventajas que ofrece la digitalización como herramienta clave para la recuperación, es necesario tomar medidas correctoras, que ayuden a revertir situación de crisis provocada por la pandemia y alcanzar mayor bienestar global. Para lograr que el mundo digital se convierta en un espacio igualitario, es necesario el impulso de políticas públicas digitales, con una visión de género, para que las oportunidades sean equitativas tanto para mujeres como para hombres en los distintos ámbitos digitales (sociales, laborales, educativos o de ocio).

Metodología

En el presente dossier se analizan los indicadores clave de la adopción diferencial de hombres y mujeres de tecnología en el último año. Se utilizará para ello el indicador de distancia de género, medición cuantitativa de la diferencia existente entre los valores observados para una variable determinada entre mujeres y hombres y que dan cuenta de la magnitud de la desigualdad en el contexto de la transformación digital.

Los datos proceden de encuesta de TIC en Hogares 2020 elaborada por el INE en España y compilada por Eurostat a nivel europeo, que discrimina por sexo el nivel de uso, el tipo de uso y las habilidades y percepciones con respecto a las TIC.

Los indicadores de teletrabajo que se mencionan corresponden a la última oleada de la Encuesta de Población Activa que realiza el INE EPA (2020) y la *Labour Force Survey* que elaboró Eurostat en 2019.

Para conocer el número de especialistas TIC se analizan los datos de la *Labour Force Survey* que elaboró Eurostat en 2019, y los datos de graduados TIC provienen de Eurostat.

Estructura del Dossier de Indicadores

A continuación, se presentan un listado de indicadores que pretenden reflejar las diferencias de género en la transformación tecnológica acelerada que hemos vivido en el último año a consecuencia de la COVID-19 y sus impactos en el futuro.

La organización temática de los indicadores corresponde a las dimensiones identificadas como claves en el último informe del *Woman in Digital Scoreborad 2020* (WID) elaborado por la Comisión Europea.

Los bloques que se presentan a continuación tratan de las siguientes temáticas;
(1) Destacados; (2) Frecuencia de acceso a Internet; (3) Actividades en Internet; (4) Teletrabajo; (5) Comercio Electrónico; (6) Administración Electrónica; (7) Habilidades Digitales; (8) Especialistas TIC; y (9) Graduados TIC.

Referencias

INE y Eurostat. Encuesta sobre el uso de TIC en Hogares (2015-2020). (frecuencias, tipos de uso, habilidades TIC)
EPA-INE (2021). Datos sobre teletrabajo en España 2020.
Labour Force Survey- Eurostat. Para Teletrabajo 2019 y Especialistas TIC

2. Frecuencia de acceso a Internet

FRECUENCIA DE ACCESO A INTERNET

En este apartado se analizan los principales indicadores relacionados con el acceso a Internet por parte de las mujeres y la distancia que existe respecto de los hombres. Se toma como principal indicador el uso regular de Internet, definido como el uso de Internet por personas de al menos una vez a la semana, incluyendo el uso diario.

Este apartado está compuesto por un conjunto de tablas y gráficos que muestra el porcentaje de mujeres que usan Internet y la diferencia de género por edades y por nivel educativo.

El primer dato significativo es que en España el 91% de las mujeres de 16 a 74 años accedieron regularmente a Internet, incrementándose este porcentaje en 3,5 puntos porcentuales respecto del año 2019. En el ámbito europeo, España se encuentra por encima de la UE 27 cuyo valor es 85%. Respecto al resto de países, se encuentra entre los países con nivel medio alto en lo que se refiere al acceso regular a Internet por parte de las mujeres, por detrás de Luxemburgo, Dinamarca, Suecia, Finlandia, Países Bajos y Alemania.

En cuanto a la distancia de género, las siguientes tablas incluyen una columna con la diferencia de género expresada en puntos porcentuales. La diferencia de género es una medición cuantitativa de la diferencia existente entre los valores observados para una variable determinada entre mujeres y hombres. En el caso que nos ocupa, dan cuenta de la magnitud de la desigualdad en el contexto de la transformación digital. Pues bien, para el caso del acceso a Internet no existe distancia de género, incluso es positiva en el caso de los colectivos de personas de 25 a 54 y de 55 a 74 años, lo que indica que las mujeres acceden más a Internet que los hombres.

Sin embargo, si se detectan diferencias de género en el acceso a Internet entre las personas de nivel educativo bajo: la distancia de género es de 2 puntos porcentuales en el caso de España y de 6 en el caso de la UE27, lo que indica que está más extendido el uso de Internet entre los hombres que en las mujeres en este colectivo de personas de bajo nivel educativo.

En el colectivo de personas de educación media las españolas superan en un punto porcentual a los hombres en el uso de Internet. Analizando este colectivo de personas en el contexto europeo, España se encuentra entre los países con mayor proporción de mujeres usarías regulares de Internet, después de Dinamarca y Luxemburgo. Además, España, con el 97% de mujeres, supera a la media de la UE27 en 10 puntos porcentuales. Cuando nos fijamos en el colectivo de personas de educación alta, el nivel de acceso es universal, con el 99% de las mujeres accediendo regularmente a Internet en España frente al 97% de las europeas.

Personas que usan regularmente Internet Año 2020

Mujeres, de 16 a 74 años

En España el 91% de mujeres de 16 a 74 años usan regularmente Internet, por encima del 85% de la media de la UE 27

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia d género (puntos porcentuales) *
Luxemburgo	96	-1
Dinamarca	96	-1
Suecia	95	0
Finlandia	95	0
Países Bajos	93	-1
Alemania	92	-2
España	91	0
Irlanda	91	4
Chipre	91	1
Bélgica	89	-2
Eslovaquia	88	0
Estonia	88	0
Letonia	88	2
Malta	87	1
República Checa	86	0
UE 27	85	-1
Eslovenia	85	-1
Hungría	84	1
Austria	84	-4
Lituania	83	2
Polonia	81	-1
Rumania	75	-3
Portugal	75	-3
Croacia	74	-7
Grecia	74	-5
Bulgaria	68	-3
Italia		0
Francia		0

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Personas que usan regularmente Internet Año 2020

Mujeres, de 16 a 24 años

El 100% de las jóvenes de 16 a 24 años usan regularmente Internet en España

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia d género (puntos porcentuales) *
Finlandia	100	0
Eslovaquia	100	0
Malta	100	0
Austria	100	1
Portugal	100	1
Chipre	100	1
Luxemburgo	100	0
Croacia	100	0
Dinamarca	100	1
España	100	0
Lituania	99	0
Polonia	99	-1
Eslovenia	99	1
Hungría	99	2
Alemania	99	0
Letonia	99	2
Estonia	99	-1
Grecia	99	1
República Checa	98	-1
Bélgica	98	1
UE 27	97	0
Países Bajos	96	-1
Suecia	96	1
Rumania	95	1
Bulgaria	90	-3
Irlanda		0
Francia		0
Italia		0

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Personas que usan regularmente Internet Año 2020

Mujeres, de 25 a 54 años

Las mujeres de 25 a 54 años en España usan regularmente Internet más que los hombres

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia d género (puntos porcentuales) *
Dinamarca	99	1
Luxemburgo	99	0
Finlandia	99	0
Suecia	98	0
Malta	98	5
Chipre	98	1
España	98	1
Estonia	98	2
Alemania	98	0
Eslovaquia	97	2
Letonia	97	3
Eslovenia	96	1
República Checa	96	0
Irlanda	96	0
Hungría	96	4
Bélgica	95	0
Lituania	95	4
Países Bajos	95	1
Polonia	94	2
Austria	93	-1
Croacia	93	-1
UE 27	93	0
Grecia	89	0
Portugal	88	0
Rumania	86	0
Bulgaria	83	-1
Italia		0
Francia		0

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Personas que usan regularmente Internet Año 2020

Mujeres, de 55 a 74 años

El uso regular de Internet entre las mujeres de 55 a 74 años es del 77% en España

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia d género (puntos porcentuales) *
Dinamarca	92	-2
Suecia	90	-1
Países Bajos	89	-2
Finlandia	89	2
Luxemburgo	87	-3
Irlanda	83	6
Alemania	79	-6
España	77	1
Bélgica	77	-3
Letonia	72	6
Chipre	71	0
Estonia	70	5
Eslovaquia	69	-1
UE 27	67	-4
República Checa	63	-2
Eslovenia	63	-2
Austria	62	-10
Hungría	62	2
Lituania	61	8
Malta	60	-6
Polonia	54	0
Portugal	47	-4
Rumania	47	-4
Grecia	43	-12
Croacia	41	-11
Bulgaria	40	1
Francia		0
Italia		0

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Personas que usan regularmente Internet Año 2020

Mujeres con educación formal baja

En España, el 80% de las mujeres de educación formal baja usan regularmente Internet

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia d género (puntos porcentuales) *
Dinamarca	93	-1
Luxemburgo	92	-1
Suecia	91	1
Finlandia	89	-1
Países Bajos	85	-3
Alemania	82	-8
España	80	-2
Estonia	77	-12
Malta	76	-3
Eslovaquia	75	-7
Bélgica	75	-4
Letonia	72	-4
República Checa	71	-6
Chipre	69	1
Irlanda	68	9
Lituania	67	-2
UE 27	67	-6
Austria	64	-18
Polonia	64	-8
Eslovenia	63	-4
Hungría	60	-5
Rumania	50	-7
Portugal	48	-10
Grecia	41	-10
Croacia	38	-2
Bulgaria	38	-8
Francia		0
Italia		0

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Personas que usan regularmente Internet Año 2020

Mujeres con educación formal media

En el colectivo de personas de educación formal media, las mujeres usan más Internet que los hombres en España

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia d género (puntos porcentuales) *
Dinamarca	97	0
Luxemburgo	97	-1
España	97	1
Países Bajos	96	0
Irlanda	95	5
Suecia	95	-1
Finlandia	95	0
Portugal	94	-1
Chipre	94	1
Alemania	93	0
Malta	91	4
Bélgica	91	-2
Croacia	90	2
UE 27	87	0
Eslovaquia	86	0
Eslovenia	86	-1
Hungría	85	3
República Checa	84	0
Estonia	84	0
Austria	83	-1
Letonia	83	1
Grecia	81	-7
Rumania	79	-1
Polonia	75	-2
Lituania	72	0
Bulgaria	67	-4
Francia		0
Italia		0

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

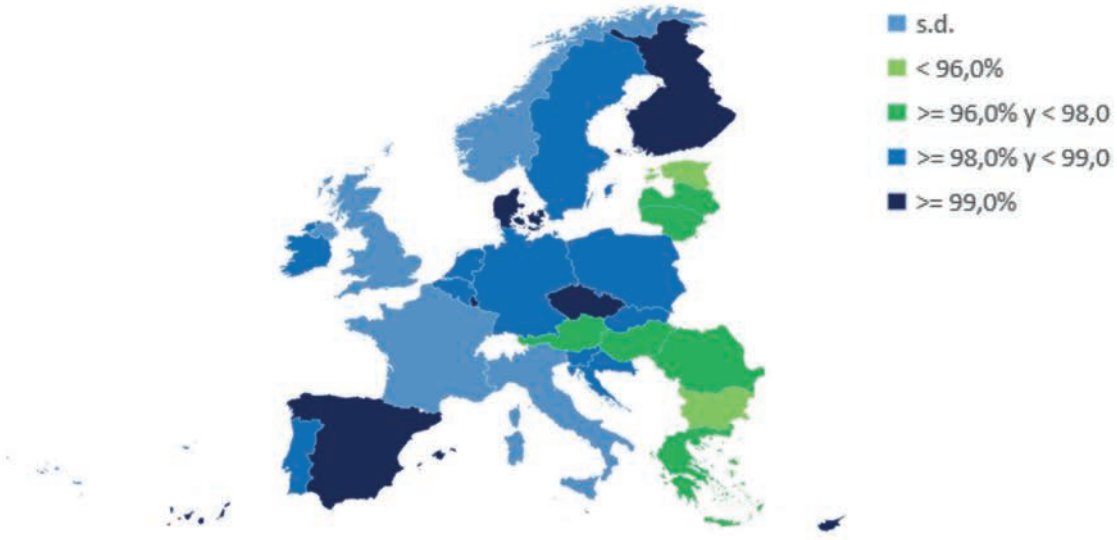
Personas que usan regularmente Internet Año 2020

Mujeres con educación formal alta

Prácticamente la totalidad de españolas de educación formal alta usan regularmente Internet

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia d género (puntos porcentuales) *
República Checa	99	1
Luxemburgo	99	-1
Finlandia	99	0
Chipre	99	0
Malta	99	-1
Dinamarca	99	0
España	99	1
Polonia	98	-1
Eslovenia	98	-1
Croacia	98	1
Bélgica	98	0
Países Bajos	98	0
Suecia	98	-2
Portugal	98	0
Irlanda	98	0
Eslovaquia	98	1
Alemania	98	0
Letonia	97	0
Rumania	97	0
UE 27	97	0
Lituania	96	-1
Austria	96	-1
Hungría	96	-1
Grecia	96	1
Estonia	95	3
Bulgaria	93	-2
Francia		0
Italia		0

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres



Fuente: Eurostat

3. Tipo de actividades realizadas por personas en Internet

TIPO DE ACTIVIDADES REALIZADAS POR PERSONAS EN Internet

Internet tiene una importancia relevante en una gran variedad de actividades de las personas que van desde la comunicación con otras personas, al ocio, la búsqueda de información, la compra de bienes y servicios o las actividades financieras personales.

En esta sección se muestran los principales indicadores relacionados con el uso que hacen de Internet las mujeres, y cuales son las principales diferencias respecto de los hombres. Para cada indicador se muestra el grado de adopción de cada una de estas actividades por parte de las mujeres, y la distancia de género respecto de los hombres. La distancia de género varía de forma relevante en función de la edad y el nivel educativo, por lo que se incluyen tablas y gráficas para cada uno de esto segmentos.

En general son los hombres lo que hacen un uso más intensivo de Internet en la mayor parte de las actividades, con alguna excepción que muestra que todavía se producen desigualdades por cuestión de género en aspectos como la asistencia y el cuidado en el ámbito familiar, cuestiones que se han acentuado con la pandemia. De las 25 actividades analizadas en esta sección, en 14 los hombres tienen un uso más intensivo frente a 9 en las mujeres. La comunicación con otras personas, la búsqueda de información sobre salud, la petición de citas con el médico y la educación son las actividades que destacan como predominantes entre las mujeres.

Así, la actividad que más realizan las españolas es la utilización de mensajería instantánea, adoptada por el 90% de las españolas, un punto porcentual por encima de los hombres. En el caso de las europeas la distancia de género también es de un punto porcentual, sin embargo, su uso es considerablemente inferior, implicando al 69% de las mujeres europeas. Si analizamos por edades, el uso de la mensajería entre las mujeres de 16 a 29 años es universal (100%), superando en un punto porcentual a los hombres. Sin embargo, este porcentaje cae considerablemente al 76% entre las mujeres de 55 a 74 años, manteniéndose la diferencia positiva respecto de los hombres, en este caso de 3 puntos porcentuales.

De todas las actividades que se recogen en este informe, la actividad que más realiza las mujeres respecto de los hombres está relacionada con el cuidado, la salud y la atención a los otros. En concreto, el 44% de las mujeres usan Internet para concertar una cita con el médico, 7 puntos porcentuales más que los hombres. Si miramos esta actividad en los países de la UE27, la distancia de género también es a favor de las mujeres (5 p.p.) pero el uso es bastante inferior que en el caso de España, el 26% de las europeas realizan este tipo de actividad. Al analizar por edades, cabe destacar que en el único colectivo en el que los hombres conciertan más una cita con el médico que las mujeres es el de personas de 55 a 74 años, habiendo una brecha de género de 2 puntos porcentuales.

Entre las actividades que menos realizan las mujeres respecto de los hombres destacan la de jugar o descargar juegos, con una distancia de género de 6 puntos porcentuales en España y 7 en la media de los países de la UE27. También hay una brecha importante en el uso de la banca por Internet. El 60% de las españolas y el 56% de las europeas utilizan Internet para realizar operaciones bancarias, siendo la distancia de género a favor de los hombres de 4 y 3 puntos porcentuales respectivamente. Aquí la edad muestra diferencias significativas en el uso. Así, entre los jóvenes de 16 a 29 años la brecha de género es un punto porcentual a favor de las mujeres, mientras que en el caso de las personas más mayores, colectivo de 55 a 74 años, la brecha de género es de 10 puntos porcentuales en España y 7 puntos porcentuales en Europa a favor de los hombres. Los datos también confirman que la distancia de género se reduce con el nivel educativo tanto en España como en Europa. En España, la distancia de género a favor de los hombres es mayor en el colectivo de personas con nivel bajo (10 p.p.) que en las de nivel medio (5 p.p.) o nivel alto (4 p.p.).

Por último, cabe destacar otra actividad que los hombres realizan más que las mujeres en Internet. Se trata de la lectura de sitios de noticias, periódicos o revistas en línea. El 74% de las españolas y el 63% de las europeas realizan este tipo de actividades. La diferencia de género para esta actividad es de 4 puntos porcentuales tanto para el caso de España como para el caso de Europa. Una vez más, la edad y la formación son dos variables que explica el uso más o menos intensivo de este tipo de actividad, así como la distancia de género. Entre las jóvenes españolas de 16 a 29 años la lectura de noticias por Internet está ampliamente extendida (83%), igualando a los hombres en uso. Sin embargo, en las personas de 55 a 74 años el uso entre las mujeres cae al 57%, y la diferencia respecto a los hombres llega a los 5 puntos porcentuales.

Indicadores sobre el tipo de actividades realizadas por personas en Internet en el año 2020.

Mujeres, de 16 a 74 años

La actividad en Internet más habitual entre las españolas es el uso de la mensajería instantánea, el 90% de las españolas lo utilizan frente al 69% de las europeas

Indicador	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales) *	
	España	UE 27	España	UE 27
Mensajería instantánea, es decir, intercambio de mensajes, por ejemplo, a través de Skype, Messenger, WhatsApp, Viber	90	69	1	1
Jugar / descargar juegos, escuchar música o ver televisión o videos transmitidos por Internet	83	69	-2	-5
Jugar / descargar juegos, escuchar música o ver videos (excluyendo VOD)	81	69	-2	-4
Llamadas telefónicas o videollamadas	79	62	3	3
Búsqueda de información sobre bienes y servicios	78	68	-1	-2
Ver televisión o videos transmitidos por Internet	77	62	-3	-5
Ver contenido de video de servicios comerciales o para compartir	76	58	-3	-5
Envío / recepción de correos electrónicos	75	73	-3	-2
Lectura de sitios de noticias / periódicos / revistas de noticias en línea	74	63	-4	-4
Ver contenido de video desde servicios para compartir	69	54	-3	-6
Escuchar música (por ejemplo, radio web, transmisión de música) o descargar música	67	52	-3	-7
Participar en redes sociales (crear perfil de usuario, publicar mensajes u otras contribuciones en Facebook, Twitter, etc.)	66	58	3	3
Banca por Internet	60	56	-4	-3
Visualización de videos a pedido de servicios comerciales	53	31	-4	-4
Ver televisión por Internet (en vivo o para ponerse al día) de las emisoras de televisión	45	35	-4	-4
Cualquiera de las actividades de aprendizaje i_iuolc, i_iuolm, i_iuocis	45	26	2	0
Concertar una cita con un médico a través de un sitio web	44	23	7	5
Compartir o publicar videos, fotos, música, textos, etc. de creación propia en un sitio web o mediante una aplicación.	38	36	0	2
Material de aprendizaje en línea	35	19	0	0
Jugar o descargar juegos	34	26	-6	-7
Comunicarse con instructores o estudiantes mediante sitios web / portales educativos	33	16	6	3
Cursos en línea (de cualquier tema)	27	12	1	-1
Para otros servicios de salud a través de un sitio web o una aplicación en lugar de tener que ir al hospital o visitar a un médico	22	14	3	2
Acceso a registros médicos personales en línea	18	11	1	1
Venta de bienes o servicios.	12	18	-4	-3

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el tipo de actividades realizadas por personas en Internet en el año 2020

Mujeres, de 16 a 29 años

Hay mayor proporción de mujeres que hombres de 16 a 29 años que realicen actividades de todo tipo en Internet. La excepción más relevante es la de jugar o descargar juegos en Internet, los hombres superan a las muejres en 22 puntos porcentuales

Indicador	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales) *	
	España	UE 27	España	UE 27
Mensajería instantánea, es decir, intercambio de mensajes, por ejemplo, a través de Skype, Messenger, WhatsApp, Viber	100	89	2	2
Jugar / descargar juegos, escuchar música o ver televisión o videos transmitidos por Internet	99	93	1	0
Jugar / descargar juegos, escuchar música o ver videos (excluyendo VOD)	98	92	0	0
Ver televisión o videos transmitidos por Internet	95	87	0	-1
Ver contenido de video de servicios comerciales o para compartir	95	85	0	0
Participar en redes sociales (crear perfil de usuario, publicar mensajes u otras contribuciones en Facebook, Twitter, etc.)	94	87	4	4
Escuchar música (por ejemplo, radio web, transmisión de música) o descargar música	94	85	1	-1
Envío / recepción de correos electrónicos	93	89	2	2
Llamadas telefónicas o videollamadas	93	83	0	3
Ver contenido de video desde servicios para compartir	91	82	-1	0
Búsqueda de información sobre bienes y servicios	87	78	0	0
Lectura de sitios de noticias / periódicos / revistas de noticias en línea	83	72	0	1
Visualización de videos a pedido de servicios comerciales	80	57	3	1
Cualquiera de las actividades de aprendizaje i_iuolc, i_iuolm, i_iuocis	76	53	7	2
Ver televisión por Internet (en vivo o para ponerse al día) de las emisoras de televisión	70	53	3	0
Compartir o publicar videos, fotos, música, textos, etc. de creación propia en un sitio web o mediante una aplicación.	66	59	2	6
Comunicarse con instructores o estudiantes mediante sitios web / portales educativos	63	39	6	3
Material de aprendizaje en línea	63	40	5	0
Banca por Internet	62	61	1	1
Jugar o descargar juegos	56	43	-22	-22
Cursos en línea (de cualquier tema)	51	22	6	0
Concertar una cita con un médico a través de un sitio web	40	23	8	9
Para otros servicios de salud a través de un sitio web o una aplicación en lugar de tener que ir al hospital o visitar a un médico	21	13	4	4
Acceso a registros médicos personales en línea	17	12	3	4
Venta de bienes o servicios.	16	21	-1	-1

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el tipo de actividades realizadas por personas en Internet en el año 2020

Mujeres, de 25 a 54 años

En el colectivo de edad de 25 a 54 años destaca el mayor uso por las mujeres de actividades relacionadas con el cuidado, la salud y la educación frente a los hombres. El 53% de las españolas de esa edad usan Internet para concertar una cita con un médico, 11 puntos porcentuales más que los más que los hombres.

Indicador	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales) *	
	España	UE 27	España	UE 27
Mensajería instantánea, es decir, intercambio de mensajes, por ejemplo, a través de Skype, Messenger, WhatsApp, Viber	97	79	2	3
Jugar / descargar juegos, escuchar música o ver televisión o videos transmitidos por Internet	92	79	-1	-3
Jugar / descargar juegos, escuchar música o ver videos (excluyendo VOD)	91	78	-1	-3
Búsqueda de información sobre bienes y servicios	88	77	1	0
Envío / recepción de correos electrónicos	86	83	-1	1
Llamadas telefónicas o videollamadas	86	69	3	3
Ver televisión o videos transmitidos por Internet	86	71	-3	-4
Ver contenido de video de servicios comerciales o para compartir	85	68	-3	-4
Lectura de sitios de noticias / periódicos / revistas de noticias en línea	83	71	-2	-3
Ver contenido de video desde servicios para compartir	79	63	-3	-5
Escuchar música (por ejemplo, radio web, transmisión de música) o descargar música	77	62	-2	-5
Participar en redes sociales (crear perfil de usuario, publicar mensajes u otras contribuciones en Facebook, Twitter, etc.)	75	68	5	5
Banca por Internet	72	67	-2	0
Visualización de videos a pedido de servicios comerciales	61	37	-4	-4
Cualquiera de las actividades de aprendizaje i_iuolc, i_iuolm, i_iuocis	53	29	6	3
Concertar una cita con un médico a través de un sitio web	53	28	11	7
Ver televisión por Internet (en vivo o para ponerse al día) de las emisoras de televisión	50	40	-5	-4
Compartir o publicar videos, fotos, música, textos, etc. de creación propia en un sitio web o mediante una aplicación.	42	41	0	4
Material de aprendizaje en línea	41	20	2	0
Comunicarse con instructores o estudiantes mediante sitios web / portales educativos	38	16	10	5
Jugar o descargar juegos	37	28	-8	-8
Cursos en línea (de cualquier tema)	31	14	1	0
Para otros servicios de salud a través de un sitio web o una aplicación en lugar de tener que ir al hospital o visitar a un médico	27	17	6	4
Acceso a registros médicos personales en línea	22	14	1	2
Venta de bienes o servicios.	15	23	-5	-3

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el tipo de actividades realizadas por personas en Internet en el año 2020

Mujeres, de 55 a 74 años

El 40% de las españolas y el 39% de las europeas utilizan la banca por Internet, 10 y 7 puntos porcentuales respectivamente menos que los hombres

Indicador	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales) *	
	España	UE 27	España	UE 27
Mensajería instantánea, es decir, intercambio de mensajes, por ejemplo, a través de Skype, Messenger, WhatsApp, Viber	76	47	3	2
Llamadas telefónicas o videollamadas	62	41	6	2
Jugar / descargar juegos, escuchar música o ver televisión o videos transmitidos por Internet	60	45	-3	6
Búsqueda de información sobre bienes y servicios	58	50	-2	5
Jugar / descargar juegos, escuchar música o ver videos (excluyendo VOD)	58	44	-2	6
Lectura de sitios de noticias / periódicos / revistas de noticias en línea	57	47	-5	7
Ver televisión o videos transmitidos por Internet	54	37	-3	7
Ver contenido de video de servicios comerciales o para compartir	52	32	-3	7
Envío / recepción de correos electrónicos	48	52	-9	6
Ver contenido de video desde servicios para compartir	45	28	-1	8
Participar en redes sociales (crear perfil de usuario, publicar mensajes u otras contribuciones en Facebook, Twitter, etc.)	41	30	3	1
Banca por Internet	40	39	-10	7
Escuchar música (por ejemplo, radio web, transmisión de música) o descargar música	37	24	-6	9
Concertar una cita con un médico a través de un sitio web	30	15	-2	1
Visualización de videos a pedido de servicios comerciales	28	12	-5	4
Ver televisión por Internet (en vivo o para ponerse al día) de las emisoras de televisión	25	20	-4	5
Compartir o publicar videos, fotos, música, textos, etc. de creación propia en un sitio web o mediante una aplicación.	20	19	1	1
Jugar o descargar juegos	19	16	4	3
Cualquiera de las actividades de aprendizaje i_iuolc, i_iuolm, i_iuocis	17	9	-3	1
Para otros servicios de salud a través de un sitio web o una aplicación en lugar de tener que ir al hospital o visitar a un médico	15	11	-1	1
Material de aprendizaje en línea	14	6	-3	2
Acceso a registros médicos personales en línea	11	8	-2	1
Comunicarse con instructores o estudiantes mediante sitios web / portales educativos	9	3	1	0
Cursos en línea (de cualquier tema)	9	4	-2	1
Venta de bienes o servicios.	5	8	-4	5

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el tipo de actividades realizadas por personas en Internet en el año 2020

Mujeres con educación formal baja

El 78% de las españolas de educación formal baja usan servicios de mensajería, 2 puntos por debajo de los hombres. Las actividades que las mujeres realizan más que los hombres en este segmento de edad son las relacionadas con las salud y la educación

Indicador	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales) *	
	España	UE 27	España	UE 27
Mensajería instantánea, es decir, intercambio de mensajes, por ejemplo, a través de Skype, Messenger, WhatsApp, Viber	78	54	-2	-5
Jugar / descargar juegos, escuchar música o ver televisión o videos transmitidos por Internet	68	54	-6	-8
Jugar / descargar juegos, escuchar música o ver videos (excluyendo VOD)	66	53	-6	-9
Llamadas telefónicas o videollamadas	65	48	1	-3
Ver televisión o videos transmitidos por Internet	60	45	-8	-10
Ver contenido de video de servicios comerciales o para compartir	58	43	-9	-10
Búsqueda de información sobre bienes y servicios	56	44	-6	-6
Lectura de sitios de noticias / periódicos / revistas de noticias en línea	56	40	-6	-6
Ver contenido de video desde servicios para compartir	53	40	-7	-10
Participar en redes sociales (crear perfil de usuario, publicar mensajes u otras contribuciones en Facebook, Twitter, etc.)	52	44	-1	-4
Envío / recepción de correos electrónicos	50	48	-9	-8
Escuchar música (por ejemplo, radio web, transmisión de música) o descargar música	50	43	-5	-11
Visualización de videos a pedido de servicios comerciales	35	22	-8	-6
Banca por Internet	34	29	-7	-6
Concertar una cita con un médico a través de un sitio web	31	13	5	1
Jugar o descargar juegos	31	26	-4	-8
Ver televisión por Internet (en vivo o para ponerse al día) de las emisoras de televisión	30	23	-6	-6
Compartir o publicar videos, fotos, música, textos, etc. de creación propia en un sitio web o mediante una aplicación.	29	30	0	-2
Cualquiera de las actividades de aprendizaje i_iuolc, i_iuolm, i_iuocis	24	19	1	-2
Comunicarse con instructores o estudiantes mediante sitios web / portales educativos	19	14	3	0
Material de aprendizaje en línea	17	13	1	-2
Para otros servicios de salud a través de un sitio web o una aplicación en lugar de tener que ir al hospital o visitar a un médico	14	8	2	0
Cursos en línea (de cualquier tema)	10	6	-1	-2
Acceso a registros médicos personales en línea	9	6	0	-1
Venta de bienes o servicios.	6	9	-4	-3

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el tipo de actividades realizadas por personas en Internet en el año 2020

Mujeres con educación formal baja

La actividad en Internet más realizada por las españolas de educación formal media es la de mensajería instantánea, con un 96%, 3 puntos porcentuales por encima de los hombres

Indicador	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales) *	
	España	UE 27	España	UE 27
Mensajería instantánea, es decir, intercambio de mensajes, por ejemplo, a través de Skype, Messenger, WhatsApp, Viber	96	69	3	4
Jugar / descargar juegos, escuchar música o ver televisión o videos transmitidos por Internet	89	69	0	-3
Jugar / descargar juegos, escuchar música o ver videos (excluyendo VOD)	88	68	1	-4
Llamadas telefónicas o videollamadas	83	60	2	4
Ver televisión o videos transmitidos por Internet	83	61	-1	-4
Envío / recepción de correos electrónicos	83	75	-2	0
Búsqueda de información sobre bienes y servicios	83	70	-3	-1
Ver contenido de video de servicios comerciales o para compartir	81	56	-1	-5
Lectura de sitios de noticias / periódicos / revistas de noticias en línea	78	64	-4	-3
Escuchar música (por ejemplo, radio web, transmisión de música) o descargar música	75	48	-1	-6
Ver contenido de video desde servicios para compartir	75	52	-1	-6
Participar en redes sociales (crear perfil de usuario, publicar mensajes u otras contribuciones en Facebook, Twitter, etc.)	75	58	4	3
Banca por Internet	65	56	-5	-2
Visualización de videos a pedido de servicios comerciales	60	27	0	-5
Ver televisión por Internet (en vivo o para ponerse al día) de las emisoras de televisión	52	34	0	-3
Cualquiera de las actividades de aprendizaje i_iuolc, i_iuolm, i_iuocis	46	20	-1	0
Concertar una cita con un médico a través de un sitio web	46	20	7	4
Compartir o publicar videos, fotos, música, textos, etc. de creación propia en un sitio web o mediante una aplicación.	41	33	-4	2
Jugar o descargar juegos	40	26	-7	-6
Material de aprendizaje en línea	35	14	-3	-1
Comunicarse con instructores o estudiantes mediante sitios web / portales educativos	32	12	2	2
Cursos en línea (de cualquier tema)	27	9	-1	-1
Para otros servicios de salud a través de un sitio web o una aplicación en lugar de tener que ir al hospital o visitar a un médico	23	12	1	2
Acceso a registros médicos personales en línea	19	9	0	1
Venta de bienes o servicios.	12	19	-5	-2

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el tipo de actividades realizadas por personas en Internet en el año 2020

Mujeres con educación formal alta

Entre las personas de educación formal alta destaca el uso por las mujeres en educación, superando el uso que hacen los hombres del mismo segmento educacional

Indicador	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales) *	
	España	UE 27	España	UE 27
Mensajería instantánea, es decir, intercambio de mensajes, por ejemplo, a través de Skype, Messenger, WhatsApp, Viber	98	83	2	2
Búsqueda de información sobre bienes y servicios	95	86	2	-2
Envío / recepción de correos electrónicos	93	93	-1	-1
Jugar / descargar juegos, escuchar música o ver televisión o videos transmitidos por Internet	93	84	-1	-3
Jugar / descargar juegos, escuchar música o ver videos (excluyendo VOD)	91	83	-2	-4
Ver televisión o videos transmitidos por Internet	90	78	-1	-4
Llamadas telefónicas o videollamadas	90	76	3	3
Ver contenido de video de servicios comerciales o para compartir	89	74	-1	-4
Lectura de sitios de noticias / periódicos / revistas de noticias en línea	89	82	-3	-4
Banca por Internet	82	79	-4	-4
Ver contenido de video desde servicios para compartir	81	69	-2	-4
Escuchar música (por ejemplo, radio web, transmisión de música) o descargar música	77	66	-5	-6
Participar en redes sociales (crear perfil de usuario, publicar mensajes u otras contribuciones en Facebook, Twitter, etc.)	75	69	6	6
Visualización de videos a pedido de servicios comerciales	67	44	-4	-4
Cualquiera de las actividades de aprendizaje i_iuolc, i_iuolm, i_iuocis	64	42	1	1
Ver televisión por Internet (en vivo o para ponerse al día) de las emisoras de televisión	54	47	-7	-7
Concertar una cita con un médico a través de un sitio web	54	35	6	6
Material de aprendizaje en línea	52	31	-3	-1
Comunicarse con instructores o estudiantes mediante sitios web / portales educativos	46	24	9	5
Compartir o publicar videos, fotos, música, textos, etc. de creación propia en un sitio web o mediante una aplicación.	45	44	2	3
Cursos en línea (de cualquier tema)	43	22	1	0
Jugar o descargar juegos	32	26	-9	-8
Para otros servicios de salud a través de un sitio web o una aplicación en lugar de tener que ir al hospital o visitar a un médico	29	21	4	3
Acceso a registros médicos personales en línea	25	19	0	3
Venta de bienes o servicios.	17	23	-6	-5

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el tipo de actividades realizadas por personas en Internet en el año 2020

Mensajería instantánea, es decir, intercambio de mensajes, por ejemplo, a través de Skype, Messenger, WhatsApp, Viber. Mujeres, de 16 a 74 años

Los países de la UE27 en los que se utiliza más la mensajería instantánea por parte de las mujeres son España, Dinamarca y Países Bajos

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales) *
España	90	1
Dinamarca	90	5
Países Bajos	90	0
Chipre	85	2
Finlandia	85	5
Malta	82	2
Suecia	80	7
Austria	80	2
Alemania	80	1
Hungría	77	7
Irlanda	76	9
Estonia	75	9
Luxemburgo	74	1
Letonia	72	6
Portugal	71	1
Croacia	70	-3
UE 27	69	1
Eslovaquia	69	5
República Checa	68	3
Lituania	68	7
Bélgica	67	4
Eslovenia	63	6
Grecia	57	-2
Polonia	54	2
Bulgaria	49	0
Rumania	45	0
Italia		0
Francia		0

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el tipo de actividades realizadas por personas en Internet en el año 2020

Jugar / descargar juegos, escuchar música o ver televisión o videos transmitidos por Internet. Mujeres, de 16 a 74 años

En España, el 83% de las mujeres utilizan Internet para jugar, descargar juegos, escuchar música, ver televisión o videos transmitidos por Internet

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales) *
Finlandia	93	1
Dinamarca	91	1
Países Bajos	91	1
Suecia	89	2
Chipre	87	0
España	83	2
Malta	83	0
Alemania	82	4
Luxemburgo	79	6
Irlanda	77	1
Estonia	76	3
Eslovenia	75	2
Hungría	75	1
Austria	72	7
Bélgica	71	3
Lituania	70	1
Letonia	70	5
UE 27	69	5
Croacia	68	9
Eslovaquia	64	5
Portugal	63	5
Grecia	61	6
Polonia	56	6
Rumania	42	9
Bulgaria	40	7
Francia		0
Italia		0
República Checa		0

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el tipo de actividades realizadas por personas en Internet en el año 2020

Jugar / descargar juegos, escuchar música o ver videos (excluyendo VOD)
Mujeres, de 16 a 74 años

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales) *
Finlandia	92	0
Dinamarca	91	1
Países Bajos	90	1
Suecia	88	3
Chipre	87	1
Malta	83	0
Alemania	81	4
España	81	2
Luxemburgo	78	6
Estonia	76	2
Hungría	75	1
Irlanda	74	1
Eslovenia	74	3
Austria	71	8
Bélgica	70	3
Lituania	70	1
Letonia	70	4
UE 27	69	4
Croacia	67	9
Eslovaquia	63	6
Portugal	63	5
Grecia	59	7
Polonia	53	7
Rumania	42	8
Bulgaria	39	8
Francia		0
Italia		0
República Checa		0

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el tipo de actividades realizadas por personas en Internet en el año 2020

Llamadas telefónicas o videollamadas
Mujeres, de 16 a 74 años

El 79% de las españolas utiliza Internet para hacer llamadas telefónicas o videollamadas, 3 puntos porcentuales más que los hombres. Esta actividad de comunicación es más utilizada por las mujeres que entre los hombres en casi todos los Estados miembros

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales) *
Chipre	87	3
Países Bajos	84	2
Finlandia	82	9
Luxemburgo	80	7
España	79	3
Suecia	77	8
Dinamarca	72	4
Irlanda	71	10
Hungría	71	6
Bélgica	69	3
Lituania	68	8
Estonia	67	8
Eslovaquia	66	6
Alemania	65	1
Letonia	64	5
Malta	64	2
UE 27	62	3
Austria	62	4
Croacia	58	1
Bulgaria	58	-1
Polonia	57	4
Portugal	56	2
Eslovenia	56	8
Rumania	56	0
Grecia	56	-1
República Checa	54	4
Italia		0
Francia		0

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el tipo de actividades realizadas por personas en Internet en el año 2020

Búsqueda de información sobre bienes y servicios
Mujeres, de 16 a 74 años

La búsqueda de información sobre bienes y servicios es una actividad que relizan el 78% de las españolas, un punto porcentual menos que los hombres

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales) *
Dinamarca	89	-2
Suecia	88	-1
Países Bajos	87	-3
Alemania	86	-2
Finlandia	85	0
Estonia	82	2
República Checa	79	5
Malta	79	3
Chipre	79	1
Eslovaquia	78	0
España	78	-1
Eslovenia	77	0
Hungría	77	1
Bélgica	76	-3
Lituania	75	4
Irlanda	72	1
Letonia	71	0
UE 27	68	-2
Grecia	68	-3
Portugal	67	-3
Croacia	66	-10
Luxemburgo	65	-7
Austria	64	-7
Polonia	61	-3
Bulgaria	50	0
Rumania	45	-2
Francia		0
Italia		0

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

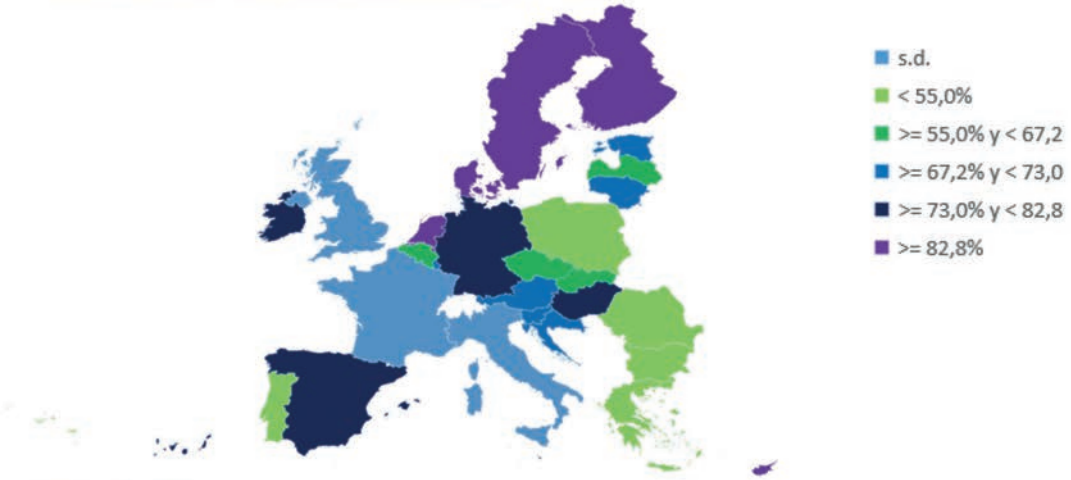
Indicadores sobre el tipo de actividades realizadas por personas en Internet en el año 2020

Ver televisión o videos transmitidos por Internet
Mujeres, de 16 a 74 años

En España, el 77% de las mujeres ven televisión o videos trasmitidos por Internet, 3 puntos porcentuales menos que los hombres

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales) *
Finlandia	90	-1
Países Bajos	88	-2
Chipre	86	0
Dinamarca	86	-2
Suecia	84	-4
Malta	79	-2
España	77	-3
Alemania	75	-7
Irlanda	73	1
Hungría	70	-1
Luxemburgo	69	-7
Eslovenia	69	-5
Estonia	68	-5
Austria	68	-8
Lituania	67	-1
Croacia	64	-11
Letonia	63	-6
República Checa	62	-3
Bélgica	62	-5
UE 27	62	-5
Eslovaquia	54	-6
Grecia	49	-6
Portugal	48	-7
Polonia	48	-4
Bulgaria	28	-5
Rumania	27	-4
Francia		0
Italia		0

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres



Fuente: Eurostat

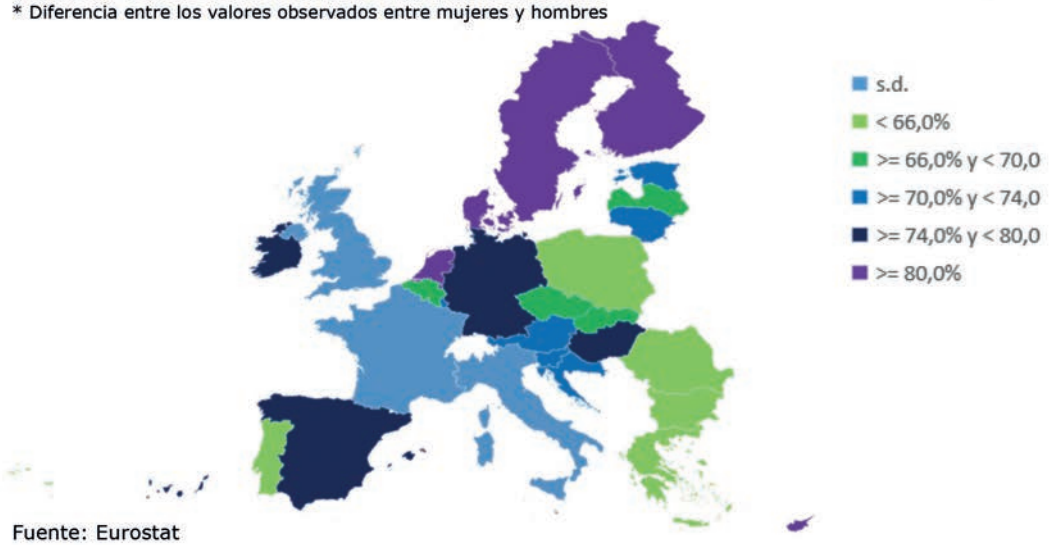
Indicadores sobre el tipo de actividades realizadas por personas en Internet en el año 2020

Lectura de sitios de noticias / periódicos / revistas de noticias en línea
Mujeres, de 16 a 74 años

La diferencia de género en lo que respecta al uso de Internet para leer noticias es de 4 puntos porcentuales a favor de los hombres en España. El 74% de las mujeres realizan este tipo de actividad

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales) *
Finlandia	91	2
Dinamarca	85	-2
Suecia	83	-1
Estonia	81	1
Países Bajos	80	-3
República Checa	79	-1
Lituania	76	4
Malta	75	1
España	74	-4
Alemania	74	-4
Letonia	73	1
Eslovenia	71	1
Luxemburgo	71	-4
Hungría	70	-1
Chipre	69	-5
Croacia	68	-8
Eslovaquia	67	-3
Grecia	67	-5
Irlanda	66	-2
Portugal	65	-4
Polonia	65	-1
UE 27	63	-4
Bélgica	63	-5
Austria	60	-8
Bulgaria	39	-3
Rumania	34	-7
Francia		0
Italia		0

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres



Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el tipo de actividades realizadas por personas en Internet en el año 2020

Participar en redes sociales (crear perfil de usuario, publicar mensajes u otras contribuciones en Facebook, Twitter, etc.). Mujeres, de 16 a 74 años

El 66% de las españolas utiliza redes sociales, 3 puntos porcentuales más que los hombres. Esta tendencia en el mayor uso de redes sociales por parte de las mujeres es predominante en casi todos los Estados miembros

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales) *
Dinamarca	88	6
Chipre	80	4
Bélgica	79	0
Finlandia	79	8
Hungría	77	6
Suecia	77	8
Malta	74	3
Países Bajos	74	6
Letonia	71	9
Estonia	71	12
Eslovenia	69	4
Eslovaquia	67	5
España	66	3
Lituania	65	8
Irlanda	65	11
Rumania	64	-1
Portugal	63	1
República Checa	61	4
Austria	60	1
Luxemburgo	59	-1
Grecia	59	-1
UE 27	58	3
Croacia	58	1
Polonia	56	3
Bulgaria	55	0
Alemania	54	0
Francia		0
Italia		0

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el tipo de actividades realizadas por personas en Internet en el año 2020

Banca por Internet
Mujeres, de 16 a 74 años

La banca por Internet es utilizada por el 60% de las españolas, 4 puntos porcentuales menos que los hombres

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales) *
Dinamarca	94	-1
Finlandia	93	1
Países Bajos	89	-1
Suecia	84	-1
Estonia	81	2
Letonia	78	3
Bélgica	75	-1
República Checa	70	0
Luxemburgo	70	-1
Lituania	69	3
Irlanda	69	0
Austria	63	-6
Alemania	63	-4
España	60	-4
Eslovaquia	59	1
Malta	59	-3
UE 27	56	-3
Chipre	51	-3
Hungría	51	-1
Eslovenia	50	-4
Polonia	50	1
Croacia	47	-6
Portugal	43	-9
Grecia	32	-10
Bulgaria	12	-1
Rumania	11	-2
Francia		0
Italia		0

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el tipo de actividades realizadas por personas en Internet en el año 2020

Actividades de aprendizaje
Mujeres, de 16 a 74 años

España es el segundo país en el que más se utiliza Internet para actividades de aprendizaje por mujeres, alcanzando el 45% de las españolas, 2 puntos porcentuales más que los hombres

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales) *
Dinamarca	47	-4
España	45	2
Suecia	44	5
Finlandia	43	5
Estonia	41	8
Malta	39	11
Países Bajos	39	-1
Luxemburgo	37	1
Portugal	37	1
Eslovenia	33	5
Irlanda	32	5
Bélgica	30	-3
Austria	29	1
Lituania	29	4
Alemania	27	-2
UE 27	26	0
Letonia	24	3
Eslovaquia	24	4
Hungría	24	3
Chipre	23	7
Croacia	22	-7
Polonia	20	4
República Checa	20	2
Bulgaria	15	3
Grecia	15	-1
Rumania	10	0
Italia		0
Francia		0

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el tipo de actividades realizadas por personas en Internet en el año 2020

Concertar una cita con un médico a través de un sitio web
Mujeres, de 16 a 74 años

De los países de la UE27, destacan Finlandia (58%) y España (44%) como los países en los que más proporción de mujeres utiliza Internet para concertar una cita con un médico. En ambos países, las mujeres lo usan más que los hombres, con distancias de 10 y 7 puntos porcentuales respectivamente.

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales) *
Finlandia	58	10
España	44	7
Dinamarca	42	9
Bélgica	38	4
Lituania	36	13
Países Bajos	33	-1
Suecia	30	4
Luxemburgo	27	5
Hungría	27	7
Estonia	26	7
Eslovenia	26	3
UE 27	23	5
Letonia	23	11
Alemania	21	5
Croacia	20	1
Eslovaquia	18	6
Portugal	17	1
Malta	15	4
Irlanda	13	-5
Polonia	13	4
República Checa	12	5
Austria	10	2
Bulgaria	9	5
Grecia	9	1
Rumania	6	2
Chipre		0
Francia		0
Italia		0

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el tipo de actividades realizadas por personas en Internet en el año 2020

Jugar o descargar juegos
Mujeres, de 16 a 74 años

La actividad de jugar o descargar juegos en Internet es predominantemente masculina. En España, esta actividad la realizan el 34% de las mujeres, 6 puntos porcentuales menos que los hombres

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales) *
Países Bajos	53	0
Dinamarca	45	-4
Malta	41	0
Suecia	40	-9
Finlandia	40	-7
Alemania	34	-8
España	34	-6
Bélgica	31	-5
Luxemburgo	29	-13
Chipre	28	-12
UE 27	26	-7
Portugal	25	-9
Irlanda	24	1
Eslovenia	23	-10
Estonia	23	-7
Hungría	22	-6
Grecia	22	-7
Austria	21	-8
Croacia	21	-13
Letonia	18	-8
Lituania	16	-7
Rumania	16	-8
Eslovaquia	15	-9
Polonia	10	-12
Bulgaria	9	-5
Italia		0
República Checa		0
Francia		0

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el tipo de actividades realizadas por personas en Internet en el año 2020

Comunicarse con instructores o estudiantes mediante sitios web / portales educativos
Mujeres, de 16 a 74 años

La comunicación con instructores o estudiantes mediante sitios web / portales educativos es una actividad predominante entre las mujeres. España es el país de la UE27 en el que hay mayor porcentaje de mujeres que realizan esta actividad, 6 puntos porcentuales por ecnima de los hombres

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales) *
España	33	6
Países Bajos	29	2
Malta	29	13
Suecia	28	6
Portugal	27	6
Dinamarca	25	4
Finlandia	25	4
Luxemburgo	24	3
Estonia	23	10
Lituania	19	6
Austria	18	0
Chipre	18	5
Hungría	17	4
Bélgica	17	-1
UE 27	16	3
Irlanda	15	3
Croacia	14	-2
Eslovaquia	14	5
Alemania	14	1
Polonia	14	3
República Checa	12	2
Letonia	10	2
Eslovenia	9	1
Bulgaria	9	2
Grecia	8	-1
Rumania	6	1
Italia		0
Francia		0

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el tipo de actividades realizadas por personas en Internet en el año 2020

Venta de bienes o servicios.
Mujeres, de 16 a 74 años

El 12% de las españolas venden bienes o servicios por Internet, 4 puntos porcentuales por debajo de los hombres. Este tipo de actividad es predominantemente masculina en casi todos los Estados miembros

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales) *
Países Bajos	34	-6
Malta	31	-3
Dinamarca	31	-1
Alemania	31	-4
Finlandia	30	2
Suecia	27	-2
Hungría	26	-4
Bélgica	25	-4
Eslovaquia	23	-5
Croacia	18	-10
Estonia	18	-6
UE 27	18	-3
Luxemburgo	16	-4
Eslovenia	16	-4
Austria	13	-4
España	12	-4
Lituania	12	-3
Letonia	11	-2
República Checa	11	0
Polonia	10	-4
Irlanda	7	-1
Bulgaria	6	-1
Portugal	6	-6
Rumania	3	-2
Grecia	3	-2
Chipre	1	-3
Italia		0
Francia		0

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

4. Teletrabajo

TELETRABAJO

Los datos sobre teletrabajo recogidos en el presente dossier provienen de la EPA, los cuales recopilan datos sobre los 3 últimos trimestres de 2020. En este apartado se puede leer en clave de género el impacto diferencial del teletrabajo en los últimos 12 meses.

Los datos reflejan la adopción del trabajo desde casa desde el confinamiento y trimestres posteriores en España y los pone en comparación con los recopilados por la LFS para Europa en 2019 analizándolos en clave de género. Las cifras reflejan posiciones de partida muy bajas de teletrabajadores en España tanto entre hombres como en mujeres, sin apenas diferencias entre géneros (en 2019 el 91% de los ocupados nunca lo hacían desde casa y las mujeres eran un 1,1% menos proclives a teletrabajar en ese periodo). También vemos la influencia decisiva que la COVID-19 ha tenido en la adopción de esta modalidad de trabajo no presencial (a finales de 2020 los que nunca teletrabajan cayeron 84%). Si observamos por géneros, la pandemia ha fomentado el teletrabajo especialmente en el caso de las mujeres donde las que nunca teletrabajaban cayeron a finales de 2020 al 82,8%.

Los trabajadores presenciales durante el confinamiento correspondiente a los datos de 2T, llegaban al 78,6% de los ocupados en España, subiendo estas cifras hasta el 84% a partir del tercer trimestre. Por ello vemos una tendencia descendente de teletrabajo intensivo a lo largo del año, según ha ido avanzado la pandemia. Sin embargo, los teletrabajadores eventuales, tras un descenso en el tercer trimestre aumentaron con repuntes especiales en el cuarto trimestre, correspondiente al periodo en que se produjo la segunda ola de la pandemia (oct-dic). Esto nos hace pensar la asunción creciente del teletrabajo como alternativa eventual ante posibles imprevistos, rompiéndose así estereotipos de inevitable presencialidad arraigados en ciertos puestos de trabajo.

Sin embargo, si observamos por sexos, el teletrabajo se ha adoptado en 2020 en todos los periodos en mayor medida por las mujeres, mantenido porcentajes de más de dos puntos porcentuales por encima de sus compañeros varones en términos globales. Durante el confinamiento (2T) el 18,7 % de las mujeres teletrabajaban la mayor parte del tiempo, el 11,3 % en el 3T y el 10,8% en el último cuatrimestre de 2020. Si analizamos por franjas de edad, son las mujeres de 35 a 55 años las más proclives al teletrabajo. Constatamos con ello que el teletrabajo ha acumulado un sesgo de género durante la pandemia de COVID-19, asignando en mayor medida a las mujeres la conciliación de la cargas laborales y familiares durante el confinamiento y trimestres posteriores.

Si observamos las cifras de teletrabajo por región, Madrid y Cataluña están a la cabeza, con cifras de adopción del teletrabajo globales mucho mayores a la media nacional en el 2020, sin embargo, la brecha de género en esta dimensión es mucho mas destacada en regiones menos digitales, como Ceuta y Melilla.

En términos europeos, España se ha colocado en 2020, en posiciones intermedias de adopción de teletrabajo en el último año, con cifras en el último año ligeramente superiores a la media de la UE27. Su posición hasta 2019 era en el grupo de cola, junto al resto de países mediterráneos.

Indicadores sobre teletrabajo en España Dias trabajados en el domicilio particular Ningún día. Porcentaje

Durante el segundo trimestre de 2020, coincidicendo con el confinamiento, el 76% de las españolas no teletrabajaron ningún día. En los trimestres posteriores al confinamiento este porcentaje creció al 84% y 83%. Las mujeres de 35 a 54 años son las menos proclives a no teletrabajar nunca desde casa en 2020.

Por sexo y edad

	Año 2020		
	T2	T3	T4
Mujeres			
De 16 a 24 años	85,3	93,9	88,9
De 25 a 34 años	76,9	84,4	83,4
De 35 a 44 años	73,7	81,2	81,2
De 45 a 54 años	75,6	83,4	82,2
55 y más años	78,9	85,3	84,1
Total	76,3	83,8	82,8
Diferencia de género (en puntos porcentuales)			
De 16 a 24 años	-2,6	-0,2	-2,8
De 25 a 34 años	-3,8	-0,7	-1,5
De 35 a 44 años	-6,8	-2,9	-2,9
De 45 a 54 años	-4,2	-0,6	-2,7
55 y más años	-1,2	0,3	-0,7
Total	-4,3	-1,1	-2,2

Fuente: INE

Indicadores sobre teletrabajo en España Dias trabajados en el domicilio particular Más de la mitad de los días que trabajó.

Porcentaje

Las mujeres de 35 a 54 años son las más proclives al teletrabajo intensivo en 2020 (más de la mitad de los días trabajó desde casa)

Por sexo y edad

	Año 2020		
	T2	T3	T4
Mujeres			
De 16 a 24 años	9	4,1	6,2
De 25 a 34 años	17,9	10,8	10
De 35 a 44 años	21,3	13,2	12
De 45 a 54 años	19,3	11,7	11,2
55 y más años	16,6	10	10,1
Total	18,7	11,3	10,8
Diferencia de género (en puntos porcentuales)			
De 16 a 24 años	0,6	0,4	0,8
De 25 a 34 años	3,8	0,3	0,2
De 35 a 44 años	7,2	3,3	1,7
De 45 a 54 años	4,6	2	2,4
55 y más años	1,9	0,9	1,2
Total	4,6	1,8	1,5

Fuente: INE

Indicadores sobre teletrabajo en España Dias trabajados en el domicilio particular. Ocasionalmente.

Porcentaje

El teletrabajo ocasional se feminiza y aumenta en 2020

Por sexo y edad

	Año 2020		
	T2	T3	T4
Mujeres			
De 16 a 24 años	0,8	1,1	2,9
De 25 a 34 años	1,9	3,4	4,5
De 35 a 44 años	2,6	4,3	5,3
De 45 a 54 años	2,7	3,9	5,4
55 y más años	2,5	3,7	4,8
Total	2,4	3,8	5
Diferencia de género (en puntos porcentuales)			
De 16 a 24 años	0,1	0,1	1,3
De 25 a 34 años	-0,5	0,2	0,6
De 35 a 44 años	-1	-0,6	0,6
De 45 a 54 años	-1	-1,3	0,3
55 y más años	-1,3	-1,4	-0,6
Total	-0,9	-0,7	0,3

Fuente: INE

Indicadores sobre teletrabajo en España
Días trabajados en el domicilio particular : Ningún día Año 2020 (T4)

Las españolas más proclives al teletrabajo que los varones durante la pandemia. (sólo en el País Vasco el teletrabajo no tuvo sesgo de género)

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia d género (puntos porcentuales)
Comunidad de Madrid	72,6	-1,9
Cataluña	77,7	-2,8
Melilla	81,7	-6,6
Asturias	82,8	-1,1
España	**82,8**	-2,2
Baleares	83	-1,1
Ceuta	85,6	-2,2
Aragón	86	-2,9
Castilla - La Mancha	86,1	-4,3
Región de Murcia	86,5	-4,2
Galicia	86,5	-1,5
Andalucía	86,7	-0,9
Cantabria	86,8	-3,5
Canarias	86,9	-0,2
Castilla y León	87	-2,2
Comunidad Valenciana	88	-0,9
La Rioja	88,6	-1,5
País Vasco	88,6	0
Extremadura	89,1	-1,6
Comunidad Foral de Navarra	89,6	-0,4

Fuente: INE

Indicadores sobre teletrabajo en España
Días trabajados en el domicilio particular : Más de la mitad de los días que trabajó Año 2020 (T4)

Madrid, Cataluña y Cantabria, son las regiones con mayor porcentaje de teletrabajadoras intensivas (más de 10% de las trabajadoras lo hicieron desde casa más de la mitad de los días en el último trimestre)

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia d género (puntos porcentuales)
Comunidad de Madrid	20	2,2
Cataluña	15,3	2
Baleares	11,8	3,3
España	10,8	1,5
Asturias	9,7	0,1
Castilla - La Mancha	8	1,8
Castilla y León	7,8	1,8
Aragón	7,7	1,5
Región de Murcia	7,7	2,7
Andalucía	7	-0,2
Galicia	6,9	0,7
Comunidad Valenciana	6,9	0,9
Cantabria	6,8	2,6
Melilla	6,5	-0,2
Ceuta	6,3	-2,7
La Rioja	6,1	1,3
Extremadura	5,9	1,4
País Vasco	5,8	0,7
Canarias	5,7	-0,8
Comunidad Foral de Navarra	3,8	-2,4

Fuente: INE

Indicadores sobre teletrabajo en España
Días trabajados en el domicilio particular : Ocasionalmente Año 2020 (T4)

Las teletrabajadoras "ocasionales" son menos frecuentes en País Vasco y Baleares. (Menos del 3,9% teletrabajaron ocasionalmente)

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia d género (puntos porcentuales)
Ceuta	8,1	4,9
Melilla	7,2	4,2
Asturias	6,9	1,3
Comunidad de Madrid	6,2	0,1
Galicia	5,7	0,4
Canarias	5,7	1
Cataluña	5,4	0,6
España	5	0,3
Andalucía	5	0,4
Comunidad Foral de Navarra	5	2,2
Aragón	4,5	0,5
Castilla - La Mancha	4,3	1,3
La Rioja	4,3	0,1
Cantabria	4,3	-0,4
Extremadura	4,3	0
Región de Murcia	3,9	0,8
Castilla y León	3,9	0
Comunidad Valenciana	3,9	-0,2
Baleares	3,6	-2,6
País Vasco	3,5	-1,1

Porcentaje de ocupados que trabajan desde casa Nunca Año 2019

En 2019, el 92% de las españolas nunca trabajó desde casa, 1,1 punto porcentual más que los hombres

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales)
Bulgaria	98,9	0
Rumania	98,4	-0,4
Chipre	97,4	-0,2
Italia	95,7	0,6
Lituania	95,6	0,1
Hungría	95,3	-0,2
Letonia	94,7	-1
Grecia	94,3	-0,8
Croacia	92,7	-0,7
España	92,3	1,1
Eslovaquia	90,3	-0,4
República Checa	90	0
Alemania	88,6	2,1
Malta	86,8	-2,8
Unión Europea - 27 países (desde 2020)	85,7	0,2
Polonia	85,1	-1
Portugal	84,4	-0,1
Irlanda	82,4	4,2
Eslovenia	80,5	-3,1
Austria	79,2	2,2
Estonia	79	-1,3
Francia	77	-0,5
Bélgica	75,5	0,3
Dinamarca	73,4	3,7
Finlandia	70,8	4,7
Luxemburgo	68,9	3,8
Suecia	64,3	2,9
Países Bajos	63,3	0,8

Fuente: Eurostat

Porcentaje de ocupados que trabajan desde casa Por lo general Año 2019

En 2019, el 4,8% de las españolas y el 5,7% de las europeas teletrabajaron en términos generales

Pais	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales)
Finlandia	13,3	-1,4
Países Bajos	12,5	-2,9
Luxemburgo	12,4	1,4
Austria	10,9	1,8
Francia	8,4	2,7
Eslovenia	8,2	2,5
Bélgica	7,7	1,4
Malta	7,5	2,4
Estonia	7,3	0,9
Dinamarca	7,1	-1,4
Portugal	6,8	0,5
Irlanda	6,2	-1,4
Unión Europea - 27 países (desde 2020)	5,7	0,5
Suecia	5,5	-0,9
República Checa	5,4	1,5
Alemania	5,3	0,2
Polonia	4,9	0,6
España	4,8	0
Eslovaquia	4	0,5
Letonia	3,3	0,6
Italia	3,3	-0,5
Croacia	2,6	1,3
Lituania	2,4	0,1
Grecia	2,1	0,4
Chipre	1,6	0,6
Hungría	1,2	0,1
Rumania	1,1	0,6
Bulgaria	0,5	0,1

Fuente: Eurostat

Porcentaje de ocupados que trabajan desde casa Algunas veces Año 2019

En 2019, el 3% de las españolas trabajaron desde casa alguna vez, por debajo de la media de la UE27 que fue del 8,6%

Pais	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales)
Suecia	30,2	-2,1
Países Bajos	24,1	2
Dinamarca	19,6	-2,2
Luxemburgo	18,7	-5,2
Bélgica	16,8	-1,8
Finlandia	15,9	-3,2
Francia	14,6	-2,2
Estonia	13,7	0,4
Irlanda	11,4	-2,7
Eslovenia	11,3	0,6
Austria	10	-4
Polonia	9,9	0,3
Portugal	8,9	-0,3
Unión Europea - 27 países (desde 2020)	8,6	-0,7
Alemania	6,1	-2,4
Eslovaquia	5,8	0
Malta	5,7	0,4
Croacia	4,7	-0,6
República Checa	4,6	-1,4
Grecia	3,6	0,4
Hungría	3,4	0,1
España	3	-1
Letonia	2	0,4
Lituania	2	-0,2
Chipre	1,1	-0,3
Italia	1	-0,2
Bulgaria	0,6	0
Rumania	0,5	-0,1

Fuente: Eurostat

5. Comercio Electrónico

COMERCIO ELECTRÓNICO

Los datos sobre comercio electrónico recogidos en el presente dossier provienen de la Encuesta de TIC en Hogares que realizó el INE y la recopilación para Europa que hizo Eurostat en 2020, y refleja el uso diferenciado que hacen del comercio electrónico hombres y mujeres.

En 2020 el comercio electrónico ha aumentado en España a causa de la pandemia. Los usuarios frecuentes de comercio electrónico son un 6,9% más que en el año anterior, (concretamente 53,8% ha comprado *online* en los últimos tres meses.

A finales de 2020 más de la mitad de la población española (51%) ya usa de comercio electrónico para comprar cualquier tipo de bien o servicio indistintamente sean hombres o mujeres. Tampoco hay brecha de género entre sus vecinos europeos en esta dimensión, aunque si son más compradores *online* en términos absolutos que los españoles (56% de los europeos han comprado *online*).

Sin embargo, las mujeres compran cosas diferentes a los hombres por Internet.

De nuevo se mantienen estereotipos de género en el tipo de compras en línea entre géneros. Las mujeres son más proclives a comprar *online* artículos relacionados con los cuidados personales y familiares que los varones como son; la ropa (+10 p.p.), cosméticos y artículos de higiene personal (+8 p.p.), productos de limpieza (+2 p.p.), juguetes y productos para niños (+1 p.p.) y productos culturales como libros (+1 p.p.). Mientras sus compañeros compran más bienes relacionados con actividades lúdicas y servicios tecnológicos. Entre las categorías de consumo más diferenciadas entre hombres y mujeres destacan los juegos en línea (-8 p.p. entre las mujeres), la contratación de bienes y servicios (-6 p.p. entre las féminas) o la compra de artículos deportivos como bicicletas (-4 p.p).

Los niveles educativos no parecen ser muy influyentes en las preferencias de tipos de compra *online* por géneros, aunque si en las frecuencias. A menos nivel educativo, menor frecuencia de compra en línea.

Indicadores sobre el uso del comercio electrónico en el año 2020.
Mujeres, de 16 a 74 años

Los productos más comprados por las españolas en Internet son cualquier bien físico (51%), la ropa (35%), servicios en línea (22%) y los productos cosméticos o de belleza (17%)

Producto	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales) *	
	España	UE 27	España	UE 27
Cualquier bien físico	51	56	0	0
Ropa (incluida la ropa deportiva), zapatos o accesorios	35	42	10	11
Servicios en línea	22	25	-6	-5
Productos cosméticos, de belleza o de bienestar	17	21	8	12
Computadora u otro software como descargas, incluidas actualizaciones	16	7	-5	-7
Entregas de restaurantes, cadenas de comida rápida, servicios de catering	15	16	-2	-2
Compras en línea (3 meses) a particulares: cualquier bien físico	14	19	-1	-2
Películas o series como servicio de transmisión o descargas	14	16	-3	-4
Alimentos o bebidas de las tiendas o de los proveedores de kits de comidas	14	12	1	2
Muebles, accesorios para el hogar o productos de jardinería	14	16	0	-1
Artículos deportivos (excepto ropa deportiva)	12	10	-4	-4
Computadoras, tabletas, teléfonos móviles o accesorios	12	11	-2	-8
Libros, revistas o periódicos impresos	12	17	1	3
Productos de limpieza o productos de higiene personal	11	11	2	3
Entradas para eventos culturales o de otro tipo	11	14	0	0
Juguetes para niños o artículos de puericultura	11	11	1	3
Otros bienes físicos	11	8	-5	-4
Aplicaciones relacionadas con la salud o el fitness (excluidas las aplicaciones gratuitas)	9	4	0	0
Música como servicio de transmisión o descargas	9	13	-2	-4
Libros electrónicos, revistas en línea o periódicos en línea	8	9	0	1
Juegos en línea o como descargas para teléfonos inteligentes, tabletas, computadoras o consolas	8	6	-7	-8
Otras aplicaciones (por ejemplo, relacionadas con el aprendizaje de idiomas, viajes, clima) (excluidas las aplicaciones gratuitas)	8	4	-1	-2
Electrónica de consumo o electrodomésticos	8	8	-3	-6
Medicamentos o suplementos dietéticos como vitaminas (la renovación de recetas en línea no está incluida)	6	15	-1	3
Suscripciones a Internet o conexiones de telefonía móvil	5	7	-2	-3
Suscripción a suministro de electricidad, agua o calefacción, eliminación de residuos o servicios similares	3	5	-1	-3
Servicios domésticos (por ejemplo, limpieza, cuidado de niños, trabajos de reparación, jardinería)	2	1	-1	-1
Bicicletas, ciclomotores, automóviles u otros vehículos o sus repuestos	2	3	-4	-6
Entradas a eventos deportivos	2	2	-1	-2
Películas o series como DVD, Blu-ray, etc.	1	4	-1	-1
Música en CD, vinilos, etc.	1	3	-1	-2

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el uso del comercio electrónico en el año 2020.
Mujeres, de 16 a 24 años

El 45% de las jovenes españolas de 16 a 24 años compro ropa por Internet, 15 puntos porcentuales más que los hombres de la misma edad

Producto	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales) *	
	España	UE 27	España	UE 27
Cualquier bien físico	61	66	5	5
Ropa (incluida la ropa deportiva), zapatos o accesorios	45	54	15	15
Servicios en línea	33	38	-6	-6
Películas o series como servicio de transmisión o descargas	24	29	3	1
Entregas de restaurantes, cadenas de comida rápida, servicios de catering	23	25	6	2
Computadora u otro software como descargas, incluidas actualizaciones	19	9	-5	-8
Productos cosméticos, de belleza o de bienestar	18	26	14	20
Compras en línea (3 meses) a particulares: cualquier bien físico	18	20	1	0
Música como servicio de transmisión o descargas	18	25	2	-2
Entradas para eventos culturales o de otro tipo	17	17	6	4
Computadoras, tabletas, teléfonos móviles o accesorios	16	16	0	-7
Juegos en línea o como descargas para teléfonos inteligentes, tabletas, computadoras o consolas	13	10	-14	-19
Otras aplicaciones (por ejemplo, relacionadas con el aprendizaje de idiomas, viajes, clima) (excluidas las aplicaciones gratuitas)	13	6	6	1
Artículos deportivos (excepto ropa deportiva)	12	13	-3	-3
Aplicaciones relacionadas con la salud o el fitness (excluidas las aplicaciones gratuitas)	12	6	3	2
Otros bienes físicos	12	7	-1	-4
Libros, revistas o periódicos impresos	12	17	4	7
Alimentos o bebidas de las tiendas o de los proveedores de kits de comidas	10	9	2	2
Libros electrónicos, revistas en línea o periódicos en línea	8	8	2	2
Suscripciones a Internet o conexiones de telefonía móvil	7	10	0	-2
Electrónica de consumo o electrodomésticos	7	6	-3	-6
Muebles, accesorios para el hogar o productos de jardinería	7	9	-1	1
Productos de limpieza o productos de higiene personal	7	9	2	5
Medicamentos o suplementos dietéticos como vitaminas (la renovación de recetas en línea no está incluida)	4	8	1	2
Entradas a eventos deportivos	3	3	0	-2
Suscripción a suministro de electricidad, agua o calefacción, eliminación de residuos o servicios similares	2	3	1	0
Música en CD, vinilos, etc.	2	3	-3	-2
Servicios domésticos (por ejemplo, limpieza, cuidado de niños, trabajos de reparación, jardinería)	2	1	0	0
Juguetes para niños o artículos de puericultura	2	4	0	2
Películas o series como DVD, Blu-ray, etc.	1	5	0	-1
Bicicletas, ciclomotores, automóviles u otros vehículos o sus repuestos	1	2	-6	-6

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres
Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el uso del comercio electrónico en el año 2020.
Mujeres, de 25 a 54 años

El 64% de las españolas de 25 a 54 años compran bienes físicos por Internet, 3 puntos porcentuales más que los hombres

Producto	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales) *	
	España	UE 27	España	UE 27
Cualquier bien físico	64	69	3	4
Ropa (incluida la ropa deportiva), zapatos o accesorios	45	53	13	15
Servicios en línea	28	31	-7	-5
Productos cosméticos, de belleza o de bienestar	22	27	10	15
Computadora u otro software como descargas, incluidas actualizaciones	20	9	-6	-7
Entregas de restaurantes, cadenas de comida rápida, servicios de catering	20	21	-2	-2
Muebles, accesorios para el hogar o productos de jardinería	19	21	2	0
Juguetes para niños o artículos de puericultura	18	17	3	4
Compras en línea (3 meses) a particulares: cualquier bien físico	18	26	-1	0
Películas o series como servicio de transmisión o descargas	18	21	-5	-5
Artículos deportivos (excepto ropa deportiva)	17	14	-4	-4
Alimentos o bebidas de las tiendas o de los proveedores de kits de comidas	17	16	1	3
Libros, revistas o periódicos impresos	16	22	3	5
Computadoras, tabletas, teléfonos móviles o accesorios	15	14	-3	-9
Productos de limpieza o productos de higiene personal	15	14	4	4
Otros bienes físicos	15	11	-6	-4
Entradas para eventos culturales o de otro tipo	14	18	1	2
Aplicaciones relacionadas con la salud o el fitness (excluidas las aplicaciones gratuitas)	12	6	1	1
Electrónica de consumo o electrodomésticos	11	11	-4	-7
Libros electrónicos, revistas en línea o periódicos en línea	10	11	1	1
Juegos en línea o como descargas para teléfonos inteligentes, tabletas, computadoras o consolas	10	8	-8	-9
Música como servicio de transmisión o descargas	10	16	-4	-5
Otras aplicaciones (por ejemplo, relacionadas con el aprendizaje de idiomas, viajes, clima) (excluidas las aplicaciones gratuitas)	10	6	-1	-1
Medicamentos o suplementos dietéticos como vitaminas (la renovación de recetas en línea no está incluida)	8	20	0	6
Suscripciones a Internet o conexiones de telefonía móvil	6	9	-3	-3
Suscripción a suministro de electricidad, agua o calefacción, eliminación de residuos o servicios similares	4	7	-1	-3
Bicicletas, ciclomotores, automóviles u otros vehículos o sus repuestos	4	4	-4	-8
Servicios domésticos (por ejemplo, limpieza, cuidado de niños, trabajos de reparación, jardinería)	3	2	0	0
Entradas a eventos deportivos	3	3	-1	-3
Música en CD, vinilos, etc.	2	4	0	-2
Películas o series como DVD, Blu-ray, etc.	1	5	-1	-2

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres
Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el uso del comercio electrónico en el año 2020.
Mujeres, de 55 a 74 años

El comercio electrónico no está muy extendido entre las personas más mayores, el 26% de las mujeres de 55 a 74 años compraron algún bien físico, mientras que en las de 25 a 54 años este porcentaje se eleva al 64%

Producto	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales) *	
	España	UE 27	España	UE 27
Cualquier bien físico	26	33	-3	-5
Ropa (incluida la ropa deportiva), zapatos o accesorios	14	20	5	4
Alimentos o bebidas de las tiendas o de los proveedores de kits de comidas	11	6	0	0
Servicios en línea	9	10	-2	-3
Productos cosméticos, de belleza o de bienestar	8	10	2	4
Compras en línea (3 meses) a particulares: cualquier bien físico	7	7	-1	-4
Muebles, accesorios para el hogar o productos de jardinería	7	9	-3	-4
Computadora u otro software como descargas, incluidas actualizaciones	7	3	-5	-5
Productos de limpieza o productos de higiene personal	5	6	-1	1
Computadoras, tabletas, teléfonos móviles o accesorios	5	4	-2	-7
Medicamentos o suplementos dietéticos como vitaminas (la renovación de recetas en línea no está incluida)	5	11	1	1
Libros electrónicos, revistas en línea o periódicos en línea	5	5	-1	-1
Libros, revistas o periódicos impresos	5	10	-2	-1
Películas o series como servicio de transmisión o descargas	4	4	-1	-3
Entregas de restaurantes, cadenas de comida rápida, servicios de catering	4	4	-2	-2
Entradas para eventos culturales o de otro tipo	4	8	-2	-1
Artículos deportivos (excepto ropa deportiva)	4	3	-2	-2
Electrónica de consumo o electrodomésticos	4	4	-2	-5
Otros bienes físicos	4	5	-5	-3
Juguetes para niños o artículos de puericultura	3	4	0	1
Aplicaciones relacionadas con la salud o el fitness (excluidas las aplicaciones gratuitas)	3	1	-2	-1
Música como servicio de transmisión o descargas	2	3	-2	-3
Otras aplicaciones (por ejemplo, relacionadas con el aprendizaje de idiomas, viajes, clima) (excluidas las aplicaciones gratuitas)	2	2	-4	-1
Suscripciones a Internet o conexiones de telefonía móvil	2	3	-2	-3
Juegos en línea o como descargas para teléfonos inteligentes, tabletas, computadoras o consolas	2	2	-1	-1
Suscripción a suministro de electricidad, agua o calefacción, eliminación de residuos o servicios similares	1	4	-2	-2
Servicios domésticos (por ejemplo, limpieza, cuidado de niños, trabajos de reparación, jardinería)	1	1	-1	0
Música en CD, vinilos, etc.	1	2	0	-2
Bicicletas, ciclomotores, automóviles u otros vehículos o sus repuestos	0	1	-3	-5
Películas o series como DVD, Blu-ray, etc.	0	2	-1	-1
Entradas a eventos deportivos	0	1	-2	-1

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el uso del comercio electrónico en el año 2020.
Mujeres con baja educación formal

El nivel educativo condiciona el uso del comercio electrónico: el 30% de las mujeres de nivel educativo bajo usaron comercio electrónico para comprar algún bien físico, frente al 53% de las mujeres de nivel medio y el 70% de las mujeres de nivel alto

Producto	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales) *	
	España	UE 27	España	UE 27
Cualquier bien físico	30	34	-3	-4
Ropa (incluida la ropa deportiva), zapatos o accesorios	19	25	3	4
Servicios en línea	12	15	-2	-7
Compras en línea (3 meses) a particulares: cualquier bien físico	9	10	-1	-2
Computadora u otro software como descargas, incluidas actualizaciones	9	4	-2	-6
Muebles, accesorios para el hogar o productos de jardinería	8	7	2	-1
Productos cosméticos, de belleza o de bienestar	8	11	3	7
Películas o series como servicio de transmisión o descargas	7	10	-1	-4
Alimentos o bebidas de las tiendas o de los proveedores de kits de comidas	7	5	2	0
Entregas de restaurantes, cadenas de comida rápida, servicios de catering	7	9	-1	-2
Artículos deportivos (excepto ropa deportiva)	6	6	-2	-2
Juegos en línea o como descargas para teléfonos inteligentes, tabletas, computadoras o consolas	6	6	-2	-7
Productos de limpieza o productos de higiene personal	5	5	1	2
Computadoras, tabletas, teléfonos móviles o accesorios	5	6	-2	-6
Música como servicio de transmisión o descargas	5	8	1	-4
Otros bienes físicos	5	4	-3	-4
Otras aplicaciones (por ejemplo, relacionadas con el aprendizaje de idiomas, viajes, clima) (excluidas las aplicaciones gratuitas)	4	3	1	0
Electrónica de consumo o electrodomésticos	4	4	-1	-3
Juguetes para niños o artículos de puericultura	4	5	-1	1
Entradas para eventos culturales o de otro tipo	4	6	0	-1
Aplicaciones relacionadas con la salud o el fitness (excluidas las aplicaciones gratuitas)	4	3	0	1
Libros, revistas o periódicos impresos	4	7	0	2
Libros electrónicos, revistas en línea o periódicos en línea	3	3	0	0
Suscripciones a Internet o conexiones de telefonía móvil	2	4	-3	-2
Medicamentos o suplementos dietéticos como vitaminas (la renovación de recetas en línea no está incluida)	2	6	-1	1
Suscripción a suministro de electricidad, agua o calefacción, eliminación de residuos o servicios similares	1	2	-1	-1
Servicios domésticos (por ejemplo, limpieza, cuidado de niños, trabajos de reparación, jardinería)	1	1	-1	0
Música en CD, vinilos, etc.	1	2	-1	-1
Bicicletas, ciclomotores, automóviles u otros vehículos o sus repuestos	1	1	-4	-5
Películas o series como DVD, Blu-ray, etc.	0	3	-1	-1
Entradas a eventos deportivos	0	1	-1	-1

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el uso del comercio electrónico en el año 2020.
Mujeres con educación formal media

El 53% de las españolas de nivel educativo medio compraron algún bien físico por Internet, 2 puntos porcentuales más que los hombres

Producto	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales) *	
	España	UE 27	España	UE 27
Cualquier bien físico	53	56	2	2
Ropa (incluida la ropa deportiva), zapatos o accesorios	36	42	9	12
Servicios en línea	23	23	-7	-4
Productos cosméticos, de belleza o de bienestar	17	21	8	13
Entregas de restaurantes, cadenas de comida rápida, servicios de catering	17	14	0	-1
Computadora u otro software como descargas, incluidas actualizaciones	16	5	-7	-7
Películas o series como servicio de transmisión o descargas	16	15	-3	-3
Compras en línea (3 meses) a particulares: cualquier bien físico	16	19	2	-2
Alimentos o bebidas de las tiendas o de los proveedores de kits de comidas	14	10	2	1
Computadoras, tabletas, teléfonos móviles o accesorios	13	10	-2	-8
Entradas para eventos culturales o de otro tipo	13	14	3	2
Muebles, accesorios para el hogar o productos de jardinería	12	16	-3	0
Artículos deportivos (excepto ropa deportiva)	11	9	-5	-3
Libros, revistas o periódicos impresos	11	16	2	4
Productos de limpieza o productos de higiene personal	10	10	1	3
Aplicaciones relacionadas con la salud o el fitness (excluidas las aplicaciones gratuitas)	10	4	1	1
Juegos en línea o como descargas para teléfonos inteligentes, tabletas, computadoras o consolas	10	6	-7	-6
Juguetes para niños o artículos de puericultura	10	10	2	3
Otros bienes físicos	10	7	-6	-4
Música como servicio de transmisión o descargas	9	12	-3	-3
Libros electrónicos, revistas en línea o periódicos en línea	8	8	2	2
Otras aplicaciones (por ejemplo, relacionadas con el aprendizaje de idiomas, viajes, clima) (excluidas las aplicaciones gratuitas)	8	4	0	-1
Electrónica de consumo o electrodomésticos	7	8	-4	-5
Medicamentos o suplementos dietéticos como vitaminas (la renovación de recetas en línea no está incluida)	7	17	1	5
Suscripciones a Internet o conexiones de telefonía móvil	6	7	1	-1
Suscripción a suministro de electricidad, agua o calefacción, eliminación de residuos o servicios similares	3	5	-1	-2
Servicios domésticos (por ejemplo, limpieza, cuidado de niños, trabajos de reparación, jardinería)	2	1	0	0
Entradas a eventos deportivos	2	2	-1	-2
Música en CD, vinilos, etc.	2	4	-1	-1
Bicicletas, ciclomotores, automóviles u otros vehículos o sus repuestos	2	3	-4	-7
Películas o series como DVD, Blu-ray, etc.	1	5	-1	0

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres
Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el uso del comercio electrónico en el año 2020.
Mujeres con educación formal alta

El comercio electrónico es una actividad frecuente entre las mujeres nivel educativo alto, el 70% de las españolas y el 74% de las europeas compraron algún bien físico por Internet

Producto	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales) *	
	España	UE 27	España	UE 27
Cualquier bien físico	70	74	-1	-1
Ropa (incluida la ropa deportiva), zapatos o accesorios	50	55	15	13
Servicios en línea	32	35	-10	-8
Productos cosméticos, de belleza o de bienestar	24	30	9	15
Computadora u otro software como descargas, incluidas actualizaciones	23	11	-9	-11
Entregas de restaurantes, cadenas de comida rápida, servicios de catering	23	24	-4	-3
Alimentos o bebidas de las tiendas o de los proveedores de kits de comidas	21	18	-2	0
Películas o series como servicio de transmisión o descargas	20	24	-7	-6
Muebles, accesorios para el hogar o productos de jardinería	20	22	-2	-3
Libros, revistas o periódicos impresos	20	26	0	0
Juguetes para niños o artículos de puericultura	19	19	3	4
Artículos deportivos (excepto ropa deportiva)	18	16	-7	-6
Computadoras, tabletas, teléfonos móviles o accesorios	18	15	-4	-13
Compras en línea (3 meses) a particulares: cualquier bien físico	18	26	-4	-2
Productos de limpieza o productos de higiene personal	17	16	3	3
Otros bienes físicos	17	14	-9	-5
Entradas para eventos culturales o de otro tipo	17	22	-2	-1
Libros electrónicos, revistas en línea o periódicos en línea	13	14	-2	-1
Aplicaciones relacionadas con la salud o el fitness (excluidas las aplicaciones gratuitas)	13	7	-1	0
Electrónica de consumo o electrodomésticos	12	12	-7	-10
Música como servicio de transmisión o descargas	12	17	-6	-8
Otras aplicaciones (por ejemplo, relacionadas con el aprendizaje de idiomas, viajes, clima) (excluidas las aplicaciones gratuitas)	12	6	-3	-4
Medicamentos o suplementos dietéticos como vitaminas (la renovación de recetas en línea no está incluida)	10	19	-1	2
Juegos en línea o como descargas para teléfonos inteligentes, tabletas, computadoras o consolas	9	7	-11	-10
Suscripciones a Internet o conexiones de telefonía móvil	8	11	-3	-4
Suscripción a suministro de electricidad, agua o calefacción, eliminación de residuos o servicios similares	4	9	-2	-5
Entradas a eventos deportivos	3	4	-3	-3
Bicicletas, ciclomotores, automóviles u otros vehículos o sus repuestos	3	3	-5	-8
Servicios domésticos (por ejemplo, limpieza, cuidado de niños, trabajos de reparación, jardinería)	3	3	-1	0
Música en CD, vinilos, etc.	2	4	-1	-2
Películas o series como DVD, Blu-ray, etc.	1	4	-1	-3

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Tipo de producto: Cualquier bien físico Año 2020.
Mujeres, de 16 a 74 años

El 51% de las españolas y el 56% de las europeas compró algún bien físico

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales) *
Dinamarca	79	2
Países Bajos	75	8
Suecia	74	-2
Alemania	74	7
Luxemburgo	66	2
Bélgica	62	9
Irlanda	62	11
Estonia	61	6
República Checa	58	1
Finlandia	58	2
UE 27	56	2
Malta	55	0
Austria	54	3
España	51	1
Eslovenia	50	4
Eslovaquia	49	4
Polonia	48	1
Hungría	48	10
Lituania	44	-5
Croacia	42	8
Letonia	40	1
Grecia	37	2
Portugal	34	3
Chipre	31	9
Rumania	23	8
Bulgaria	16	16

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

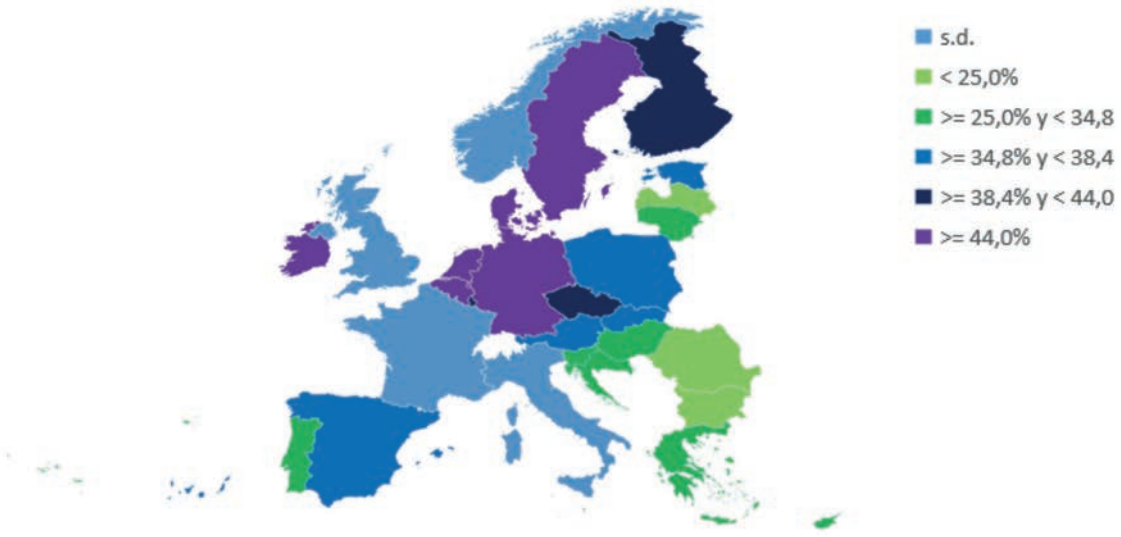
Fuente: Eurostat

Tipo de producto: Ropa (incluida la ropa deportiva), zapatos o accesorios
Año 2020.
Mujeres, de 16 a 74 años

La compra de ropa es una actividad más frecuente en las mujeres que en los hombres en todos los Estados miembros de la UE: el 35% de las españolas y el 42% de las europeas lo hacen, con una distancia con los hombres de 11 y 18 puntos porcentuales respectivamente.

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales) *
Dinamarca	61	16
Alemania	58	9
Países Bajos	57	19
Suecia	56	20
Bélgica	44	19
Irlanda	44	4
Luxemburgo	43	20
República Checa	43	12
UE 27	42	18
Finlandia	40	11
Malta	38	11
Eslovaquia	38	21
Estonia	37	10
Polonia	37	13
Austria	36	11
España	35	11
Hungría	34	11
Croacia	31	10
Eslovenia	29	13
Lituania	29	14
Chipre	25	8
Portugal	25	0
Grecia	25	13
Letonia	22	8
Rumania	17	7
Bulgaria	13	13

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres



Fuente: Eurostat

Tipo de producto: Servicios en línea Año 2020.
Mujeres, de 16 a 74 años

EL 22% de las españolas y el 25% de las europeas contrataron servicios en línea, 1 y 3 puntos porcentuales menos que los hombres respectivamente

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales) *
Dinamarca	58	-2
Países Bajos	53	-1
Suecia	46	1
Alemania	38	2
Austria	32	0
Irlanda	32	-6
Finlandia	31	-7
Luxemburgo	28	0
Malta	26	-7
Bélgica	26	-4
UE 27	25	-3
España	22	-1
Estonia	19	-1
República Checa	15	-4
Eslovenia	13	-5
Portugal	13	-4
Hungría	12	-2
Letonia	11	-4
Eslovaquia	10	-3
Polonia	9	-2
Lituania	8	-9
Croacia	8	0
Chipre	7	0
Rumania	6	-2
Grecia	4	1
Bulgaria	3	3

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Tipo de producto: Productos cosméticos, de belleza o de bienestar
Año 2020.
Mujeres, de 16 a 74 años

El 17% de las mujeres españolas y el 21% de las europeas compran productos cosméticos de belleza y de bienestar por Internet, 10 y 11 puntos porcentuales más que los hombres

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales) *
Suecia	38	28
Dinamarca	33	15
Países Bajos	30	24
Estonia	29	25
República Checa	27	15
Alemania	27	17
Polonia	22	16
Irlanda	22	13
UE 27	21	11
Luxemburgo	21	16
Finlandia	21	11
Bélgica	19	13
Eslovaquia	19	13
Lituania	18	11
Hungría	18	9
España	17	10
Malta	17	10
Austria	16	10
Eslovenia	14	8
Portugal	14	10
Letonia	14	11
Grecia	14	12
Chipre	12	7
Croacia	11	9
Rumania	8	7
Bulgaria	5	5

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Tipo de producto: Computadora u otro *software* como descargas, incluidas actualizaciones Año 2020.

Mujeres, de 16 a 74 años

En todos los Estados miembros de la UE27 hay más hombres que mujeres que compran computadores y *software* por Internet. Dinamarca (18%) y España (16%) son los países de la UE27 en los que las que hay mayor proporción de mujeres que compran estos productos

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales) *
Dinamarca	18	-3
España	16	-7
Países Bajos	10	-5
Malta	10	-3
Estonia	10	-5
Irlanda	9	-4
Finlandia	8	-12
Alemania	8	-6
UE 27	7	-6
Bélgica	7	-8
Luxemburgo	7	-9
Suecia	5	-3
Letonia	5	-5
Austria	4	-6
Eslovenia	3	-4
Portugal	3	-3
Polonia	3	-6
Hungría	3	0
Lituania	2	-5
República Checa	2	-4
Croacia	1	-5
Eslovaquia	1	-1
Rumania	1	-3
Grecia	1	0
Bulgaria	0	-2
Chipre	0	0

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

6. Administración electrónica

ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA

Las administraciones públicas están adoptando tecnologías digitales para hacer que los procesos, los servicios y la información sean más accesibles y menos onerosos. Las interacciones en línea de las personas con las administraciones públicas varían de la simple recopilación de información en las webs de las administraciones públicas, a procedimientos interactivos donde se completaron formularios, y al envío de estos a través de Internet.

Las tablas y gráficos de este apartado muestran el nivel de adopción de estas actividades por parte de las mujeres, y sirve para reflejar las brechas que existen por razón de género, edad y nivel educativo. La reducción de estas brechas servirá para mejorar el bienestar de aquellos colectivos menos favorecidos en el uso de Internet para relacionarse con la Administración, lo que afecta de forma relevante al desarrollo de su vida diaria en áreas como su formación, la utilización de la sanidad pública, el pago de impuestos, la gestión de ayudas familiares o de sus pensiones.

La proporción de personas que utilizan Internet para interactuar con las autoridades públicas en España ha aumentado del 43% en 2015 al 63% en 2020. En términos generales, España se posiciona por encima de la media de la UE27 en la interacción de las personas con las administraciones públicas. Sin embargo, sigue habiendo diferencias cuando se analiza estas actividades desde la perspectiva de género.

Los hombres utilizan más Internet para interactuar con las administraciones públicas que las mujeres, tanto en España como en la media de los países de la UE27, siendo la distancia de género de 4 puntos porcentuales en España y 1 en la UE27. Este comportamiento cambia con la edad, las jóvenes españolas y las europeas de 16 a 24 años interactúan más con la administración pública a través de Internet que los hombres, siendo la distancia de género de 7 puntos porcentuales. Sin embargo, en colectivos de más edad esta actividad la realizan más los hombres que las mujeres. Así, entre las personas más mayores, de 55 a 74 años, la brecha es de 12 puntos porcentuales en España y de 8 puntos porcentuales en la UE27.

Si analizamos solo al colectivo de mujeres por edades, las diferencias de uso entre las jóvenes y las más mayores es muy grande. El 64% de las españolas y el 57% de las europeas de 16 a 24 años interactúan con las administraciones públicas a través de Internet, mientras que este porcentaje cae al 37% y 39% respectivamente en el caso de las mujeres de 55 a 74 años.

El nivel educativo también condiciona la realización de estas actividades y la distancia de género en lo que se refiere a la interacción con las administraciones públicas a través de Internet. Hay una enorme brecha entre el uso que hacen las mujeres de nivel bajo (36%) y las de nivel alto (84%). Respecto a la distancia con los hombres en estas actividades, en los colectivos de personas de nivel educativo bajo y medio la distancia es alta, de 7 y 10 puntos porcentuales respectivamente, mientras que entre las personas de nivel educativo alto esta distancia se reduce a 1 punto porcentual.

Indicadores sobre el uso de la administración electrónica en el año 2020.
Mujeres, de 16 a 74 años

El 61% de las españolas usaron Internet para interactuar con las administraciones públicas, 4 puntos porcentuales menos que los hombres

Indicador	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales) *	
	España	UE 27	España	UE 27
Interacción con las autoridades públicas (últ. 12 meses)	61	56	-4	-1
Obtención de información de los sitios web de las autoridades públicas (últ. 12 meses)	52	47	-4	-1
Descarga de formularios oficiales (últ. 12 meses)	40	33	-5	-2
Envío de formularios completados (últ. 12 meses)	49	37	-1	-2

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el uso de la administración electrónica en el año 2020.
Mujeres, de 16 a 24 años

Las españolas de 16 a 24 años usan Internet más que los hombres de su edad para interactuar con las administraciones públicas

Indicador	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales) *	
	España	UE 27	España	UE 27
Interacción con las autoridades públicas (últ. 12 meses)	64	57	7	5
Obtención de información de los sitios web de las autoridades públicas (últ. 12 meses)	52	48	3	4
Descarga de formularios oficiales (últ. 12 meses)	42	31	0	1
Envío de formularios completados (últ. 12 meses)	46	34	11	2

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el uso de la administración electrónica en el año 2020.
Mujeres, de 25 a 54 años

El uso de Internet para interactuar con las adminsitraciones públicas es mayor entre las españolas de 25 a 54 años que entre las europeas de la misma edad

Indicador	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales) *	
	España	UE 27	España	UE 27
Interacción con las autoridades públicas (últ. 12 meses)	74	66	-1	2
Obtención de información de los sitios web de las autoridades públicas (últ. 12 meses)	64	56	-2	2
Descarga de formularios oficiales (últ. 12 meses)	51	42	-1	1
Envío de formularios completados (últ. 12 meses)	61	45	1	-1

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el uso de la administración electrónica en el año 2020.
Mujeres, de 55 a 74 años

En España y en Europa hay una gran brecha de género entre hombres y mujeres de 55 a 74 años en lo que respecta al uso de Internet para relacionarse con las adminsitraciones públicas, de 12 y 8 puntos porcentuales respectivamente.

Indicador	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales) *	
	España	UE 27	España	UE 27
Interacción con las autoridades públicas (últ. 12 meses)	37	39	-12	-8
Obtención de información de los sitios web de las autoridades públicas (últ. 12 meses)	30	31	-12	-7
Descarga de formularios oficiales (últ. 12 meses)	21	20	-11	-8
Envío de formularios completados (últ. 12 meses)	28	25	-10	-7

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el uso de la administración electrónica en el año 2020.
Mujeres con baja educación formal

La distancia entre mujeres de educación formal baja y mujeres de educación forma alta es enorme tanto en España como en Europa. El 36% de las españolas de formación baja usan Internet para relacionarse con las administraciones públicas frente al 84% de mujeres de educación alta

Indicador	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales) *	
	España	UE 27	España	UE 27
Interacción con las autoridades públicas (últ. 12 meses)	36	31	-7	-4
Obtención de información de los sitios web de las autoridades públicas (últ. 12 meses)	28	25	-7	-3
Descarga de formularios oficiales (últ. 12 meses)	18	14	-7	-4
Envío de formularios completados (últ. 12 meses)	25	18	-5	-3

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el uso de la administración electrónica en el año 2020.
Mujeres con educación formal media

El 62% de las españolas usan Internet para interactuar con la adminsitración públicas, 10 puntos porcentuales menos que los hombres

Indicador	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales) *	
	España	UE 27	España	UE 27
Interacción con las autoridades públicas (últ. 12 meses)	62	55	-10	0
Obtención de información de los sitios web de las autoridades públicas (últ. 12 meses)	52	47	-10	1
Descarga de formularios oficiales (últ. 12 meses)	40	31	-10	-1
Envío de formularios completados (últ. 12 meses)	47	33	-5	-2

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Indicadores sobre el uso de la administración electrónica en el año 2020.
Mujeres con educación formal alta

El 84% de las españolas de educación formal alta interactuaron con las adminsitraciones públicas a través de Internet, 5 puntos porcentuales más que las europeas

Indicador	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales) *	
	España	UE 27	España	UE 27
Interacción con las autoridades públicas (últ. 12 meses)	84	79	-1	-3
Obtención de información de los sitios web de las autoridades públicas (últ. 12 meses)	75	67	-2	-3
Descarga de formularios oficiales (últ. 12 meses)	61	53	-4	-4
Envío de formularios completados (últ. 12 meses)	72	60	0	-4

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

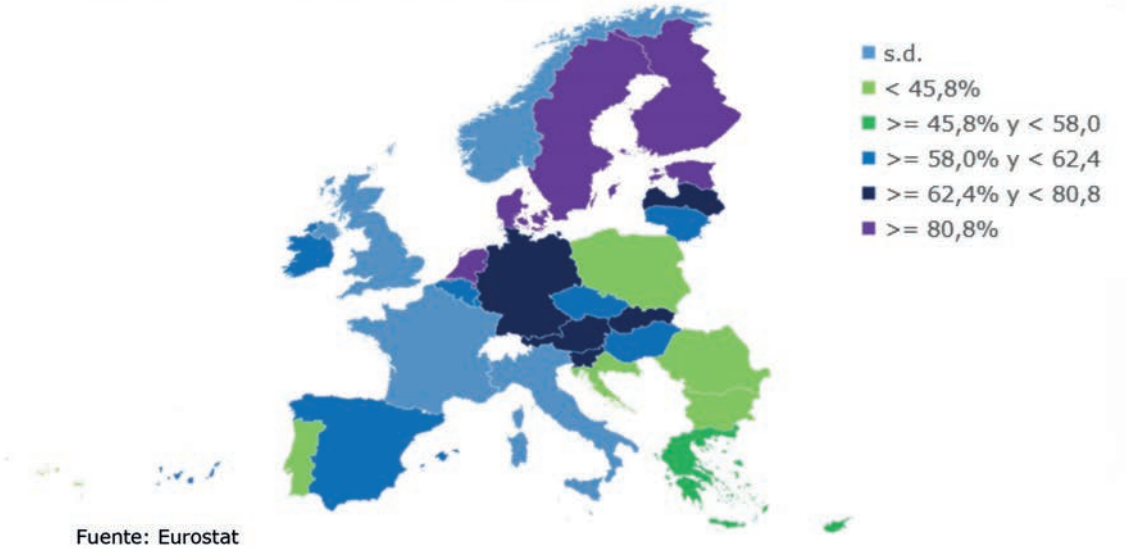
Fuente: Eurostat

Interacción con las autoridades públicas (últ. 12 meses) Año 2020.
Mujeres, de 16 a 74 años

El 61% de las españolas usan Internet para interactuar con las administraciones públicas, por encima del 56% la media de la UE27

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales) *
Dinamarca	91	1
Finlandia	89	2
Suecia	85	-1
Países Bajos	84	-4
Estonia	82	3
Letonia	79	5
Austria	70	-4
Eslovenia	67	0
Alemania	65	-2
Eslovaquia	64	4
Hungría	62	4
España	61	-4
Luxemburgo	59	-8
Irlanda	59	-6
Lituania	59	2
Bélgica	58	-6
República Checa	58	3
Malta	58	5
UE 27	56	-1
Chipre	51	-4
Grecia	50	-6
Polonia	43	2
Portugal	42	-7
Croacia	35	-13
Bulgaria	27	0
Rumania	13	-1
Italia		0
Francia		0

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres



Fuente: Eurostat

Obtención de información de los sitios web de las autoridades públicas (últ. 12 meses) Año 2020.

Mujeres, de 16 a 74 años

En España, el 52% de las mujeres usan Internet para buscar información en las webs de las administraciones públicas

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales) *
Dinamarca	89	1
Finlandia	87	3
Suecia	80	1
Países Bajos	79	-5
Letonia	71	6
Estonia	68	3
Alemania	64	-2
Hungría	61	3
Austria	60	-3
Eslovenia	57	1
República Checa	55	4
Lituania	55	3
Eslovaquia	54	6
España	52	-4
Grecia	49	-6
Malta	48	4
Chipre	47	-2
UE 27	47	-1
Bélgica	44	-5
Portugal	36	-7
Irlanda	36	-3
Croacia	30	-12
Polonia	28	1
Luxemburgo	28	-4
Bulgaria	19	0
Rumania	10	0
Italia		0
Francia		0

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Descarga de formularios oficiales (últ. 12 meses) Año 2020

Mujeres, de 16 a 74 años

El 41% de las españolas se descargan formularios oficiales de las páginas web de las administraciones públicas, 5 puntos porcentuales menos que los hombres

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales) *
Finlandia	76	2
Países Bajos	54	-10
Suecia	51	-3
Luxemburgo	46	-5
Austria	45	-3
Estonia	43	-1
Malta	42	3
Hungría	41	0
España	40	-5
Alemania	38	-3
Dinamarca	37	-4
Chipre	36	-1
Letonia	35	6
Eslovenia	35	6
UE 27	33	-2
Bélgica	33	-4
Lituania	31	1
Eslovaquia	29	3
Irlanda	29	-4
República Checa	29	1
Grecia	28	-7
Polonia	27	3
Croacia	27	-9
Portugal	24	-2
Bulgaria	15	1
Rumania	8	0
Italia		0
Francia		0

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

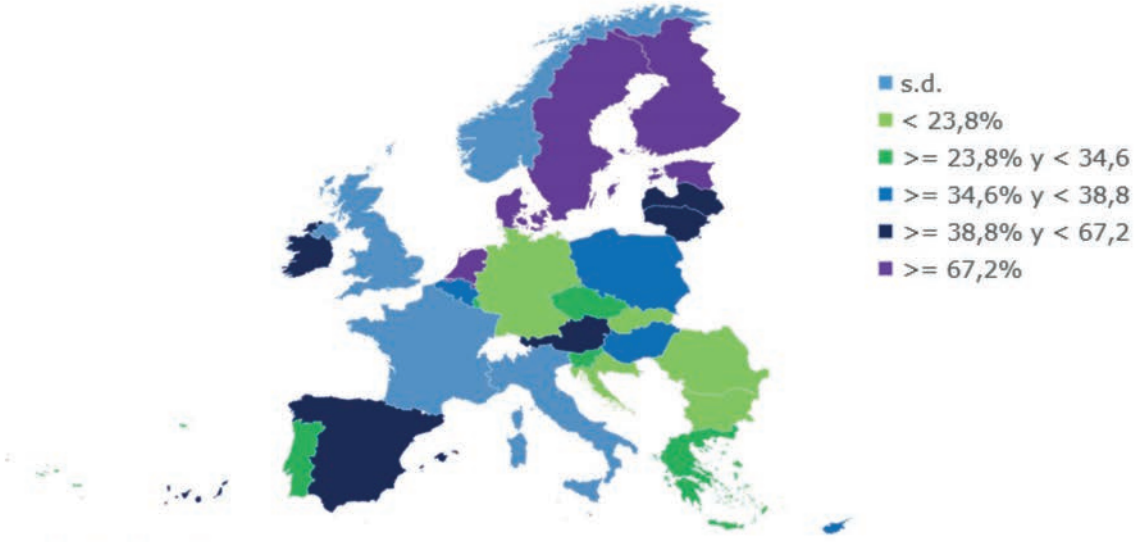
Fuente: Eurostat

Envío de formularios completados (últ. 12 meses) Año 2020.
Mujeres, de 16 a 74 años

La proporción de mujeres (49%) que envían formularios electrónicos cumplimentados a las administraciones públicas es un punto porcentual menor que la de los hombres

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales) *
Estonia	77	5
Finlandia	74	1
Suecia	73	-1
Países Bajos	69	-9
Dinamarca	68	1
Letonia	66	6
Irlanda	51	-6
España	49	-1
Lituania	46	1
Austria	46	-8
Bélgica	37	-9
Chipre	37	-6
UE 27	37	-2
Malta	36	2
Hungría	36	-2
Polonia	35	3
Luxemburgo	33	-5
República Checa	31	4
Portugal	31	-6
Eslovenia	28	-7
Grecia	25	-4
Alemania	23	-6
Croacia	20	-10
Eslovaquia	19	0
Bulgaria	16	2
Rumania	6	-1
Italia		0
Francia		0

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres



Fuente: Eurostat

7. Habilidades Digitales

HABILIDADES DIGITALES

Los datos sobre habilidades digitales recogidos en el presente dossier provienen de la Encuesta de TIC en Hogares que realizó el INE y la recopilación para Europa que hizo Eurostat en 2020, y refleja el nivel diferencial las habilidades digitales percibidas y declaradas en hombres y mujeres.

Se estudian las habilidades digitales clasificándolas por niveles, desde nulos, bajos, medios y avanzados. Respecto a las habilidades digitales, hay una mayor proporción de mujeres con habilidades bajas y básicas que de hombres en términos generales en casi todas las franjas de edad tanto en España como a nivel europeo. Esto es uno de los hándicaps de partida para la integración digital femenina.

Sin embargo, si analizamos por tipos de habilidades, las mujeres están por encima de los varones en habilidades de comunicación (77,9% de las españolas y el 65% de las europeas tiene habilidades de comunicación avanzadas). La búsqueda de información, de uso de *software* y de resolución de problemas en Internet si acumulan un sesgo de género, quizás por la mayor frecuencia de mujeres con habilidades digitales declaradas como bajas.

La tendencia de desventaja en habilidades digitales de las mujeres frente a los varones se invierte según se reduce la edad. Entre las mujeres más jóvenes (19-24 años) las que poseen habilidades avanzadas, son porcentualmente más numerosas que los hombres. La percepción por tipo de competencias también sube, estando por delante de los varones no sólo en habilidades de comunicación, sino también en consulta de información y habilidades de *software*. Por lo que se espera que las próximas generaciones eliminen esta brecha de género con respecto a las habilidades digitales percibidas, donde solo se declaran por detrás de los varones en la resolución de problemas tecnológicos.

Esta situación en cuanto a las habilidades digitales es similar tanto entre las españolas como entre el resto de las europeas de todas las edades.

Indicadores sobre habilidades digitales, de comunicación, información, *software* y resolución de problemas en el año 2020.

Mujeres, de 16 a 74 años

EL 58% de las mujeres españolas tienen habilidades básicas o por encima de las básicas, porcentaje 4,6 puntos porcentuales menor que el de los hombres

Habilidades digitales

	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales)*	
	España	UE 27	España	UE 27
Personas sin habilidades digitales	1,7	1	0,3	0
Personas con habilidades digitales bajas	33,7	30	4,1	2
Personas con habilidades digitales básicas	17,9	25	-2,4	0
Personas con habilidades digitales por encima de las básicas	40,1	29	-2,2	-4
Personas con habilidades digitales básicas o por encima de las básicas	58	54	-4,6	-4

Habilidades de comunicación

	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales)*	
	España	UE 27	España	UE 27
Personas sin habilidades de comunicación	4,5		0,2	0
Personas con habilidades de comunicación básicas	10,8	16	-0,4	-2
Personas con habilidades de comunicación avanzadas	77,9	65	0,2	1

Habilidades de información

	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales)*	
	España	UE 27	España	UE 27
Personas sin habilidades de información	7,1		1	0
Personas con habilidades de información básicas	7	10	-1,1	-1
Personas con habilidades de información avanzadas	79	69	0	0

Habilidades de *software*

	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales)*	
	España	UE 27	España	UE 27
Personas sin habilidades de software	34,2		5	0
Personas con habilidades de software básicas	15,1	20	-1,2	1
Personas con habilidades de software básicas o por encima de las básicas	59,3	36	-5	-6

Habilidades de resolución de problemas

	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales)*	
	España	UE 27	España	UE 27
Personas sin habilidades de resolución	12,4		2,1	0
Personas con habilidades de resolución básicas	19,3	21	1,4	3
Personas con habilidades de resolución avanzadas	61,5	54	-3,6	-6

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: INE y Eurostat (Los datos de la UE 27 son de 2019)

Indicadores sobre habilidades digitales, de comunicación, información, *software* y resolución de problemas en el año 2019.

Mujeres, de 16 a 24 años

Las españolas de 16 a 24 años tienen más habilidades digitales avanzadas que los hombres de su misma edad

Habilidades digitales

	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales)*	
	España	UE 27	España	UE 27
Personas sin habilidades digitales	0	0	0	0
Personas con habilidades digitales bajas	12	16	-2	-2
Personas con habilidades digitales básicas	17	24	-2	0
Personas con habilidades digitales por encima de las básicas	70	58	4	3
Personas con habilidades digitales básicas o por encima de las básicas	87	81	2	2

Habilidades de comunicación

	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales)*	
	España	UE 27	España	UE 27
Personas con habilidades de comunicación básicas	6	5	-1	-2
Personas con habilidades de comunicación avanzadas	92	91	1	2

Habilidades de información

	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales)*	
	España	UE 27	España	UE 27
Personas con habilidades de información básicas	5	9	-1	-2
Personas con habilidades de información avanzadas	92	84	0	2

Habilidades de *software*

	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales)*	
	España	UE 27	España	UE 27
Personas con habilidades de software básicas	7	15	-2	0
Personas con habilidades de software básicas o por encima de las básicas	82	69	5	2

Habilidades de resolución de problemas

	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales)*	
	España	UE 27	España	UE 27
Personas con habilidades de resolución básicas	13	16	-2	0
Personas con habilidades de resolución avanzadas	81	78	-1	0

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: INE y Eurostat

Indicadores sobre habilidades digitales, de comunicación, información, *software* y resolución de problemas en el año 2019.

Mujeres de 25 a 54 años

El 66% de las mujeres de 25 a 54 años tienen habilidades digitales básicas o por encima de las básicas, superando en 2 puntos porcentuales a la media de la UE27

Habilidades digitales

	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales)*	
	España	UE 27	España	UE 27
Personas sin habilidades digitales	1	1	0	0
Personas con habilidades digitales bajas	30	29	0	1
Personas con habilidades digitales básicas	25	29	2	3
Personas con habilidades digitales por encima de las básicas	41	35	-1	-3
Personas con habilidades digitales básicas o por encima de las básicas	66	64	2	0

Habilidades de comunicación

	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales)*	
	España	UE 27	España	UE 27
Personas con habilidades de comunicación básicas	15	15	-2	-2
Personas con habilidades de comunicación avanzadas	78	76	5	4

Habilidades de información

	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales)*	
	España	UE 27	España	UE 27
Personas con habilidades de información básicas	9	11	3	2
Personas con habilidades de información avanzadas	81	76	-5	-4

Habilidades de *software*

	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales)*	
	España	UE 27	España	UE 27
Personas con habilidades de software básicas	19	23	2	3
Personas con habilidades de software básicas o por encima de las básicas	49	43	0	-3

Habilidades de resolución de problemas

	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales)*	
	España	UE 27	España	UE 27
Personas con habilidades de resolución básicas	18	21	1	3
Personas con habilidades de resolución avanzadas	70	65	1	-3

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: INE y Eurostat

Indicadores sobre habilidades digitales, de comunicación, información, *software* y resolución de problemas en el año 2019.

Mujeres, de 55 a 74 años

Las españolas de 55 a 74 años tienen menos habilidades digitales avanzadas que los hombres de su misma edad, siendo la distancia de género de 11 puntos porcentuales

Habilidades digitales

	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales)*	
	España	UE 27	España	UE 27
Personas sin habilidades digitales	5	2	1	0
Personas con habilidades digitales bajas	45	37	8	6
Personas con habilidades digitales básicas	15	19	-5	-4
Personas con habilidades digitales por encima de las básicas	10	9	-7	-7
Personas con habilidades digitales básicas o por encima de las básicas	26	28	-11	-10

Habilidades de comunicación

	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales)*	
	España	UE 27	España	UE 27
Personas con habilidades de comunicación básicas	21	21	-1	-3
Personas con habilidades de comunicación avanzadas	39	38	-2	-2

Habilidades de información

	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales)*	
	España	UE 27	España	UE 27
Personas con habilidades de información básicas	16	11	1	0
Personas con habilidades de información avanzadas	46	47	-5	-5

Habilidades de *software*

	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales)*	
	España	UE 27	España	UE 27
Personas con habilidades de software básicas	14	17	-2	0
Personas con habilidades de software básicas o por encima de las básicas	15	14	-9	-9

Habilidades de resolución de problemas

	Porcentaje de mujeres		Diferencia de género (puntos porcentuales)*	
	España	UE 27	España	UE 27
Personas con habilidades de resolución básicas	22	24	2	4
Personas con habilidades de resolución avanzadas	27	28	-11	-11

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: INE y Eurostat
Los datos de la UE 27 son de 2019

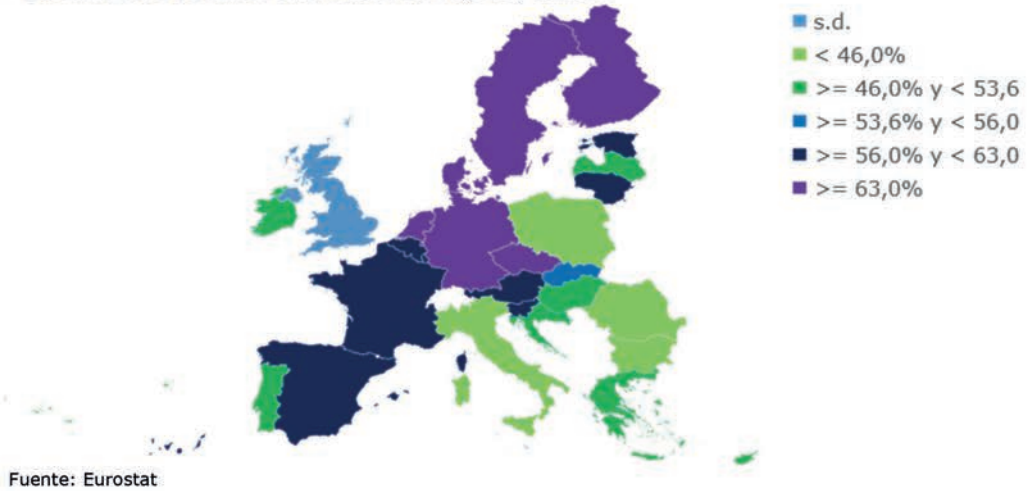
Personas con habilidades digitales básicas o por encima de las básicas en el año 2019.

Mujeres, de 16 a 74 años

El 56% de las españolas tienen habilidades digitales básicas o por encima de las básicas, 3 puntos porcentuales por debajo de los hombres

Paises	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales)*
Finlandia	78	3
Países Bajos	76	-7
Suecia	71	-3
Dinamarca	68	-4
Alemania	67	-6
República Checa	62	0
Luxemburgo	61	-7
Austria	61	-9
Estonia	61	-1
Bélgica	58	-5
Lituania	56	0
España	56	-3
Eslovenia	56	1
Francia	56	-2
Malta	55	-2
UE 27	54	-4
Eslovaquia	54	0
Irlanda	53	-1
Croacia	50	-7
Portugal	49	-5
Grecia	49	-3
Chipre	47	4
Hungría	46	-6
Letonia	46	6
Polonia	43	-3
Italia	38	-7
Bulgaria	30	2
Rumania	29	-4

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres



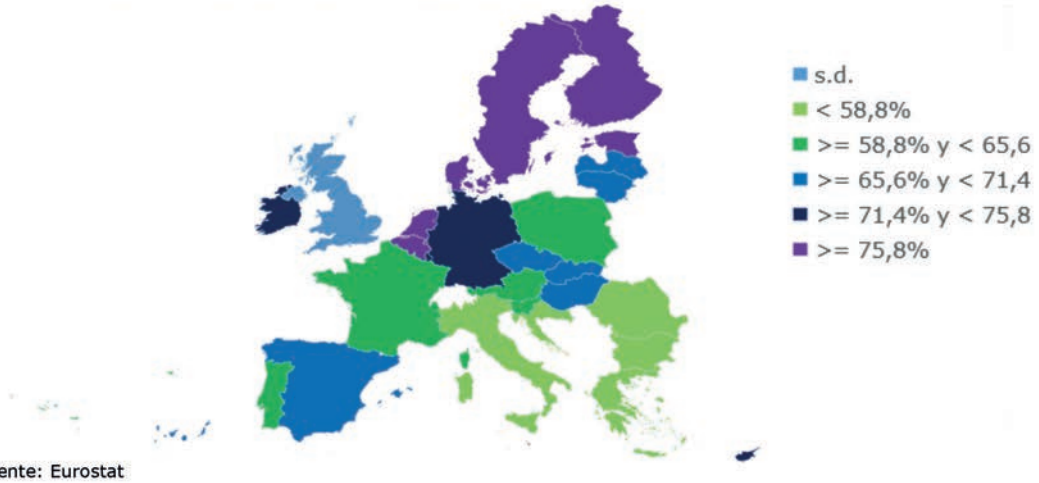
Fuente: Eurostat

Personas con habilidades de comunicación avanzadas en el año 2019.
Mujeres, de 16 a 74 años

Las mujeres europeas superan a los hombres en habilidades de comunicación avanzadas. En España el 67% de las mujeres tienen habilidades de comunicación avanzadas, por encima de la media de la UE27 que es de 65%.

Paises	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales)*
Dinamarca	87	3
Países Bajos	84	2
Finlandia	83	6
Suecia	83	4
Bélgica	79	1
Estonia	75	6
Irlanda	73	6
Malta	73	1
Luxemburgo	72	0
Chipre	72	1
Alemania	72	1
Letonia	71	6
Hungría	71	0
Lituania	68	6
República Checa	67	2
España	67	1
Eslovaquia	66	1
UE 27	65	1
Austria	64	-1
Portugal	62	0
Francia	61	4
Polonia	59	2
Eslovenia	59	1
Croacia	58	-4
Grecia	58	0
Bulgaria	55	1
Rumania	54	-2
Italia	53	-3

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres



Fuente: Eurostat

Personas con habilidades de información avanzadas en el año 2019.
Mujeres, de 16 a 74 años

El 74% de las españolas tienen habilidades de información avanzadas

Países	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales)*
Dinamarca	90	-1
Finlandia	90	3
Suecia	88	2
Países Bajos	88	-3
Alemania	84	1
Estonia	81	2
República Checa	77	4
Irlanda	77	4
España	74	1
Malta	74	6
Lituania	73	3
Chipre	73	1
Bélgica	73	-1
Austria	72	-3
Luxemburgo	71	-5
Croacia	70	-4
Hungría	70	0
Letonia	70	4
Francia	70	3
UE 27	69	0
Eslovenia	69	0
Eslovaquia	69	-2
Grecia	66	-3
Polonia	64	3
Portugal	61	-2
Rumania	49	0
Bulgaria	47	4
Italia	44	-5

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Personas con habilidades de *software* básicas o por encima de las básicas en el año 2019.

Mujeres, de 16 a 74 años

Las españolas tienen menos habilidades avanzadas de *software* que los españoles, el 42% de las mujeres frente al 45% de los hombres. Este es un patrón que se repite en la mayor parte de los Estados miembros

Países	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales)*
Finlandia	54	-2
Dinamarca	51	-8
Suecia	49	-4
Países Bajos	49	-12
Austria	46	-9
Eslovenia	44	3
Alemania	44	-9
Luxemburgo	43	-7
Malta	43	-3
España	42	-3
Croacia	41	-5
Francia	40	-4
Portugal	40	-4
Estonia	40	-4
Irlanda	40	-3
Lituania	36	1
Bélgica	36	-6
UE 27	36	-6
Eslovaquia	32	0
Letonia	31	4
Chipre	31	2
Grecia	31	-4
Hungría	30	-4
Italia	29	-7
República Checa	27	-6
Polonia	25	-3
Bulgaria	18	3
Rumania	14	-2

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

Personas con habilidades de resolución avanzadas en el año 2019.
Mujeres, de 16 a 74 años

El 58% de las mujeres españolas tienen habilidades avanzadas de resolución de problemas, 3 puntos porcentuales por debajo de los hombres

Países	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales) *
Países Bajos	78	5
Finlandia	76	3
Suecia	71	8
Dinamarca	69	7
Alemania	69	8
Estonia	64	6
República Checa	61	5
Francia	61	3
Austria	59	-11
Bélgica	59	6
Eslovaquia	58	2
España	58	3
Luxemburgo	57	-12
Lituania	56	3
UE 27	54	6
Irlanda	53	4
Malta	53	6
Eslovenia	52	1
Letonia	51	3
Croacia	47	-10
Polonia	44	6
Chipre	43	1
Hungría	40	8
Portugal	40	7
Grecia	38	7
Rumania	33	1
Italia	33	9
Bulgaria	25	1

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

8. Graduados en carreras tecnológicas

GRADUADOS EN CARRERAS TECNOLÓGICAS

La inversión en conocimiento es clave para impulsar y adaptarse la transformación digital. Una de las claves para conseguir este conocimiento es mediante la inversión en educación. La educación terciaria se ha expandido en todo el mundo para apoyar la oferta de individuos altamente educados y para satisfacer la creciente demanda de habilidades, especialmente habilidades cognitivas. Los responsables políticos se centran especialmente en el suministro de científicos, ingenieros y expertos en tecnología, debido a su participación directa en el cambio técnico y la transformación digital en curso

Cabe preguntarse si la transformación digital en curso beneficiará la posición de la mujer en el mercado laboral. Por una parte, la economía digital proporciona ocupaciones más flexibles que pueden facilitar la conciliación del trabajo remunerado con las responsabilidades de cuidado, que con mayor frecuencia es asumida por las mujeres. Por otra parte, la automatización puede provocar que ciertos trabajos menos cualificados sean reemplazados, lo que da ventaja a las mujeres, ya que ahora superan a los hombres en la mayoría de las medidas de logros educativos.

Sin embargo, un análisis más detallado muestra que tanto las mujeres como los hombres pueden ganar y temer de la transformación digital. Las mujeres se pueden beneficiar de la flexibilidad en el trabajo, pero su uso inadecuado puede precarizar y reducir la calidad de las condiciones laborales. Hasta ahora, la automatización ha sido más común en sectores como la agricultura y la manufactura, donde dominan los hombres. Pero en el futuro, se espera que la automatización se extienda, aunque en diferentes grados, en todos los sectores y la mayoría de las ocupaciones, incluidas las tradicionalmente dominadas por las mujeres, como el comercio minorista, los servicios de alimentos y bebidas. Además, es probable que los empleos crezcan más en los servicios comerciales, la salud, la educación y los servicios sociales, muchos de los cuales han sido tradicionalmente dominados por mujeres.

Existen evidencias de que las personas con más capacidades tienen más probabilidad de mantener su puesto de trabajo frente a la automatización. Menos del 5% de los trabajadores con titulación superior tienen un alto riesgo de perder su trabajo debido a la automatización, en comparación con el 40% de los trabajadores con un título secundario o inferior. Esto es una buena noticia para las mujeres ya que, en todos los países de la OCDE, hay más mujeres que hombres con formación superior. En España, el 35,7% de la población femenina tenía titulación superior en 2017, frente al 30,4% de los hombres. Sin embargo, las diferencias de género en lo relativo a la formación, pueden significar que las mujeres se beneficiarán menos de las nuevas oportunidades de empleo en ocupaciones relacionadas con las ciencias, tecnología, ingeniería y matemáticas (STEM por su acrónimo en inglés). En España la proporción de graduados en TIC (4%) está por encima de la media de la media de la UE27 (3,6%), pero lejos de los países líderes en esta cuestión Malta (7,9%), Estonia (7,4%) e Irlanda (7,3%).

Sin embargo, en el caso de las mujeres España se encuentra en una posición media baja respecto del resto de países de la UE27. Con un 0,5% de graduadas en TIC, los valores de España están dos décimas por debajo de la media de la UE27. Además, la distancia con respecto a los hombres es significativa, de 3 puntos porcentuales, superior a la media de la media europea que es de 2,2 puntos porcentuales.

Graduadas TIC en el año 2017.
Mujeres

En España, la diferencia de género en los que respecto a graduados TIC es de 3 puntos porcentuales

País	Porcentaje de mujeres	Diferencia d género (puntos porcentuales)*
Estonia	2,2	-3,1
Rumania	1,9	-1,8
Irlanda	1,7	-3,9
Bulgaria	1,4	-0,9
Malta	1,3	-5,4
Suecia	1,3	-1,7
Finlandia	1,3	-3,7
Croacia	1,2	-3,2
Letonia	1,1	-2,7
Dinamarca	1,1	-2,5
Grecia	1	-0,9
Alemania	0,9	-2,9
Chipre	0,8	-1,1
Polonia	0,7	-2,1
República Checa	0,7	-3,1
Hungría	0,7	-2,9
Luxemburgo	0,6	-3,3
Austria	0,6	-2,8
Francia	0,5	-2
España	0,5	-3
Eslovenia	0,5	-2,7
Lituania	0,5	-1,8
Países Bajos	0,4	-1,7
Eslovaquia	0,4	-2,5
Portugal	0,3	-1,3
Bélgica	0,2	-1,5
Italia	0,1	-0,7

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

9. Especialistas en tecnología

ESPECIALISTAS EN TECNOLOGÍA

Los especialistas en tecnología suponen una fuerza laboral clave para lograr una transformación digital exitosa, de forma que posea el potencial para mantener y hacer crecer la economía digital. El seguimiento del empleo de los especialistas en tecnología y, en particular, la participación de las mujeres en el sector tecnológico tiene una especial relevancia. En esta sección se muestran los valores encontrados para el indicador de mujeres especialistas en tecnología medido como porcentaje del total de especialistas en tecnología.

Los especialistas en tecnología son personas empleadas en tareas relacionadas con el desarrollo, mantenimiento y operación de sistemas TIC, donde las TIC son la parte principal de su trabajo. La definición operativa aplicada aquí corresponde a las siguientes ocupaciones CIUO-08: 133 (Gerentes de servicios de tecnología de la información y las comunicaciones), 215 (Ingenieros en electro tecnología), 251 (Desarrolladores y analistas de *software* y aplicaciones), 252 (Profesionales de bases de datos y redes), 351 (Operaciones de tecnología de la información y las comunicaciones y soporte al usuario), 352 (Técnicos de telecomunicaciones y radiodifusión) y 742 (Instaladores y reparadores de electrónica y telecomunicaciones).

En 2019, el 3,6% de los ocupados en España eran especialistas en tecnología, lo que supone algo más de 712 mil ocupados. De ellos, el 19,7% eran mujeres, lo que equivale a 141 mil mujeres especialistas en tecnología. En los dos últimos años se ha producido una evolución positiva en lo que se refiere a la proporción de mujeres especialistas en tecnología en España, pasando del 16,7% en 2017 y 17,8% del 2018 al 19,7% ya mencionado.

En el contexto europeo, España se encuentra por encima de la media de la UE27, cuyo valor es de 17,9%. Los países con mayor proporción de mujeres especialistas en tecnología son Bulgaria (28,1%), Lituania (24,4%), Letonia (23,9%), Rumania (23,5%), Estonia (22,8%) e Irlanda (21,4%).

Especialistas TIC (% total empleo) en el año 2019.
Mujeres

El 19,7% de los especialistas TIC es España son mujeres

Países	Porcentaje de mujeres	Diferencia de género (puntos porcentuales)*
Bulgaria	28,1	-43,8
Lituania	24,4	-51,2
Letonia	23,9	-52,2
Rumania	23,5	-53
Estonia	22,8	-54,4
Irlanda	21,4	-57,2
Finlandia	21,1	-57,8
Dinamarca	21,1	-57,8
Croacia	20,5	-59
Suecia	20,5	-59
Austria	20,4	-59,2
Grecia	20,2	-59,6
España	19,7	-60,6
Francia	19,6	-60,8
Eslovenia	19,5	-61
Chipre	19,1	-61,8
Portugal	18,3	-63,4
Unión Europea - 27 países (desde 2020)	17,9	-64,2
Países Bajos	17,3	-65,4
Bélgica	17,2	-65,6
Alemania	16,8	-66,4
Luxemburgo	15,5	-69
Italia	15,1	-69,8
Polonia	14,4	-71,2
Eslovaquia	14	-72
Malta	10,9	-78,2
Hungría	10,6	-78,8
República Checa	10,2	-79,6

* Diferencia entre los valores observados entre mujeres y hombres

Fuente: Eurostat

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE ASUNTOS ECONÓMICOS Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL
SECRETARÍA DE ESTADO DE DIGITALIZACIÓN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL
red.es | ontsi