

¿Desigualdades en el Mundo Digital? Brechas De Género En El Uso De Las TIC

Aileen Agüero
Monoserrat Bustelo
Mariana Viollaz

Division de Género y Diversidad

NOTA TÉCNICA N°
IDB-TN-01879

¿Desigualdades en el Mundo Digital? Brechas De Género En El Uso De Las TIC

Aileen Agüero
Monoserrat Bustelo
Mariana Viollaz

Marzo 2020

Catalogación en la fuente proporcionada por la
Biblioteca Felipe Herrera del
Banco Interamericano de Desarrollo
Agüero, Aileen.

¿Desigualdades en el mundo digital?: brechas de género en el uso de las TIC / Aileen
Agüero, Monserrat Bustelo, Mariana Viollaz.

p. cm. — (Nota técnica del BID ; 1879)

Incluye referencias bibliográficas.

1. Digital divide-Latin America. 2. Internet and women-Latin America. 3. Computers
and women-Latin America. 4. Information technology-Social aspects-Latin America. 5.
Digital communications-Social aspects-Latin America. I. Bustelo, Monserrat. II. Viollaz,
Mariana. III. Banco Interamericano de Desarrollo. División de Género y Diversidad. IV.
Título. V. Serie.

IDB-TN-1879

Códigos JEL: O1, D6

Palabras clave: Tecnologías de la información y comunicación, brechas de género en
el acceso, brechas de género en el uso.

<http://www.iadb.org>

Copyright © 2020 Banco Interamericano de Desarrollo. Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivadas (CC-IGO 3.0 BY-NC-ND) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso no-comercial otorgando el reconocimiento respectivo al BID. No se permiten obras derivadas.

Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la CNUDMI (UNCITRAL). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID, no están autorizados por esta licencia CC-IGO y requieren de un acuerdo de licencia adicional.

Note que el enlace URL incluye términos y condiciones adicionales de esta licencia.

Las opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo, de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representa.



¿DESIGUALDADES EN EL MUNDO DIGITAL?



BRECHAS DE GÉNERO EN EL
USO DE LAS TIC



ELLAS TAMBIÉN QUIEREN SER *TECHIES*: LA BRECHA DIGITAL ALREDEDOR DEL MUNDO

Las tecnologías digitales avanzan muy rápidamente generando transformaciones económicas y sociales. En una sociedad interconectada como la actual, el acceso y uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), como internet y telefonía móvil, son clave para expandir las oportunidades de las personas¹. Los avances tecnológicos están teniendo grandes impactos en nuestra manera de trabajar, de aprender y, de forma general, en nuestra manera de interactuar. Tener acceso a las nuevas tecnologías y contar con las habilidades necesarias para usarlas resulta esencial para obtener los beneficios que

los avances tecnológicos pueden brindarnos (por ejemplo, mejorar las posibilidades de obtener un empleo), y minimizar sus riesgos (por ejemplo, el desempleo como resultado de la automatización).



HOY EN DÍA, EL ACCESO Y USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN SON CLAVE PARA EXPANDIR LAS OPORTUNIDADES DE LAS PERSONAS

LA TENDENCIA GLOBAL EN EL ACCESO Y USO DE LAS TIC ES CRECIENTE

Las suscripciones a teléfonos móviles e internet han crecido entre 2005 y 2018, al igual que el número de personas que usan internet (ITU, 2018). Este crecimiento está siendo liderado, principalmente, por países en desarrollo, mientras que los países desarrollados están alcanzando tasas de saturación.

EN LA REGIÓN DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

53%



de la población está conectada a internet (GSMA, 2019a).

Entre
2014



2017

hubo importantes mejoras de infraestructura



El porcentaje de población alcanzada por la red de **tecnología**

3G



creció desde el **83%** — al — **92%**

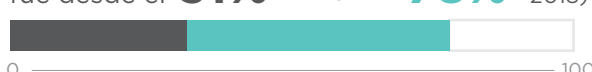


y en lo que se refiere a la **tecnología**

4G



el **aumento** fue desde el **31%** — al — **78%** (GSMA, 2018)



En el **2018** el **65%** de la población tuvo **acceso a un teléfono inteligente** y la región se ubicó por encima del promedio mundial del **60%** (GSMA, 2019a).

1. Entendemos por TIC a computadoras (incluyendo computadoras personales, laptops y tablets), teléfonos móviles (básicos e inteligentes) e internet.

Las brechas entre hombres y mujeres en el acceso y uso de las TIC se encuentran a nivel mundial y son un reflejo de desigualdades de género ya existentes en el mercado laboral. Por ejemplo, en los países del sur de Asia, el acceso de los hombres a un teléfono móvil supera en 23 puntos porcentuales al de las mujeres. En términos de brechas de género en el acceso y uso de las TIC, América Latina y el Caribe se encuentra mejor posicionada que otras regiones en desarrollo del mundo, aunque los buenos resultados regionales esconden diferencias importantes entre países. Por ejemplo, las brechas de acceso a internet oscilan entre los 4 puntos porcentuales en favor de las mujeres en Argentina y los 18 puntos porcentuales en favor de los hombres en Perú (ver Recuadro 1). **Las brechas de género también se extienden a las llamadas habilidades del siglo XXI,**ⁱ altamente valoradas hoy y cuya demanda continúa en imparable ascenso. En los países de la OCDE, las mujeres se encuentran mejor posicionadas que los hombres en términos de habilidades TIC, pero están por debajo en términos

de habilidades CTIM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemática) y de gestión y comunicación (OCDE, 2018). Sin embargo, en América Latina y el Caribe, la evidencia disponible para un grupo de cuatro países de la región indica que los hombres superan a las mujeres en los tres grupos de habilidades (TIC, de gestión y comunicación y CTIM).ⁱⁱ Estos datos ponen de manifiesto la desventaja en la que se encuentran las mujeres a la hora de enfrentar las transformaciones de lo que ya se conoce como Cuarta Revolución Industrial (Bustelo et al., 2019a y 2019b).



LA REGIÓN DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE SE ENCUENTRAN MEJOR POSICIONADAS QUE OTRAS EN TÉRMINOS DE BRECHAS DE GÉNERO EN EL ACCESO Y USO DE LAS TIC

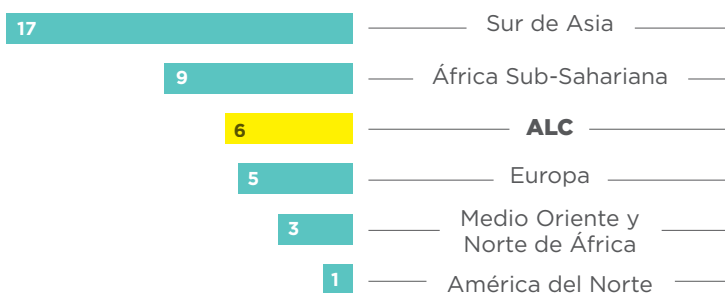
RECUADRO 1:

Brechas de género en el acceso a las TIC alrededor del mundo

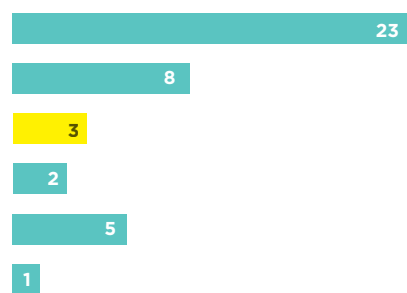
En comparación con otras regiones en desarrollo, en América Latina y el Caribe las brechas de género en el acceso a las TIC son pequeñas. Así, en el periodo comprendido entre 2017 y 2018, el porcentaje de acceso a internet en la región fue del 63% para hombres y el 57% para mujeres, mientras que el acceso y uso del teléfono móvil fue del 83% para hombres y el 80% para mujeres. Esta realidad contrasta con la de otras regiones en desarrollo donde las brechas de género son más acentuadas. Por ejemplo, en el sur de Asia, la brecha de acceso al teléfono móvil alcanza los 23 puntos porcentuales.

BRECHAS DE ACCESO POR REGIONES

Panel A: Acceso a internet



Panel B: Acceso al teléfono móvil



Notas: Cálculos en base a la encuesta Gallup 2017-2018. <https://theinclusiveinternet.eiu.com/>

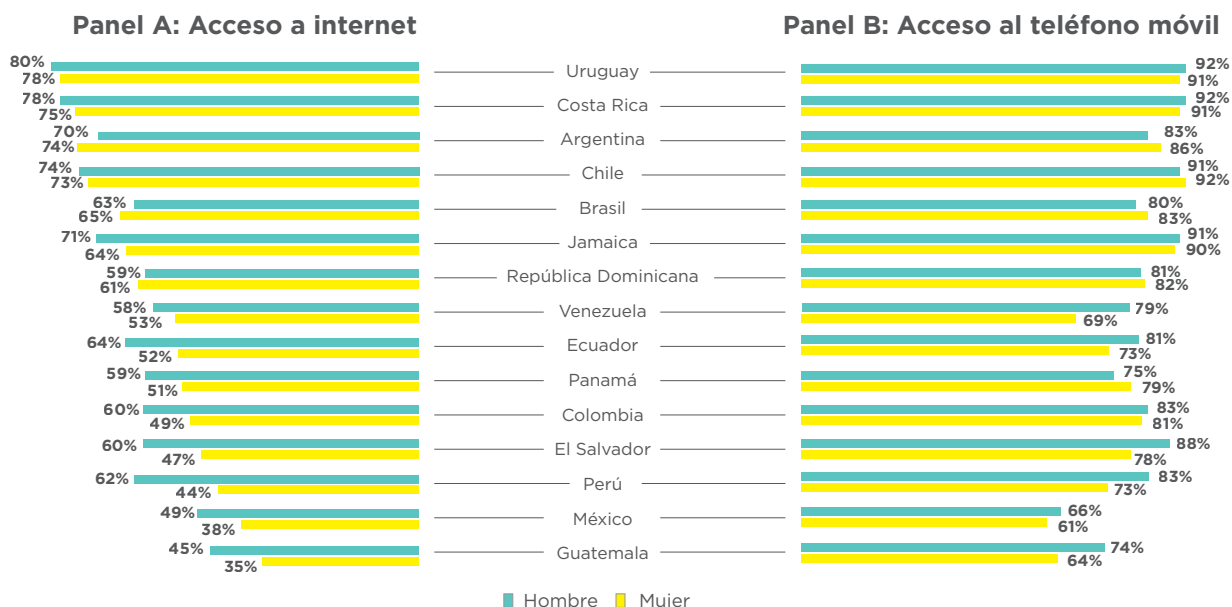
Fuente: EIU (2019).

Notas: Cálculos en base a la encuesta Gallup 2017-2018. <https://theinclusiveinternet.eiu.com/>

Fuente: EIU (2019).

Sin embargo, el promedio de la región esconde importantes diferencias entre países. En general, estas brechas favorecen a los hombres con magnitudes que varían desde 1 punto porcentual (en el caso de Chile) a 18 puntos porcentuales (en el caso de Perú).

HETEROGENEIDAD DE BRECHAS DE ACCESO EN ALC



Notas: Cálculos en base a la encuesta Gallup 2017-2018. <https://theinclusiveinternet.eiu.com/>

Fuente: EIU (2019).

ACERCA DE ESTE ESTUDIO...

Contar con información detallada sobre las brechas de género en el acceso y uso de las TIC, así como en las habilidades del siglo XXI, es esencial para comenzar a actuar conduciendo los esfuerzos en la dirección necesaria. Cerrar las brechas de género en esta materia es prioritario para igualar oportunidades y evitar que las mujeres queden rezagadas en un mundo en el que la adopción de tecnologías se produce de forma cada vez más rápida y afecta cada vez a más sectores.

En esta nota describimos las brechas de género en el acceso y uso de las TIC en seis países de América Latina. Para ello, utilizamos microdatos de la encuesta After Access que se ha llevado a cabo en nuestra región entre los años 2017 y 2018 en Argentina, Colombia, Ecuador, Guatemala, Paraguay y Perú². A diferencia de otras fuentes de datos, como las

encuestas de hogares, en las que la información recogida suele limitarse al acceso de las TIC, la encuesta After Access proporciona información detallada sobre las barreras de acceso a las TIC, los tipos de uso que hacen las personas cuando acceden a estas tecnologías (p. ej. uso de distintos tipos de aplicaciones en el teléfono móvil o uso de internet para actividades educativas). También ofrece información sobre frecuencia de uso, participación en actividades pertenecientes a la economía gig y actitudes respecto a internet.

CERRAR LAS BRECHAS DE GÉNERO EN EL ACCESO Y USO DE LAS TIC ES PRIORITARIO PARA IGUALAR OPORTUNIDADES Y EVITAR QUE LAS MUJERES QUEDEN REZAGADAS

2. Ver www.olatic.net

En cada país la encuesta es representativa a nivel nacional y abarca aproximadamente

1,500 hogares

en los que se selecciona, aleatoriamente, a **un individuo informante de 15 años o más.**

Este estudio utiliza una muestra compuesta por

mujeres y hombres

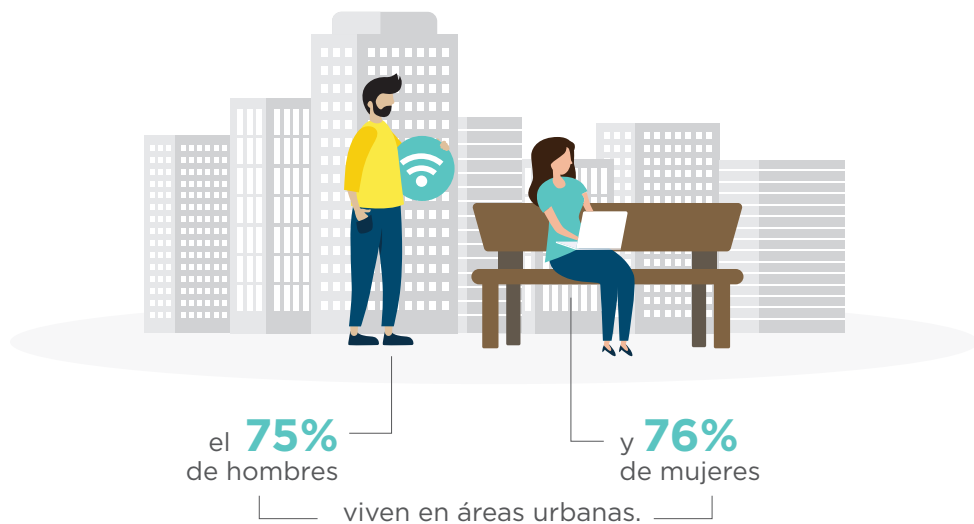
entre **15 y 70 años**

(los detalles de distribución de la muestra están en las tablas 1 y 2).

Este estudio analiza las estadísticas del promedio de los seis países, resaltando experiencias particulares cuando difieren respecto de este promedio³.



Por otra parte, la muestra tiende a ser mayoritariamente urbana. Para el promedio de los seis países,



Esta distribución se mantiene mayoritariamente en todos los países, donde **más del 60% de la muestra es urbana**, con excepción de Guatemala donde este número no supera el 50%.

Considerados de forma conjunta, en los seis países,

más de la mitad de **los hombres**

(61%)

y de **las mujeres**
(59%)

poseen un nivel educativo alto (11 o más años de educación).

Si exploramos por país,

Perú, Ecuador y Argentina

son los que **cuentan con mayor proporción de hombres y mujeres con nivel de educación alta**, mientras que **Paraguay y**

Guatemala cuentan con **proporciones por debajo de la media** de los seis países considerados.



3. Las tablas con las estadísticas para el promedio de los seis países se muestran en el Apéndice A, mientras que las correspondientes a cada uno de los países están disponibles en el Apéndice B.

TABLA 1:
Tamaño muestral y distribución según género

PAÍS	OBSERVACIONES	HOMBRES	MUJERES
Argentina	1,346	52%	48%
Colombia	1,485	64%	36%
Ecuador	1,453	65%	35%
Guatemala	1,457	54%	46%
Perú	1,530	65%	35%
Paraguay	1,444	66%	34%
TOTAL	8,715	60%	40%

Notas: Población entre 15 y 70 años. La distribución de observaciones según género se obtuvo utilizando pesos muestrales.

Fuente: Elaboración propia con base en After Access 2017-2018.

TABLA 2:
Distribución de la muestra de hombres y mujeres según nivel educativo y área geográfica

PAÍS	NIVEL EDUCATIVO ALTO		POBLACIÓN URBANA	
	HOMBRE	MUJER	HOMBRE	MUJER
Argentina	67%	60%	97%	98%
Colombia	54%	61%	76%	75%
Ecuador	73%	64%	64%	64%
Guatemala	42%	34%	45%	48%
Perú	79%	72%	75%	79%
Paraguay	45%	37%	64%	63%
TOTAL	61%	59%	75%	76%

Notas: Nivel educativo alto corresponde a 11 años de educación o más.

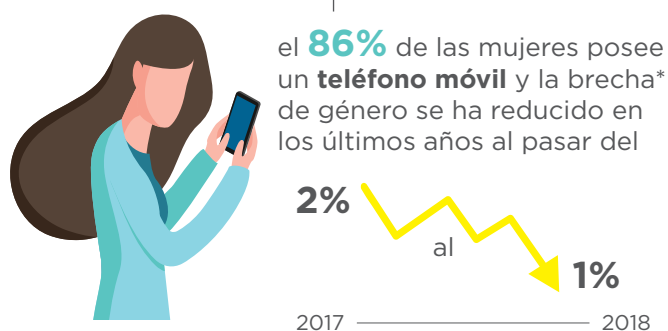
Fuente: Elaboración propia con base en After Access 2017-2018.

RADIOGRAFÍA DE LAS BRECHAS DIGITALES DE GÉNERO EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

BRECHA DE ACCESO: LIGERA VENTAJA DE LOS HOMBRES

Existen numerosos estudios que han reportado las tendencias mundiales y regionales de las brechas de género en el acceso y uso de las TIC. En general, **las discrepancias en la región de América Latina y el Caribe favorecen a los hombres, aunque no son elevadas cuando se trata de tecnologías básicas como el teléfono móvil o internet.**

La Asociación GSM⁴ (GSMA, 2019b) indica que, en nuestra región



*Cuánto menos probable es que una mujer acceda en relación a un hombre.

En términos de acceso y uso de TIC, los datos de After Access muestran un panorama similar al presentado por otros informes. El acceso a telefonía móvil es elevado. **Más del 80% de hombres y mujeres cuentan ya sea con un teléfono móvil básico, un teléfono con algunas funciones o con un teléfono inteligente o smartphone** (Figura 1). La brecha de género favorece a los hombres (el 89% de ellos tiene un teléfono móvil mientras que el 85% de las mujeres cuenta con este dispositivo). Este resultado está determinado por las brechas que se observan en Guatemala (7 puntos porcentuales), Paraguay (5 puntos porcentuales) y Perú (7 puntos porcentuales), aunque estos resultados solo son estadísticamente significativos en Guatemala. En los restantes países, las discrepancias son pequeñas (un punto porcentual aproximadamente) y estadísticamente no significativas (Tabla B1). Al distinguir por tipo de teléfono móvil, el smartphone es el más utilizado

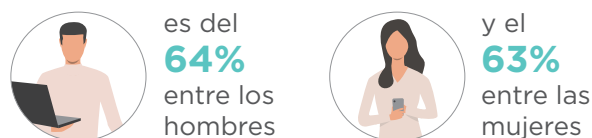
▶▶▶▶▶ **EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE, LA BRECHA DE ACCESO Y USO DE LAS TIC FAVORECE A LOS HOMBRES, AUNQUE LAS DIFERENCIAS SON PEQUEÑAS EN TECNOLOGÍAS BÁSICAS COMO EL MÓVIL O INTERNET**

Esta realidad contrasta con la de otras regiones donde las brechas de género son más acentuadas. Por ejemplo, la brecha de acceso al **teléfono móvil**

es del **28%** en el sur de Asia y del **15%** en África Subsahariana*

*GSMA, 2019b.

En lo que se refiere a **internet**, la Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU, 2017) reporta que su uso en países de la región



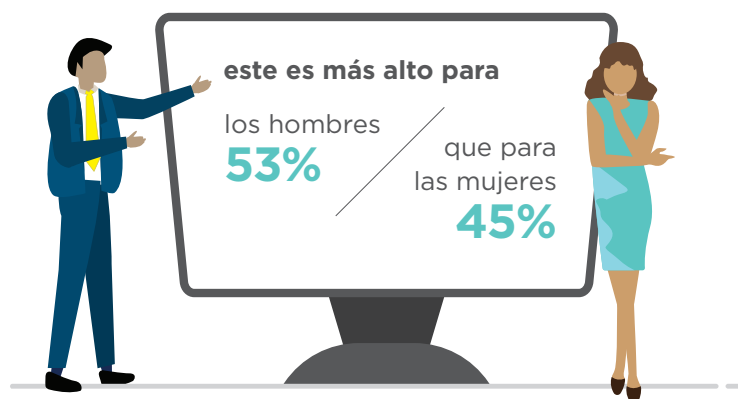
entre aquellos que tienen acceso y, al igual que para el teléfono básico y el que cuenta con algunas funciones, no hay diferencias de género que sean significativas en términos estadísticos. Este panorama regional esconde algunas heterogeneidades por país. Por ejemplo, en Guatemala y Ecuador existen brechas en el uso del smartphone a favor de los hombres, de 15 y 6 puntos porcentuales, respectivamente (Tabla B1); mientras que en el resto de los países, las brechas no son diferentes de cero estadísticamente.

▶▶▶▶▶ **EN ALC, MÁS DEL 80% DE HOMBRES Y MUJERES CUENTAN CON UN TELÉFONO MÓVIL Y LA BRECHA DE GÉNERO FAVORECE LIGERAMENTE A LOS HOMBRES**

4. Asociación que agrupa a las compañías del sector móvil.

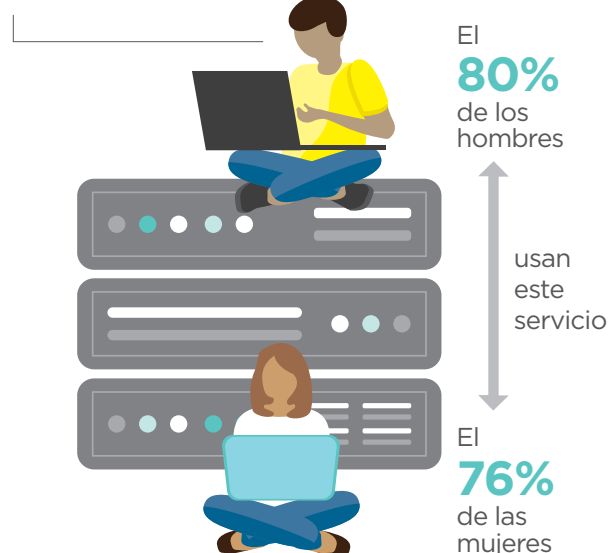
5. De acuerdo con los datos de After Access para África, tan solo Sudáfrica se encuentra en niveles de acceso y uso de TIC similares a América Latina. Ver: <https://afteraccess.net/wp-content/uploads/2018-After-Access-Understanding-the-gender-gap-in-the-Global-South.pdf>

En lo que se refiere al acceso a una computadora, **el promedio de los 6 países analizados indica que**



Es importante destacar que esta brecha se explica, en gran parte, por el resultado obtenido en Colombia donde la discrepancia entre hombres y mujeres alcanza un valor de 19 puntos porcentuales (Tabla B1), mientras que en el resto de los países no hay brechas de género estadísticamente significativas. El acceso a una tablet también es levemente más alto entre los hombres, aunque esta diferencia no es significativa en términos estadísticos, mientras que el acceso a una laptop es el mismo para hombres y mujeres.

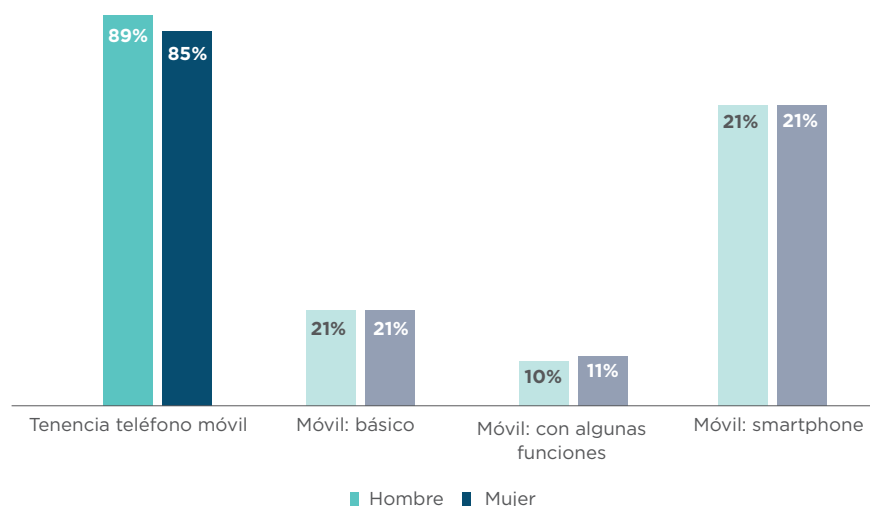
En cuanto a internet, su uso está muy extendido y también existe una brecha, en general, a favor de los **hombres**



Teniendo en cuenta cada uno de los países incluidos en la muestra, se observa que la brecha en el uso de internet es significativa en sólo tres de ellos: Ecuador (8 puntos porcentuales), Guatemala (16 puntos porcentuales) y Perú (11 puntos porcentuales) (Tabla B1).

FIGURA 1:

Tenencia de un teléfono móvil, general y por tipo de dispositivo

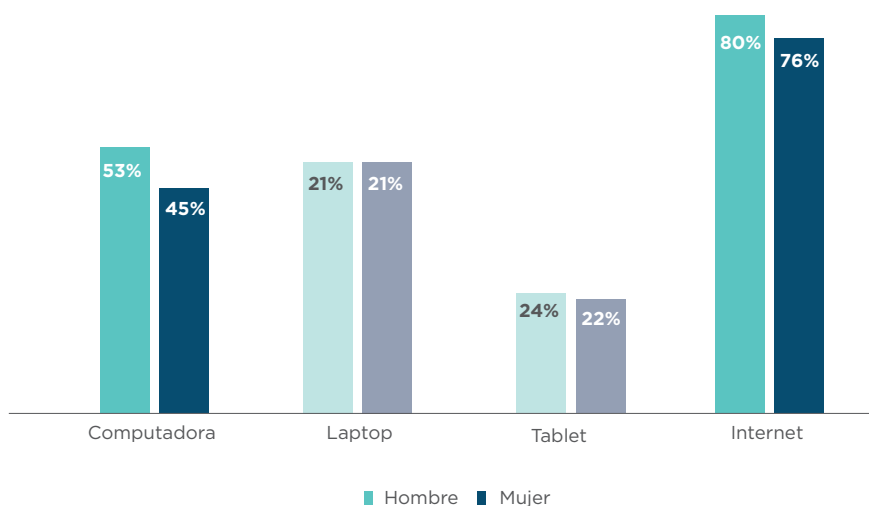


Notas: Los colores intensos indican que la diferencia entre hombres y mujeres es estadísticamente significativa al 10% o menos.

Fuente: Elaboración propia con base en After Access 2017-2018.

FIGURA 2:

Uso de internet y acceso a computadora, laptop y tablet



Notas: Los colores intensos indican que la diferencia entre hombres y mujeres es estadísticamente significativa al 10% o menos.

Fuente: Elaboración propia con base en After Access 2017-2018.

PRINCIPALES BARRERAS: NO PUEDO PAGARLO O NO SÉ COMO USARLO

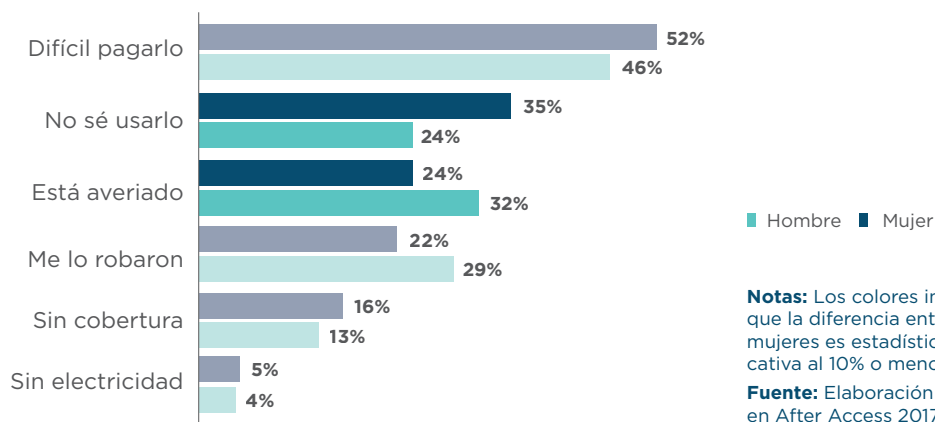
Con respecto a las barreras que impiden el acceso a un teléfono móvil, el costo aparece como la principal limitante, tanto para mujeres como para hombres (Figura 3). Sí existe una mayor tendencia por parte de las mujeres a indicar la falta de conocimiento sobre cómo usar un teléfono móvil como una barrera para el acceso a este. Concretamente, un 35% de mujeres frente a un 24% de hombres reportaron esta limitante.



LAS MUJERES REPORTAN EN MAYOR MEDIDA QUE LOS HOMBRES LA FALTA DE CONOCIMIENTO SOBRE CÓMO USAR UN MÓVIL COMO UNA BARRERA PARA EL ACCESO A ESTE

FIGURA 3:

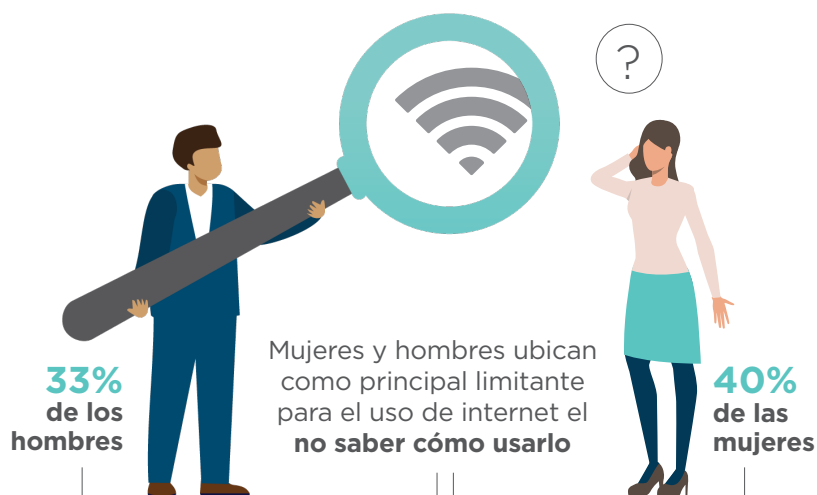
Barreras para contar con un teléfono móvil



Notas: Los colores intensos indican que la diferencia entre hombres y mujeres es estadísticamente significativa al 10% o menos.

Fuente: Elaboración propia con base en After Access 2017-2018.

Cuando se indaga sobre las barreras que limitan el acceso a internet encontramos que las principales están vinculadas a la falta de conocimientos y habilidades.



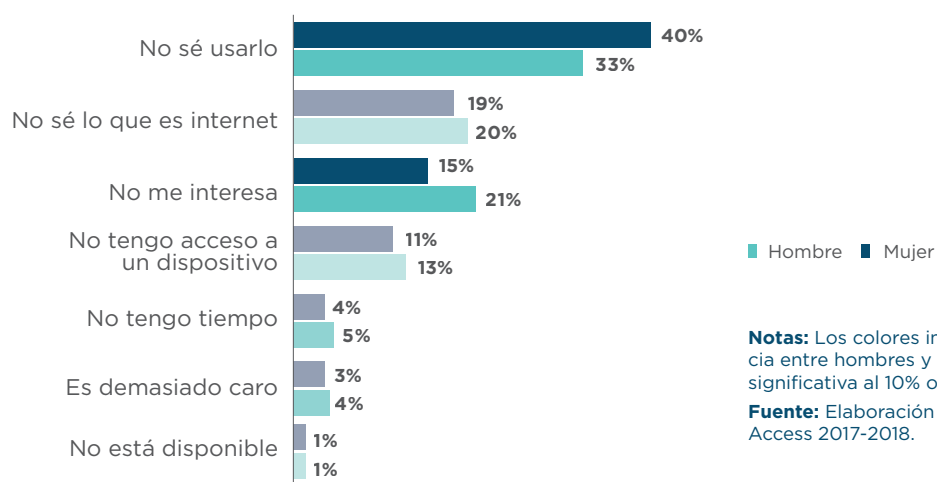
EN LO QUE SE REFIERE A **INTERNET, MUJERES Y HOMBRES UBICAN COMO PRINCIPAL LIMITANTE EL NO SABER CÓMO USARLO**

Otra barrera importante que aducen **mujeres y hombres** es su **desconocimiento sobre qué es internet**

19% 20%

aunque en este caso no existe una brecha de género significativa. Para los hombres también es importante la **falta de interés** en lo que internet pueda ofrecer (21%), una barrera que tiene menos incidencia entre las mujeres (15%).

FIGURA 4:
Barreras al acceso a internet



Notas: Los colores intensos indican que la diferencia entre hombres y mujeres es estadísticamente significativa al 10% o menos.

Fuente: Elaboración propia con base en After Access 2017-2018.

Una vez superadas las barreras de acceso, es importante conocer de qué manera usan estas tecnologías mujeres y hombres. En este contexto no sólo es importante que existan más mujeres conectadas. También necesitamos ver más mujeres contribuyendo activamente en el sector tecnológico. En este sentido, existe una importante brecha de género en lo que se refiere al número de mujeres que se involucran en carreras CTIM (aquellas relacionadas con las ciencias, la tecnología, ingenierías y matemáticas) y en el número de mujeres que trabajan en las industrias relacionadas con tecnología de la información y la comunicación.

Igualmente, si consiguen superar la barrera del acceso, la tasa de retención de mujeres en ocupaciones CTIM es baja: las diferencias salariales y la discriminación en el mercado laboral, entre otras razones, aumentan las desigualdades de género en este sector en particular (Valenduc, 2011).

NECESITAMOS **VER MÁS MUJERES CONTRIBUYENDO ACTIVAMENTE EN EL SECTOR TECNOLÓGICO**

RECUADRO 2:

Las cifras de la brecha digital

Sabías que en la región...

El **60%** de los graduados en carreras terciarias y universitarias son mujeres pero...



Solo el **30%** de los graduados en carreras CTIM son mujeres...



Y en carreras TIC, las mujeres solo representan el **28%** de los graduados



Solo **3** de cada **10** trabajadores en el área de matemáticas y ciencias de la computación son mujeres



Las mujeres que encuentran trabajo en estas áreas, reciben un salario un **40%** inferior al de los hombres empleados en las mismas áreas



Esta segregación educativa y ocupacional provoca que las mujeres se encuentren rezagadas con respecto a los hombres en el uso de habilidades digitales cognitivas para el uso de tecnologías y en el empleo en sectores tecnológicos. Esto, a su vez, implica un riesgo de exclusión de los potenciales beneficios de la innovación tecnológica.

Fuente: <http://data.uis.unesco.org/>, Bustelo et. al (2019a) y <https://blogs.iadb.org/trabajo/es/mujeres-en-tecnologia-una-cuestion-de-programacion/>

EL USO DEL MÓVIL: ELLAS SE COMUNICAN, ELLOS SE ENTRETENEN E INFORMAN

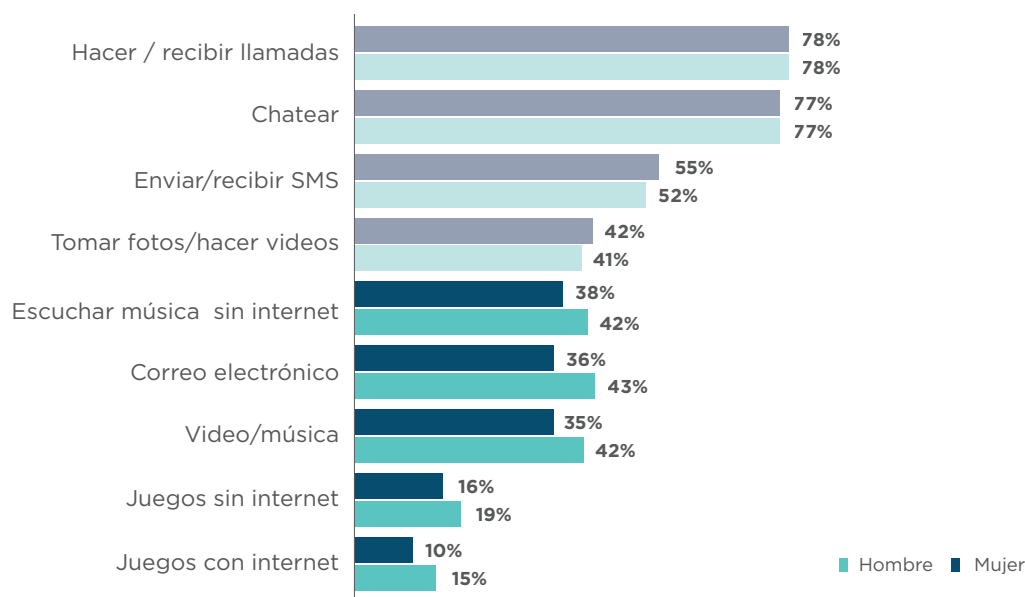
Tanto hombres como mujeres utilizan el teléfono móvil, fundamentalmente, por motivos que tienen que ver con la comunicación, como hacer o recibir llamadas, chatear y enviar y/o recibir mensajes (Figura 5). Ni este tipo de uso (que realizan más del 50% de los hombres y mujeres) ni tomar fotos o hacer videos

presentan brechas de género estadísticamente significativas. Para los restantes usos investigados en la encuesta, relacionados meramente con el entretenimiento, existe una discrepancia en favor de los hombres que oscila entre los 3 y los 7 puntos porcentuales. Es más probable que un hombre utilice

el teléfono móvil para escuchar o descargar música y ver o descargar videos y jugar. Asimismo, es más probable que el hombre utilice su teléfono móvil para chequear o enviar correos electrónicos: 43% hombres vs. 36% mujeres.

ES MÁS PROBABLE QUE UN HOMBRE UTILICE EL CELULAR PARA JUGAR, VER VIDEOS, ESCUCHAR MÚSICA Y CHEQUEAR EL CORREO ELECTRÓNICO

FIGURA 5:
Usos de teléfono móvil



Notas: Porcentaje de mujeres y hombres que indican realizar cada uno de los usos de manera diaria o semanal. Los colores intensos indican que la diferencia entre hombres y mujeres es estadísticamente significativa al 10% o menos.

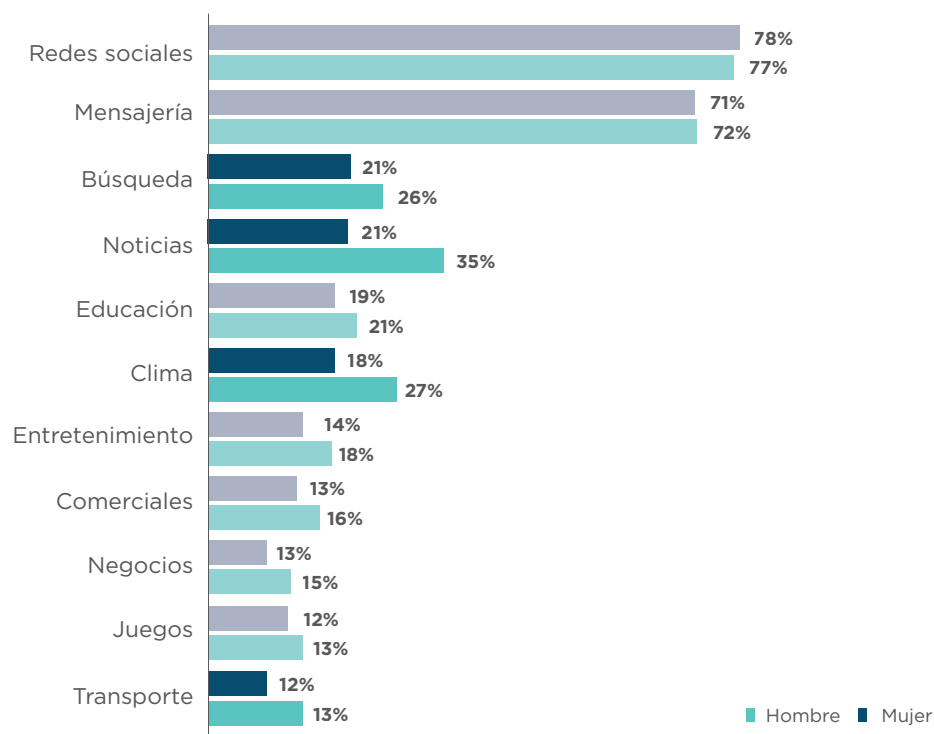
Fuente: Elaboración propia con base en After Access 2017-2018.

En cuanto a las aplicaciones del teléfono móvil, mujeres y hombres tienden a utilizar principalmente las relacionadas con redes sociales y mensajería, y no se observa una brecha de género estadísticamente significativa en estos casos (Figura 6). Sin embargo, los hombres tienden a realizar un uso más amplio de otras aplicaciones, como aquellas relacionadas con buscadores, noticias, clima y transporte. Para estos casos, sí se observan diferencias significativas en términos estadísticos que van desde los 5 a los 14 puntos porcentuales. El análisis de esta información para cada país, por separado, indica que las brechas de género tienden a ser significativas en la mayoría de ellos, con diferencias en el rango de los 5 y 17 puntos porcentuales.

LOS HOMBRES TIENDEN A HACER UN USO MÁS INTENSIVO Y VARIADO DE LAS APLICACIONES DEL MÓVIL

Guatemala, Perú y Paraguay son los países donde se observan brechas más amplias. Para las restantes aplicaciones (redes, juegos, negocios, entretenimiento, educación y comercio), las brechas de género en cada país tienden a ser estadísticamente significativas en menos casos y más pequeñas en magnitud. Para estas aplicaciones, Guatemala, Ecuador y Paraguay son los países que muestran mayores brechas.

FIGURA 6:
Usos de aplicaciones por teléfono móvil



Notas: Porcentaje de mujeres y hombres que indican usar cada una de las aplicaciones de manera diaria o semanal. Los colores intensos indican que la diferencia entre hombres y mujeres es estadísticamente significativa al 10% o menos.

Fuente: Elaboración propia con base en After Access 2017-2018.

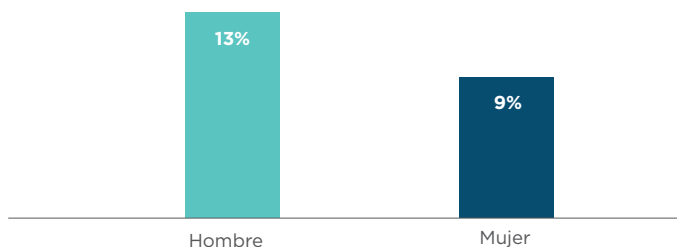
Aunque en general, el porcentaje de uso es muy bajo para los seis países del estudio, los hombres tienen una mayor propensión a utilizar dinero o banca móvil (Figura 7). Este patrón va en línea con la evidencia disponible para países pertenecientes al G20 y la OCDE, como Brasil, Chile, Colombia, India, Indonesia, México, Sudáfrica y Turquía donde los hombres utilizan la banca móvil en mayor medida que las mujeres (OCDE, 2018 en base a datos de World Bank Global Financial Inclusion database). Paraguay es una clara excepción al patrón de bajo uso del dinero o banca móvil (Tabla B1), pues el 58%

de los hombres y el 51% de las mujeres en dicho país utilizan estos servicios. Este amplio desarrollo ha sido analizado a nivel internacional y ha constituido un impulso importante para la inclusión financiera en el país (Recuadro 3).



EL USO DEL DINERO MÓVIL ES MUY BAJO AÚN EN LA REGIÓN DE ALC, AUNQUE EXISTEN BRECHAS A FAVOR DE LOS HOMBRES

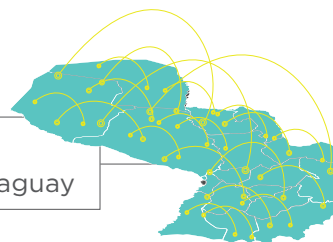
FIGURA 7:
Uso de dinero o banca electrónica



Notas: La diferencia de medias entre hombres y mujeres es estadísticamente significativa al 10% o menos.

Fuente: Elaboración propia con base en After Access 2017-2018.

RECUADRO 3:
Dinero móvil en Paraguay



El caso de Paraguay constituye un interesante ejemplo de cómo pueden generarse alternativas innovadoras a través del uso de las nuevas tecnologías para fomentar la inclusión financiera.

En 2008, sobre la base de su experiencia en países africanos, la empresa de telefonía móvil Tigo comenzó a brindar un servicio de dinero móvil en Paraguay, un país con muy bajos niveles de inclusión financiera (menos del 10% de la población era depositante de alguna institución financiera) y con una altísima penetración de la telefonía móvil entre la población (con un nivel cercano al 100%). Al no existir aún regulación específica para el uso del dinero móvil en el país, el Banco Central adoptó un rol de observador de dicho proceso, lo cual le permitió entender la lógica del negocio y descubrir su potencial para incluir financieramente a la población. Hoy, Paraguay lidera el uso de dinero móvil en la región, con más de 1.700.000 de usuarios, muchos de los cuales no contaban ni siquiera con una cuenta bancaria.

Otra característica particular del país que contribuyó al éxito del dinero móvil fue la importancia del sector agrícola y su desarrollo, que llevó a un crecimiento sustancial de la riqueza en las áreas rurales, generando un fuerte vínculo entre estas y las áreas urbanas y un flujo de remesas bidireccional que no se ha dado en otras partes del mundo.

En 2014, el Banco Central de Paraguay formalizaba el negocio del dinero móvil en el país, a través de una resolución (Resolución 6) que consideró las mejores prácticas a nivel internacional y establecía principios regulatorios para esta práctica financiera, que ha supuesto un antes y un después para muchos ciudadanos paraguayos que no estaban incluidos en los sistemas financieros “formales”.

Fuente: GSMA, 2015 y ABC Color, 2015.

LA BRECHA COMPUTARIZADA



LOS HOMBRES REALIZAN UN USO MÁS INTENSIVO DE LA COMPUTADORA, LAPTOP O TABLET:



El **38%** dice utilizar estos dispositivos **a diario** o **varias veces a la semana**

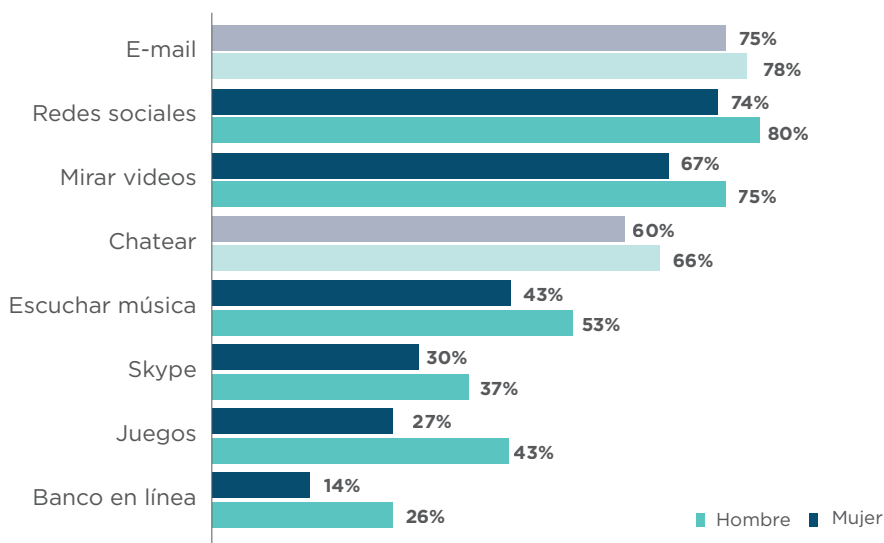


y

El **24%** de las **mujeres** indica un uso similar.

FIGURA 8:

Diferentes usos de la computadora, laptop o tablet



Notas: Los colores intensos indican que la diferencia entre hombres y mujeres es estadísticamente significativa al 10% o menos.

Fuente: Elaboración propia con base en After Access 2017-2018.

Los usos más frecuentes entre aquellos que reportan utilizar internet a través de la computadora, laptop o tablet, tanto para hombres como para mujeres, son el correo electrónico, las redes sociales, mirar videos y chatear (Figura 8). De manera similar a los resultados reportados previamente para el uso del teléfono móvil, las brechas de género muestran que, si bien no en todos los casos las diferencias son significativas en términos estadísticos, para todos los posibles usos el porcentaje es más elevado entre los hombres y las diferencias que son significantes oscilan entre los 6 y

los 16 puntos porcentuales. Estos resultados parecen apoyar la afirmación de que los hombres realizan un uso más variado de los dispositivos digitales.



LOS USOS MÁS FRECUENTES DE INTERNET A TRAVÉS DE LA COMPUTADORA SON EL CORREO ELECTRÓNICO, LAS REDES SOCIALES, MIRAR VIDEOS Y CHATEAR

TRÁMITES BUROCRÁTICOS Y LABORALES: LOS USOS MÁS MASCULINOS DE INTERNET



Los hombres hacen un mayor uso de internet para actividades que tienen que ver con el trabajo y con trámites administrativos y de gobierno. Para estas actividades se observan brechas de 11 y 7 puntos porcentuales, respectivamente. Sin embargo, es interesante resaltar que no se encuentran brechas de género en el uso de internet para realizar actividades educativas (figura 9). Al analizar cada país por separado se

observan resultados similares. El uso de internet para actividades de trabajo y administrativas es más elevado por parte de los hombres en todos los países, con la única excepción de Colombia donde no se observa brecha de género en ninguno de los dos casos. Las diferencias en los restantes países oscilan entre los 8 y los 18 puntos porcentuales en el caso de usos vinculados al trabajo, siendo Perú y Paraguay los países con mayores brechas. En el caso de usos vinculados a actividades relacionadas con la administración, las brechas se mueven en una franja que oscila entre los 5 y 8 puntos, siendo Ecuador el país con mayor brecha de género. Para usos vinculados a **actividades de educación**, ningún país muestra una diferencia estadísticamente significativa.

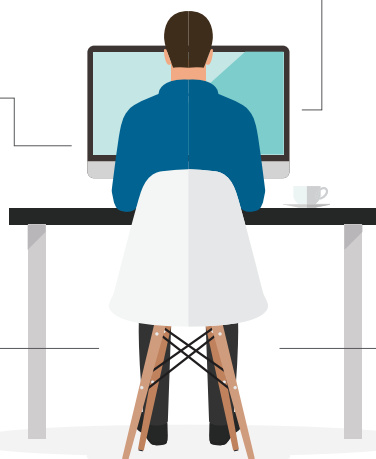
LOS HOMBRES HACEN UN MAYOR USO DE INTERNET PARA ACTIVIDADES QUE TIENEN QUE VER CON EL TRABAJO Y CON TRÁMITES ADMINISTRATIVOS Y DE GOBIERNO

Los distintos usos posibles para actividades de educación incluyen el acceso a páginas web de estudio, lectura de noticias, recurrir a textos en línea y participar en grupos de estudio vía WhatsApp. Como hemos dicho, **en ningún caso hay discrepancia significativa entre hombres y mujeres.**

En cuanto a las actividades de trabajo, las **más realizadas por hombres y mujeres son:**

- Revisar ofertas de empleo
- Utilizar redes sociales para contactar clientes o realizar una venta
- Incluir el currículum en línea
- Mantener un perfil profesional en una red social

Para dos de estos usos, utilizar redes sociales para contactar clientes o realizar una venta e incluir el currículum, **existen brechas en favor de los hombres, estadísticamente significativas, de 8 y 7 puntos porcentuales, respectivamente.**



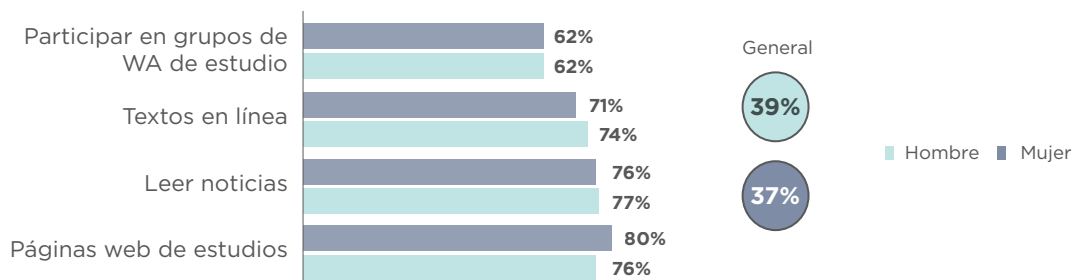
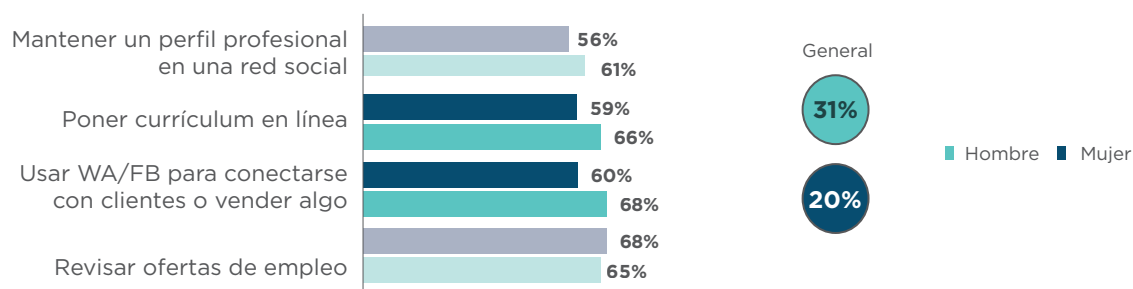
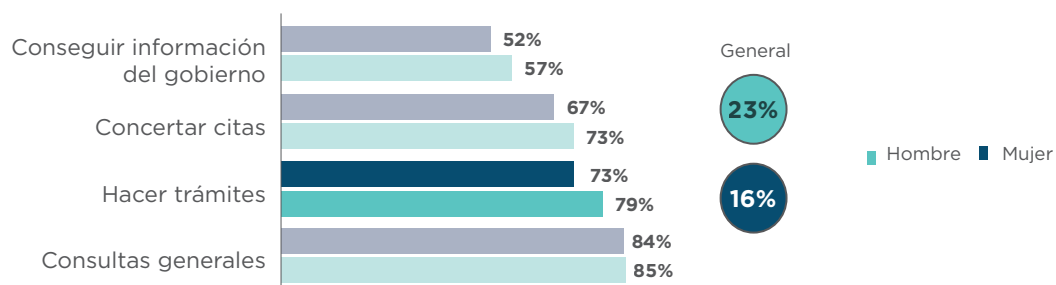
Por último, **los principales usos de internet** para actividades relacionadas con la

administración y el gobierno



incluyen la realización de consultas generales, de trámites, coordinar citas y conseguir información del gobierno.

Solo en uno de los casos, realizar trámites, **existe una brecha significativa de 6 puntos porcentuales que favorece a los hombres.**

FIGURA 9:**Uso de internet para actividades de educación****Uso de internet para actividades de trabajo****Uso de internet para actividades de administración y gobierno**

Notas: Los colores intensos indican que la diferencia entre hombres y mujeres es estadísticamente significativa al 10% o menos.

Fuente: Elaboración propia con base en After Access 2017-2018.

¿QUÉ PENSAMOS DE INTERNET?

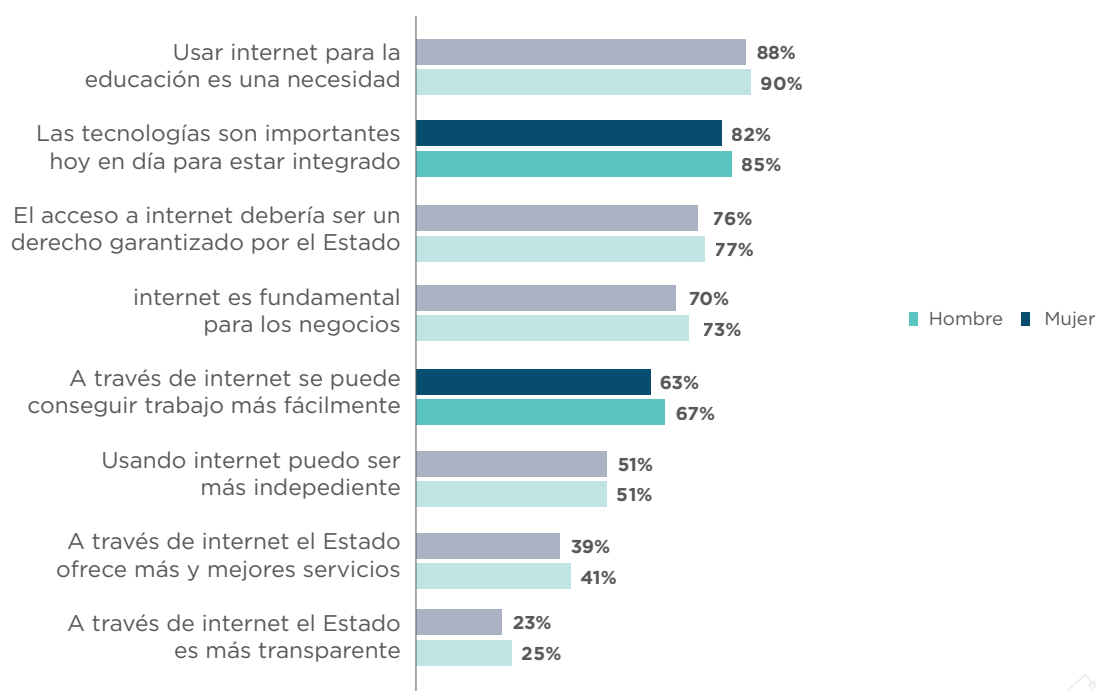
El análisis de las actitudes con respecto a internet nos brinda información valiosa para entender la propensión de hombres y mujeres a utilizarlo para diferentes fines, como la educación o el trabajo. La información recogida en este sentido por la encuesta After Access incluye tanto a usuarios como a no usuarios de la red, por lo que presenta una perspectiva amplia de lo que piensan los ciudadanos de la región sobre las nuevas tecnologías y cómo se comportan frente a ellas.



MÁS DEL 75% DE MUJERES Y HOMBRES PIENSAN QUE INTERNET DEBERÍA SER UN DERECHO GARANTIZADO POR EL ESTADO

El porcentaje de mujeres y hombres que están de acuerdo con que **internet es necesario para la educación y para estar integrado, y que debería ser un derecho garantizado por el Estado** es elevado (más del 75% de hombres y mujeres estuvieron de acuerdo). Al observar la brecha de género encontramos que el porcentaje, a su vez, es más alto entre los hombres, aunque la diferencia solo es estadísticamente significativa para la importancia de internet como medio de integración. Para las restantes opciones, referidas a la importancia de internet para conseguir trabajo, para ser más independiente y para que el Estado brinde mejores servicios y sea más transparente, el porcentaje de personas que están de acuerdo también es más alto entre los hombres, aunque la única diferencia estadísticamente significativa es la referida al valor de internet para conseguir trabajo.

FIGURA 10:
¿Qué pensamos de internet?



Notas: Porcentaje de hombres y mujeres que indicaron estar de acuerdo o muy de acuerdo con cada una de las opciones. Los colores intensos indican que la diferencia entre hombres y mujeres es estadísticamente significativa al 10% o menos.

Fuente: Elaboración propia con base en After Access 2017-2018.

ECONOMÍA GIG O LA DISRUPCIÓN TECNOLÓGICA EN EL MERCADO LABORAL

Esta nota ha analizado y mostrado cómo hombres y mujeres se diferencian en el tipo de uso que dan a sus dispositivos móviles y a internet. Uno de esos posibles usos es el acceso a las plataformas de empleo o economía gig que, junto a la robótica y a la inteligencia artificial, constituye una de las grandes disrupciones de las tecnologías digitales para el mercado laboral y, en particular, para el mercado de trabajo de las mujeres. Estas tecnologías de intermediación, como Uber, Airbnb, UpWork, Rappi, Glovo, Freelance, genéricamente denominadas “economía gig”, juntan a oferentes con demandantes de servicios, reduciendo de manera radical los costos de transacción. La literatura resalta que la economía gig puede expandir las oportunidades de empleo para las mujeres al presentar opciones

▶▶▶▶▶ LA ECONOMÍA GIG PUEDE
EXPANDIR LAS OPORTUNIDADES
DE EMPLEO PARA LAS MUJERES

con alta flexibilidad, reducir las barreras de entrada en sectores considerados típicamente masculinos y facilitar el acceso a clientes o a redes internacionales ([Bustelo et al., 2019a](#)). El “pero” de estas tecnologías es que también plantean desafíos vinculados a la protección laboral y seguridad social, ya que la relación laboral entre trabajadores y empresas no es demasiado clara ([Bosch et al., 2018](#); [Bustelo et al., 2019a](#)). Veamos las diferencias de género que existen en el uso de estas plataformas.

REPLICANDO LOS PATRONES DEL MERCADO LABORAL TRADICIONAL

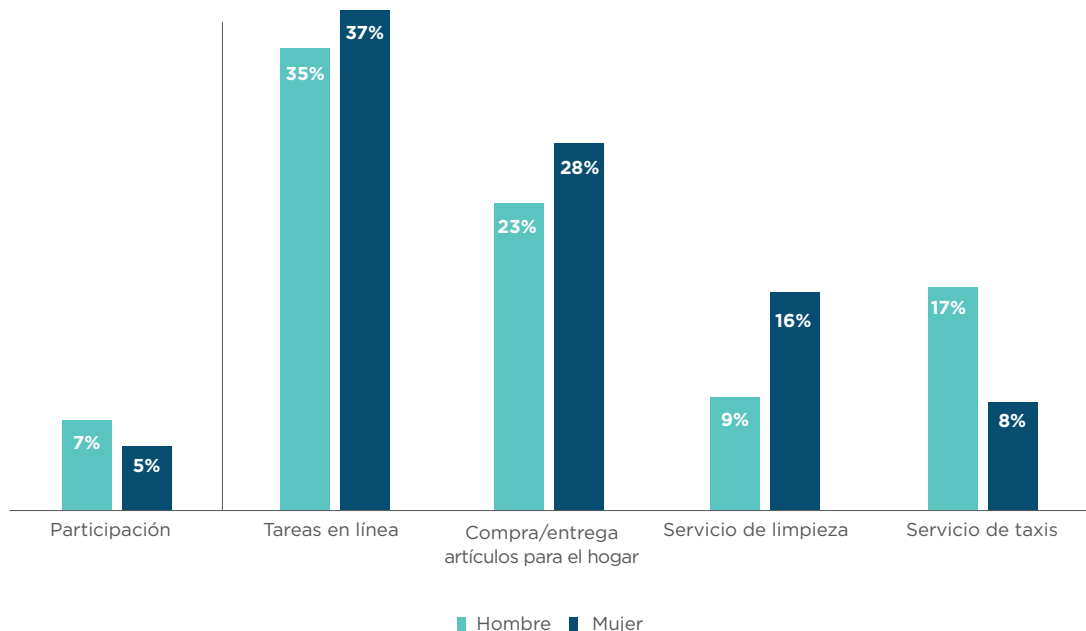
En general, **la participación de hombres y mujeres en la economía gig es muy baja en la región de América Latina y el Caribe**. Según los datos proporcionados por After Access, para el promedio de los seis países analizados, menos del 10% de las personas que utilizan internet ha ganado dinero, durante el último año, realizando algún trabajo dentro de la economía gig (Figura 11). Este porcentaje es levemente superior para los hombres (7%) que para las mujeres (5%). Estas cifras contrastan con las estadísticas disponibles para países desarrollados. Por ejemplo, en Estados Unidos y 15 países de Europa, el 15% de las personas que trabajan de manera independiente utilizan plataformas digitales para su empleo ([Bosch et al., 2019](#)). Sin embargo, la mayor participación de hombres en la economía gig en relación a las mujeres sí es coincidente con la evidencia disponible para países desarrollados ([RSA, 2017](#); [Farrell y Greig, 2017](#)).



▶▶▶▶▶ AUNQUE, EN GENERAL, LA
PARTICIPACIÓN EN LA ECONOMÍA
GIG ES MUY BAJA EN LA REGIÓN
DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE,
LOS HOMBRES CUENTAN CON
UNA LIGERA VENTAJA



FIGURA 11:
Participación y tipo de trabajo en la economía gig



Notas: No se realizaron test de significancia estadística por el tamaño reducido de la muestra y el bajo poder estadístico.

Fuente: Elaboración propia con base en After Access 2017-2018.

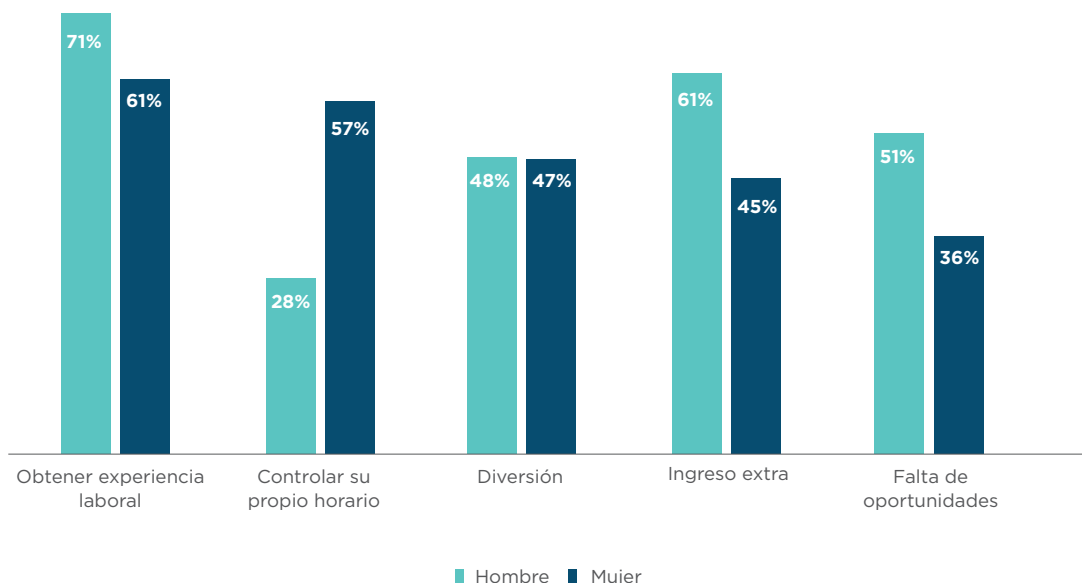
En cuanto al tipo de trabajo que hombres y mujeres realizan dentro de la economía gig encontramos que, en ambos casos, las tareas en línea, como realizar encuestas o hacer entrada de datos, son los más importantes, y la incidencia es, en este caso, algo superior para las mujeres. Las mujeres también superan a los hombres en trabajos relacionados con la compra y entrega de artículos para el hogar y de servicio de limpieza, mientras que los hombres aventajan a las mujeres trabajando para aplicaciones de servicio de taxis.

EL CONTROL SOBRE SU PROPIO HORARIO ES UNA DE LAS RAZONES MÁS MENCIONADAS POR LAS MUJERES PARA PARTICIPAR EN LA ECONOMÍA GIG

LAS MUJERES TIENDEN A CONCENTRARSE EN TRABAJOS RELACIONADOS CON LA COMPRA Y ENTREGA DE ARTÍCULOS PARA EL HOGAR Y DE SERVICIO DE LIMPIEZA, MIENTRAS QUE LOS HOMBRES LO HACEN EN AQUELLOS RELACIONADOS A SERVICIO DE TAXIS

En lo que se refiere a las razones y motivaciones para participar en la economía gig, encontramos que, tanto para mujeres como para hombres, esta es principalmente una opción para ganar experiencia laboral (Figura 12). La segunda razón en orden de importancia para mujeres es la posibilidad de controlar su propio horario. Este resultado coincide con evidencia previa para Estados Unidos que indica que, entre los conductores de Uber, la proporción de mujeres que prefieren esa opción a conducir taxis tradicionales por la posibilidad de balancear el empleo con las responsabilidades familiares es mayor que la de hombres (Bosch et al., 2019). La posibilidad de obtener un ingreso extra también aparece como una razón importante, especialmente entre los hombres.

FIGURA 12:
Principal razón para trabajar en la economía gig



Notas: No se realizaron test de significancia estadística por el tamaño reducido de la muestra y el bajo poder estadístico.

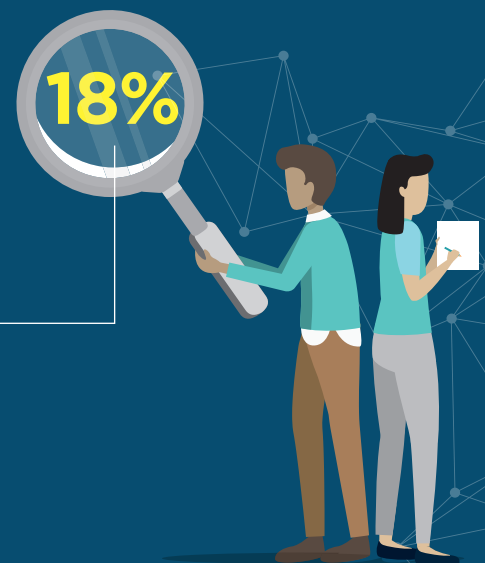
Fuente: Elaboración propia con base en After Access 2017-2018.

¿QUÉ HEMOS APRENDIDO?

LA BRECHA DE GÉNERO DIGITAL EN CUATRO CLAVES

1

Pocas diferencias de género en el acceso a las TIC. El **acceso** a dispositivos digitales y el uso de internet es **elevado** en los seis países analizados, con **brechas de género a favor de los hombres que tienden a ser de baja magnitud**. Estos resultados van en línea con datos provenientes de otros estudios, donde se resaltan que las brechas de acceso a las tecnologías TIC son, en promedio, bajas para la región. Sin embargo, cuando ponemos la lupa en los promedios y se analizan estas brechas por país, se encuentran grandes heterogeneidades, **con brechas que alcanzan el...**



2

La brecha de habilidades digitales es una de las barreras para el acceso a las TIC y afecta, en mayor medida, a las mujeres. Si bien la **principal barrera** para la tenencia de un **teléfono móvil** de hombres y mujeres es el costo, la **falta de conocimiento** sobre cómo usarlo también es una **limitante importante** que afecta a las **mujeres** en mayor medida. En cuanto a las barreras para el **uso de internet**, la falta de conocimientos y habilidades es la más importante, especialmente para las mujeres. ▶▶▶▶▶▶▶▶



La diferencia está en el uso. Una vez que tienen acceso, aparecen **diferencias de género importantes en los diferentes usos que hombres y mujeres dan a los dispositivos digitales. Las mujeres hacen un uso más limitado de los dispositivos digitales y de internet**, siendo menos propensas que los hombres a usarlos, especialmente cuando se trata de servicios más transformadores como internet y servicios de dinero móvil.

Por ejemplo, es más probable que un hombre utilice el teléfono móvil y sus aplicaciones para enviar correos electrónicos, acceder a los servicios de banca electrónica y buscar información sobre noticias, clima y transporte, así como para actividades de entretenimiento como escuchar música, ver videos y descargar juegos. Asimismo, utilizan de forma más intensiva y variada las computadoras, tabletas y portátiles y hacen un mayor uso de internet para actividades de trabajo (revisar ofertas de empleo o poner el currículum en línea) y relacionadas con la administración (resolver trámites online o concertar citas).



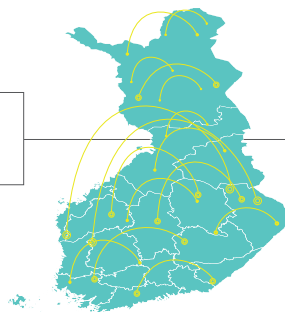
4

Economía Gig: escasa participación y segregación laboral. Entre los beneficios que traen las tecnologías, la economía de plataformas o economía gig surge como una gran oportunidad para fomentar el uso del empleo, en particular para las mujeres. La flexibilidad que ofrecen estas plataformas en torno a dónde, cuándo y cómo trabajar puede fomentar la participación de las mujeres en la fuerza laboral, puesto que facilita la combinación del trabajo remunerado con las responsabilidades de cuidado, que siguen recayendo principalmente sobre las mujeres. Para los datos analizados, se observa que la **participación en la economía gig es, en general, muy reducida, siendo la de los hombres mayor a la de las mujeres y observando evidencia de segregación tanto en el tipo de trabajo que hombres y mujeres realizan, como en los motivos que les llevan a buscar empleo dentro de plataformas digitales.**

Para el promedio de los seis países analizados, menos del 10% de las personas que utilizan internet ha ganado dinero realizando algún trabajo en alguna plataforma en el año 2017. Este porcentaje es levemente superior para los hombres (el 7% de ellos ha trabajado en la economía gig frente al 5% de las mujeres). En lo que se refiere al tipo de tareas, también se evidencia un **patrón de segregación ocupacional del mercado laboral digital en la región**: es más probable que los hombres trabajen para servicios de taxis y que las mujeres realicen tareas de compra/entrega de artículos para el hogar o servicio de limpieza.



RECUADRO 4: Finlandia: el cóctel del éxito



En un mundo donde, de momento, la desigualdad a favor de los hombres es la tónica general, Finlandia constituye un gran ejemplo de equidad de género en todos los aspectos de la vida, incluido el acceso y uso de las nuevas tecnologías. En este sentido, el país nórdico puede presumir de tener más mujeres que hombres usuarios de internet. Concretamente, un 93,2% de mujeres frente un 92,1% de hombres. La receta del éxito se compone de una combinación de ingredientes en los que la igualdad de género aplicada desde hace años a la educación, el trabajo, la sociedad y la familia, ha jugado un papel fundamental.

Finlandia es uno de los países de la OCDE donde las mujeres tienen un mayor nivel de educación (un 44% de ellas cuentan con educación terciaria). Igualmente, la mitad de la fuerza laboral finlandesa está compuesta por mujeres.

El segundo ingrediente de este cóctel lo constituye una legislación que ha promovido el desarrollo de la infraestructura y servicios digitales, además de los incentivos adecuados para usarlos, también fomentados desde el gobierno y la administración pública. Gracias a esto, hoy en día, cualquier finlandés, independientemente de su lugar de residencia, tiene acceso a las nuevas tecnologías y puede y quiere usarlas porque son sencillas de utilizar, baratas o gratuitas y, en definitiva, les hacen la vida más fácil y entretenida.

El tercer y último ingrediente es la accesibilidad. La accesibilidad es lo que hace que la tecnología sea fácil de usar para cualquier ciudadano independientemente de sus características (edad, género, lugar de residencia, estatus socioeconómico...).

Una amplia tradición en la igualdad de género, compromiso gubernamental y actitud cívica: los tres pilares sobre los que se asienta el éxito de la igualdad en el acceso y uso de las TIC en Finlandia.



Fuente: Berner, Anne. (2016). "Digital Equality: Here's What Worked for Finland". How can we close the digital gender gap? ITUNews Magazine. Disponible en https://www.itu.int/en/itunews/Documents/2016-04/2016_ITUNews04-en.pdf

ACTUEMOS HOY, MIRANDO AL MAÑANA

Los datos aquí ofrecidos y su interpretación nos ofrecen diversos aprendizajes, a partir de los cuales podemos establecer tres líneas de acción clave:

1 Acceso al 100%

Es preciso garantizar el acceso de calidad a las nuevas tecnologías a la población aún no cubierta. Aunque, como hemos visto, las tasas de acceso en la región son elevadas para hombres y mujeres, todavía existen heterogeneidades entre países y la cobertura aún no alcanza al 100% de la población. Esto significa que una parte de la población está quedando al margen de las transformaciones económicas y sociales que las nuevas tecnologías generan. El acceso (o la falta de él) viene determinado por varios factores que pueden ir desde aquellos vinculados a razones económicas hasta motivos relacionados con las preferencias de los individuos. Las políticas públicas deben abordar los factores vinculados al desarrollo de infraestructura y asequibilidad.

2 Alfabetización digital

Promover el desarrollo de habilidades digitales, particularmente entre las mujeres. El desarrollo de habilidades digitales es clave para obtener los beneficios que brindan las TIC. La brecha de género en esta dimensión puede perpetuar desigualdades ya existentes en importantes aspectos como la educación y el trabajo. Por ello es vital promover políticas de alfabetización digital que ayuden a las mujeres a contar con las competencias necesarias para realizar un uso más amplio de estas tecnologías. En este sentido, se sugiere que, desde temprana edad, cualquier individuo debe contar con las siguientes competencias digitales básicas: habilidad para crear y manejar una identidad virtual; habilidad para entender y defender sus derechos personales en la red; capacidad para encontrar, evaluar, utilizar, compartir y crear contenido digital, y capacidad para detectar amenazas digitales⁶.

3 Lo que no se mide, no existe

Para el diseño de políticas, es relevante medir y comprender las barreras que enfrentan las mujeres para el acceso y uso de las nuevas tecnologías. Por eso es clave contar con un sistema de información de calidad que permita hacer diagnósticos y seguir el progreso de dichas políticas.

El cierre de las brechas digitales requiere la cooperación concertada de todos los agentes sociales: gobiernos, empresas, entidades escolares, familias, hombres y mujeres. Los cambios que realicemos hoy, pueden garantizarnos un futuro digital más inclusivo e igualitario.

6. <https://ec.europa.eu/jrc/en/digcomp/digital-competence-framework>

REFERENCIAS

ABC Color, (2015). "Uso del dinero móvil en Paraguay es una referencia de éxito en la región". ABC Color, 25 de octubre de 2015. Disponible en: <https://www.abc.com.py/edicion-impresa/economia/uso-del-dinero-movil-en-paraguay-es-una-referencia-de-exito-en-la-region-1338082.html> [Consultado el 25 de octubre de 2019].

Bosch, M., C. Pagés, y L. Ripani, (2018). "El Futuro del Trabajo en América Latina y el Caribe. ¿Una Oportunidad para la Región?". Banco Interamericano de Desarrollo. Disponible en: <https://publications.iadb.org/es/el-futuro-del-trabajo-en-america-latina-y-el-caribe-una-gran-oportunidad-para-la-region-version-0>

Bustelo, M., A. Suaya y M. Viollaz (2019a). El futuro del trabajo en América Latina y el Caribe: ¿Cómo será el mercado laboral para las mujeres?. Banco Interamericano de Desarrollo. Disponible en: <https://publications.iadb.org/es/el-futuro-del-trabajo-en-america-latina-y-el-caribe-como-sera-el-mercado-laboral-para-las-mujeres-0>

Bustelo, M., L. Flabbi y M. Viollaz (2019b). The Gender Labor Market Gap in the Digital Economy. Banco Interamericano de Desarrollo. Disponible en: <https://publications.iadb.org/en/gender-labor-market-gap-digital-economy> EIU (2019) "The Inclusive Internet Index 2019: Executive summary". The Economist Intelligence Unit.

Farrell, D. y F. Greig, (2017). The Online Platform Economy: Has Growth Peaked? JP Morgan Chase Institute.

Farrell, D. y F. Greig, (2017) <https://www.jpmorganchase.com/corporate/institute/document/jpmc-institute-online-platform-econ-brief.pdf>

GSMA, (2015). Regulación y Políticas para el Dinero Móvil en Paraguay: Visión, dinámicas de mercado y perspectivas de la industria.

GSMA, (2018). State of Mobile Internet Connectivity.

GSMA, (2019a). The Mobile Economy.

GSMA, (2019b). Connected Women - The Mobile Gender Gap Report 2019.

Haight, M., A. Quan-Haase, y B. Corbett, (2014). "Revisiting the Digital Divide in Canada: The Impact of Demographic Factors on Access to the Internet, Level of Online Activity, and Social Networking Site Usage". Information, Communication & Society, 17(4), 503-519.

ITU, (2018). Measuring the Information Society Report. Volume 1. International Telecommunication Union. OCDE, (2018). Bridging the Gender Digital Divide. Include, Upskill, Innovate. Organization for Economic Cooperation and Development.

Park, Y. (2016) "Eight Digital Skills we Must Teach our Children". World Economic Forum. 13 de

junio de 2016. Disponible en: <https://www.weforum.org/agenda/2016/06/8-digital-skills-we-must-teach-our-children/>. [Consultado en septiembre de 2019].

Robinson, L., S. Cotten, H. Ono, A. Quan-Haase, G. Mesch, W. Chen, J. Schulz, T. Hale y M.J. Stern. (2015). "Digital Inequalities and Why They Matter". *Information, Communication & Society*, 18:5, 569-582.

RSA. (2017). *Good Gigs: A Fairer Future for the UK's Gig Economy*, Royal Society for the encouragement of Arts, Manufactures and Commerce. Royal Society for the Encouragement of Arts, Manufactures and Commerce.

RSA. (2017). https://www.thersa.org/globalassets/pdfs/reports/rsa_good-gigs-fairer-gig-economy-report.pdf

Valenduc, G. (2011). Not a job for life? Women's progression, conversion, and dropout in ICT professions. *International Journal of Gender, Science and Technology*, Vol. 3, No.2.



TABLA A1:
Acceso y Uso de TIC. Promedio regional

	TOTAL			
	HOMBRE		MUJER	
	%	# observaciones	%	# observaciones
ACCESO A LAS TIC				
TELEFONÍA MÓVIL				
Tenencia de teléfono móvil	89%	3,282	85%***	5,433
Tipo de móvil: Básico	21%	2,883	21%	4,656
Tipo de móvil: Con algunas funciones	10%	2,883	11%	4,656
Tipo de móvil: Smartphone	68%	2,883	68%	4,656
COMPUTADORA E INTERNET				
Tiene computadora	53%	1,875	45%**	2,458
Tiene laptop	50%	1,875	50%	2,458
Tiene tablet	24%	1,875	22%	2,458
Internet	80%	3,282	76%**	5,433
BARRERAS DE ACCESO A LAS TIC				
BARRERAS PARA CONTAR CON UN TELÉFONO MÓVIL				
Difícil pagarlo	46%	399	52%	777
Sin cobertura	13%	399	16%	777
Sin electricidad	4%	399	5%	777
Está averiado	32%	399	24%*	777
Me lo robaron	29%	399	22%	777
No sé usarlo	24%	399	35%***	777
BARRERAS DE ACCESO A INTERNET				
No sé lo que es internet	20%	822	19%	1,582
No tengo acceso a un dispositivo	13%	822	11%	1,582
No me interesa	21%	822	15%*	1,582
No sé usarlo	33%	822	40%*	1,582
No está disponible	1%	822	1%	1,582
Es demasiado caro	4%	822	3%	1,582
No tengo tiempo	5%	822	4%	1,582
Ninguno de mis amigos lo utiliza	0%	822	0%	1,582
Me preocupa mi privacidad	0%	822	0%	1,582
No me permiten usarlo	0%	822	0%	1,582
Otro	4%	822	6%**	1,582
FORMAS DE USO DE LAS TIC				
USOS DEL TELÉFONO MÓVIL				
Hacer/recibir llamadas	78%	2,883	78%	4,656
Enviar/recibir SMS	52%	2,883	55%	4,656
Tomar fotos/hacer videos	41%	2,883	42%	4,656
Escuchar música sin internet	42%	2,883	38%*	4,656

Continuación **TABLA A1**

	TOTAL			
	HOMBRE		MUJER	
	%	# observaciones	%	# observaciones
Juegos sin usar internet	19%	2,883	16%*	4,656
Correo electrónico	43%	2,123	36%***	3,460
Chatear	77%	2,215	77%	3,559
Videos/música	42%	2,215	35%**	3,559
Juegos con internet	15%	2,215	10%***	3,559
USOS DE APLICACIONES DE TELÉFONO MÓVIL				
Redes sociales	77%	2,215	78%	3,559
Juegos	13%	2,215	12%	3,559
Transporte	14%	2,215	8%***	3,559
Negocios	15%	2,215	13%	3,559
Entretenimiento	18%	2,215	14%	3,559
Noticias	35%	2,215	21%***	3,559
Educación	21%	2,215	19%	3,559
Búsqueda	26%	2,215	21%*	3,559
Clima	27%	2,215	18%***	3,559
Mensajería	72%	2,215	71%	3,559
Comerciales	16%	2,215	13%	3,559
DINERO ELECTRÓNICO				
Uso de banca o dinero móvil	13%	2,883	9%**	4,656
FRECUENCIA DE USO DE COMPUTADORA				
Uso intensivo de computadora, laptop o tablet	38%	3,282	24%***	5,433
USO DE COMPUTADORA				
E-mail	78%	1,626	75%	2,094
Redes sociales	80%	1,626	74%**	2,094
Chatear	66%	1,626	60%	2,094
Skype	37%	1,626	30%**	2,094
Juegos	43%	1,626	27%***	2,094
Mirar videos	75%	1,626	67%***	2,094
Escuchar música	53%	1,626	43%***	2,094
Banco en línea	26%	1,626	14%***	2,094
USOS DE INTERNET				
Educación	39%	2,458	37%	3,843
Trabajo	31%	2,460	20%***	3,851
Gobierno	23%	2,460	16%***	3,851
USO DE INTERNET PARA EDUCACIÓN				
Cursos en línea gratuitos	35%	1,044	26%***	1,567
Cursos en línea pagados	15%	1,044	8%***	1,567
Bibliotecas digitales	65%	1,044	59%*	1,567
Bases de datos de acceso abierto	69%	1,044	61%***	1,567
Textos en línea	74%	1,044	71%	1,567
Leer noticias	77%	1,044	76%	1,567
Páginas web de estudios	76%	1,044	80%	1,567

Continuación **TABLA A1**

	TOTAL			
	HOMBRE		MUJER	
	%	# observaciones	%	# observaciones
Grupos de Facebook de estudios	56%	1,044	52%	1,567
Seguir a instituciones educativas	36%	1,044	32%	1,567
Participar en grupos de Whatsapp de estudio	62%	1,044	62%	1,567
USO DE INTERNET PARA TRABAJO				
Revisar ofertas de empleo	65%	818	68%	837
Mantener un perfil profesional en una red social	61%	818	56%	837
Poner curriculum en línea	66%	818	59%**	837
Participar en grupos de trabajo en Facebook	57%	818	54%	837
Seguir a posibles empleadores en Twitter	21%	818	17%*	837
Revisar ofertas de empleo en periodicos en línea	48%	818	49%	837
Usar Whatsapp/Facebook para contactarse con clientes o vender algo	68%	818	60%**	837
USO DE INTERNET PARA GOBIERNO				
Hacer trámites	79%	570	73%*	640
Consultas generales	85%	570	84%	640
Concertar citas	73%	570	67%	640
Hacer pagos	41%	570	29%**	640
Conseguir información del gobierno	57%	570	52%	640
Revisar Facebook de oficinas gubernamentales	33%	570	26%	640
Seguir oficinas gubernamentales en redes sociales	25%	570	17%**	640
Presentar quejas	30%	570	26%	640
Seguir a políticos en redes sociales	29%	570	25%	640
Participar en grupos de redes sociales de grupos políticos	17%	570	11%**	640
ACTIVIDADES EN LAS QUE PASA MÁS TIEMPO EN INTERNET				
Actividades de trabajo	20%	2,460	12%***	3,851
Actividades de educación	14%	2,460	21%***	3,851
Redes sociales (e.j. Facebook)	43%	2,460	52%***	3,851
Noticias	8%	2,460	5%	3,851
Actividades de entretenimiento	14%	2,460	7%***	3,851
ACTITUDES RESPECTO A INTERNET				
"Las tecnologías son importantes hoy en día para estar integrado"	85%	3,270	82%**	5,401
"El acceso a internet debería ser un derecho garantizado por el Estado"	77%	3,269	76%	5,400
"Usar internet para la educación es una necesidad"	90%	3,271	88%	5,401
"A través de internet se puede conseguir trabajo más fácilmente"	67%	3,269	63%*	5,400
"A través de internet el Estado ofrece más y mejores servicios"	41%	3,266	39%	5,398

Continuación **TABLA A1**

	TOTAL			
	HOMBRE		MUJER	
	%	# observaciones	%	# observaciones
“A través de internet el Estado es más transparente”	25%	3,265	23%	5,397
“Internet es fundamental para los negocios”	73%	3,269	70%	5,400
“Usando internet puedo ser más independiente”	51%	3,270	51%	5,400
USOS DE PLATAFORMAS DIGITALES O ECONOMIA GIG				
¿Ha ganado dinero realizando algún trabajo en la economía gig?	7%	2,460	5%	3,851
Servicio de taxis	17%	141	8%	182
Compra/entrega artículos para el hogar	23%	141	28%	182
Tareas en línea	35%	141	37%	182
Limpiar/lavar	9%	141	16%*	182
PRINCIPAL RAZÓN PARA PARTICIPAR DE LA ECONOMIA GIG				
Controlar su propio horario	28%	141	57%***	182
Ingreso extra	61%	141	45%	182
Obtener experiencia laboral	71%	141	61%	182
Diversión	48%	141	47%	182
Falta de oportunidades	51%	141	36%	182

Notas: Las columnas 2 y 4 muestran el número de observaciones de hombres y mujeres respectivamente. Los asteriscos en la columna 3 indica la significatividad estadística de la diferencia entre hombres y mujeres. *** significativo al 1%, ** al 5%, * al 10%.

Fuente: Elaboración propia con base en After Access 2017-2018.

TABLA B1:

Acceso y Uso de TIC en Argentina, Colombia, Ecuador, Guatemala, Paraguay y Perú

	ARGENTINA				COLOMBIA				ECUADOR				GUATEMALA				PERÚ				PARAGUAY			
	HOMBRE		MUJER		HOMBRE		MUJER		HOMBRE		MUJER		HOMBRE		MUJER		HOMBRE		MUJER		HOMBRE		MUJER	
	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs
ACCESO A LAS TIC																								
TELEFONÍA MÓVIL																								
Tenencia de teléfono móvil	89%	515	90%	831	89%	509	86%	976	84%	529	83%	924	91%	684	84%***	773	88%	530	81%***	1,000	91%	515	87%***	929
Tipo de móvil: Básico	15%	447	10%**	743	28%	454	22%	888	11%	444	14%*	771	24%	608	38%***	641	21%	463	23%	804	37%	467	31%*	809
Tipo de móvil: Con algunas funciones	10%	447	11%	743	6%	454	7%	888	11%	444	13%	771	13%	608	14%	641	16%	463	18%	804	3%	467	5%*	809
Tipo de móvil: Smartphone	75%	447	79%	743	66%	454	72%	888	79%	444	73%**	771	64%	608	48%***	641	63%	463	59%	804	61%	467	64%	809
COMPUTADORA E INTERNET																								
Tiene computadora	60%	281	60%	383	51%	332	32%***	571	55%	390	55%	555	49%	374	45%	263	50%	376	51%	528	46%	122	49%	158
Tiene laptop	57%	281	57%	383	50%	332	57%	571	43%	390	38%	555	47%	374	43%	263	49%	376	39%***	528	60%	122	56%	158
Tiene tablet	24%	281	27%	383	33%	332	20%	571	20%	390	19%	555	15%	374	21%	263	21%	376	26%	528	10%	122	7%	158
Internet	85%	515	84%	831	81%	509	84%	976	87%	529	79%***	924	73%	684	56%***	773	79%	530	68%***	1,000	60%	515	61%	929
BARRERAS DE ACCESO A LAS TIC																								
BARRERAS PARA CONTAR CON UN TELÉFONO MÓVIL																								
Difícil pagarlo	37%	68	47%	88	55%	55	44%	88	53%	85	71%***	153	34%	76	34%	132	51%	67	63%*	196	41%	48	41%	120
Sin cobertura	7%	68	6%	88	2%	55	10%	88	32%	85	29%	153	3%	76	4%	132	34%	67	31%	196	16%	48	4%*	120
Sin electricidad	1%	68	0%	88	0%	55	0%	88	13%	85	9%	153	0%	76	3%	132	13%	67	12%	196	0%	48	2%	120
Está averiado	31%	68	29%	88	25%	55	19%	88	39%	85	27%	153	27%	76	23%	132	42%	67	27%**	196	16%	48	22%	120
Me lo robaron	14%	68	14%	88	33%	55	13%	88	40%	85	31%	153	17%	76	20%	132	46%	67	36%	196	16%	48	3%**	120
No sé usarlo	23%	68	29%	88	13%	55	23%	88	31%	85	47%**	153	26%	76	28%	132	34%	67	52%**	196	17%	48	24%	120
BARRERAS DE ACCESO A INTERNET																								
No sé lo que es internet	4%	100	7%	154	47%	100	35%	194	14%	80	11%	200	11%	204	18%**	327	8%	111	11%	319	26%	227	31%	388
No tengo acceso a un dispositivo	14%	100	20%	154	13%	100	13%	194	8%	80	16%**	200	9%	204	7%	327	15%	111	5%**	319	24%	227	22%	388
No me interesa	47%	100	29%***	154	14%	100	15%	194	19%	80	17%	200	16%	204	16%	327	8%	111	6%	319	20%	227	17%	388
No sé usarlo	25%	100	24%	154	25%	100	32%	194	35%	80	37%	200	43%	204	47%	327	44%	111	53%*	319	25%	227	28%	388
No está disponible	1%	100	0%	154	1%	100	0%	194	0%	80	2%	200	0%	204	1%	327	3%	111	3%	319	2%	227	1%	388
Es demasiado caro	3%	100	6%	154	0%	100	1%*	194	9%	80	5%	200	8%	204	5%	327	5%	111	3%	319	3%	227	1%	388
No tengo tiempo	1%	100	2%	154	2%	100	1%	194	4%	80	5%	200	11%	204	5%**	327	7%	111	5%	319	0%	227	1%*	388
Ninguno de mis amigos lo utiliza	0%	100	0%	154	0%	100	0%	194	0%	80	0%	200	0%	204	0%	327	0%	111	0%	319	0%	227	0%	388
Me preocupa mi privacidad	0%	100	0%	154	0%	100	1%	194	0%	80	0%	200	0%	204	1%	327	0%	111	0%	319	0%	227	0%	388
No me permiten usarlo	0%	100	1%	154	0%	100	0%	194	4%	80	1%	200	1%	204	1%	327	0%	111	0%	319	0%	227	0%	388
Otro	6%	100	10%	154	0%	100	2%	194	8%	80	7%	200	0%	204	0%	327	10%	111	14%	319	0%	227	0%	388
FORMAS DE USO DE LAS TIC																								

Continuación **TABLA B1**

	ARGENTINA				COLOMBIA				ECUADOR				GUATEMALA				PERÚ				PARAGUAY			
	HOMBRE		MUJER		HOMBRE		MUJER		HOMBRE		MUJER		HOMBRE		MUJER		HOMBRE		MUJER		HOMBRE		MUJER	
	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs
USOS DEL TELÉFONO MÓVIL																								
Hacer/recibir llamadas	75%	447	70%	743	82%	454	82%	888	66%	444	72%**	771	78%	608	74%	641	81%	463	84%	804	73%	467	75%	809
Enviar/recibir SMS	62%	447	65%	743	37%	454	48%	888	55%	444	61%*	771	55%	608	50%	641	58%	463	58%	804	46%	467	48%	809
Tomar fotos/hacer videos	46%	447	53%**	743	38%	454	40%	888	47%	444	48%	771	39%	608	31%**	641	40%	463	42%	804	28%	467	31%	809
Escuchar música sin internet	44%	447	40%	743	26%	454	33%	888	56%	444	46%***	771	51%	608	35%***	641	51%	463	43%**	804	26%	467	21%*	809
Juegos sin usar internet	17%	447	14%	743	12%	454	14%	888	24%	444	22%	771	30%	608	15%***	641	24%	463	20%	804	9%	467	6%*	809
Correo electrónico	47%	366	35%***	657	43%	344	37%	679	50%	370	38%***	629	34%	439	29%	384	45%	328	41%	588	27%	276	12%***	523
Chatear	92%	370	90%	658	78%	350	88%	684	67%	393	62%*	658	69%	456	62%*	400	61%	366	61%	622	71%	280	70%	537
Videos/música	41%	370	39%	658	42%	350	37%	684	45%	393	40%	658	46%	456	26%***	400	38%	366	33%	622	28%	280	19%**	537
Juegos con internet	12%	370	9%	658	6%	350	9%	684	24%	393	14%***	658	22%	456	8%***	400	21%	366	12%***	622	14%	280	5%***	537
USO DE APLICACIONES DE TELÉFONO MÓVIL																								
Redes sociales	88%	370	88%	658	76%	350	85%	684	75%	393	70%*	658	70%	456	64%	400	70%	366	66%	622	73%	280	72%	537
Juegos	11%	370	11%	658	11%	350	12%	684	13%	393	15%	658	22%	456	11%***	400	15%	366	11%*	622	11%	280	6%*	537
Transporte	16%	370	10%**	658	11%	350	7%	684	14%	393	10%*	658	10%	456	5%**	400	18%	366	10%***	622	6%	280	4%	537
Negocios	12%	370	7%**	658	12%	350	15%	684	21%	393	15%**	658	15%	456	11%	400	25%	366	17%***	622	10%	280	7%	537
Entretenimiento	11%	370	11%	658	18%	350	12%	684	26%	393	21%**	658	24%	456	15%***	400	19%	366	16%	622	16%	280	8%***	537
Noticias	33%	370	25%***	658	25%	350	10%**	684	39%	393	29%***	658	40%	456	23%***	400	44%	366	27%***	622	30%	280	17%***	537
Educación	11%	370	15%	658	18%	350	14%	684	30%	393	27%	658	33%	456	24%**	400	30%	366	25%	622	16%	280	10%**	537
Búsqueda	23%	370	23%	658	24%	350	19%	684	31%	393	26%*	658	31%	456	19%***	400	25%	366	22%	622	20%	280	12%**	537
Clima	39%	370	32%**	658	15%	350	7%	684	32%	393	21%***	658	23%	456	16%**	400	25%	366	18%**	622	37%	280	26%***	537
Mensajería	78%	370	79%	658	71%	350	72%	684	75%	393	71%	658	64%	456	59%	400	64%	366	63%	622	87%	280	85%	537
Comerciales	20%	370	13%***	658	16%	350	16%	684	17%	393	12%**	658	11%	456	7%**	400	14%	366	10%*	622	11%	280	5%**	537
DINERO ELECTRÓNICO																								
Uso de banca o dinero móvil	10%	447	3%***	743	15%	454	13%	888	8%	444	5%**	771	13%	608	6%***	641	9%	463	3%***	804	58%	467	51%**	809
FRECUENCIA DE USO DE COMPUTADORA																								
Uso intensivo de computadora, laptop o tablet	39%	515	28%***	831	43%	509	26%**	976	36%	529	28%***	924	33%	684	16%***	773	36%	530	22%***	1,000	17%	515	8%***	929
USO DE COMPUTADORA																								
E-mail	83%	268	79%	346	73%	309	73%	520	85%	325	79%*	453	76%	313	71%	220	78%	311	74%	433	67%	100	60%	122
Redes sociales	79%	268	76%	346	79%	309	71%	520	83%	325	74%***	453	77%	313	69%	220	84%	311	81%	433	70%	100	55%**	122
Chatear	61%	268	54%*	346	65%	309	60%	520	69%	325	61%**	453	63%	313	59%	220	76%	311	69%**	433	45%	100	36%	122

Continuación TABLA B1

	ARGENTINA				COLOMBIA				ECUADOR				GUATEMALA				PERÚ				PARAGUAY			
	HOMBRE		MUJER		HOMBRE		MUJER		HOMBRE		MUJER		HOMBRE		MUJER		HOMBRE		MUJER		HOMBRE		MUJER	
	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs
Skype	28%	268	21%*	346	46%	309	30%*	520	39%	325	33%	453	32%	313	27%	220	41%	311	39%	433	20%	100	11%	122
Juegos	36%	268	28%**	346	48%	309	24%***	520	41%	325	28%***	453	48%	313	26%***	220	45%	311	34%***	433	19%	100	10%*	122
Mirar videos	68%	268	67%	346	81%	309	68%*	520	76%	325	63%***	453	69%	313	60%*	220	81%	311	73%***	433	51%	100	37%*	122
Escuchar música	52%	268	49%	346	44%	309	33%	520	58%	325	47%***	453	64%	313	58%	220	55%	311	52%	433	37%	100	26%*	122
Banco en línea	36%	268	19%***	346	22%	309	13%	520	25%	325	17%***	453	19%	313	7%***	220	25%	311	13%***	433	13%	100	6%	122
USOS DE INTERNET																								
Educación	42%	415	48%*	677	21%	407	21%	774	58%	449	54%	724	45%	480	45%	446	49%	419	44%	681	35%	288	29%	541
Trabajo	38%	415	30%***	677	19%	409	12%	782	41%	449	27%***	724	29%	480	21%**	446	38%	419	20%***	681	32%	288	17%***	541
Gobierno	28%	415	21%***	677	22%	409	16%	782	32%	449	24%***	724	18%	480	12%*	446	17%	419	10%***	681	19%	288	12%**	541
USO DE INTERNET PARA EDUCACIÓN																								
Cursos en línea gratuitos	28%	174	19%**	320	52%	115	41%	233	29%	253	28%	378	39%	207	29%*	187	35%	204	20%***	302	23%	91	12%*	147
Cursos en línea pagados	14%	174	10%	320	27%	115	6%*	233	6%	253	6%	378	17%	207	13%	187	16%	204	8%***	302	4%	91	6%	147
Bibliotecas digitales	64%	174	60%	320	63%	115	60%	233	64%	253	56%*	378	62%	207	60%	187	70%	204	60%**	302	62%	91	54%	147
Bases de datos de acceso abierto	69%	174	61%*	320	82%	115	72%	233	67%	253	62%	378	53%	207	47%	187	74%	204	59%***	302	54%	91	46%	147
Textos en línea	71%	174	72%	320	71%	115	65%	233	74%	253	71%	378	72%	207	65%	187	83%	204	79%	302	70%	91	53%**	147
Leer noticias	70%	174	72%	320	81%	115	80%	233	79%	253	82%	378	69%	207	63%	187	88%	204	83%	302	81%	91	68%**	147
Páginas web de estudios	70%	174	78%*	320	81%	115	75%	233	80%	253	86%**	378	76%	207	77%	187	81%	204	85%	302	67%	91	71%	147
Grupos de Facebook de estudios	48%	174	50%	320	46%	115	41%	233	62%	253	59%	378	59%	207	45%**	187	70%	204	67%	302	37%	91	32%	147
Seguir a instituciones educativas	24%	174	20%	320	19%	115	38%*	233	41%	253	39%	378	45%	207	29%***	187	55%	204	41%***	302	28%	91	19%	147
Participar en grupos de Whatsapp de estudio	58%	174	66%	320	67%	115	56%	233	68%	253	74%	378	63%	207	51%**	187	58%	204	60%	302	60%	91	60%	147
USO DE INTERNET PARA TRABAJO																								
Revisar ofertas de empleo	53%	155	59%	203	77%	90	68%	133	75%	189	76%	199	56%	140	62%	82	78%	159	79%	134	56%	85	65%	86
Mantener un perfil profesional en una red social	54%	155	39%***	203	77%	90	84%	133	67%	189	68%	199	53%	140	51%	82	65%	159	50%***	134	37%	85	41%	86
Poner curriculum en línea	56%	155	51%	203	85%	90	70%	133	67%	189	64%	199	66%	140	50%*	82	72%	159	63%	134	27%	85	34%	86
Participar en grupos de trabajo en Facebook	49%	155	59%*	203	49%	90	32%	133	65%	189	62%	199	55%	140	43%	82	71%	159	71%	134	57%	85	52%	86
Seguir a posibles empleadores en Twitter	14%	155	11%	203	9%	90	9%	133	30%	189	36%	199	23%	140	17%	82	37%	159	22%***	134	11%	85	11%	86
Revisar ofertas de empleo en periodicos en línea	39%	155	49%*	203	51%	90	31%	133	54%	189	64%**	199	41%	140	47%	82	63%	159	60%	134	47%	85	46%	86

Continuación TABLA B1

	ARGENTINA				COLOMBIA				ECUADOR				GUATEMALA				PERÚ				PARAGUAY			
	HOMBRE		MUJER		HOMBRE		MUJER		HOMBRE		MUJER		HOMBRE		MUJER		HOMBRE		MUJER		HOMBRE		MUJER	
	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs
Usar Whatsapp/Facebook para contactarse con clientes o vender algo	69%	155	63%	203	75%	90	64%	133	76%	189	68%	199	54%	140	43%	82	65%	159	53%***	134	46%	85	50%	86
USO DE INTERNET PARA GOBIERNO																								
Hacer trámites	85%	118	78%	140	85%	89	79%	137	80%	154	73%	174	61%	83	56%	53	70%	71	61%	69	53%	55	27%***	67
Consultas generales	86%	118	85%	140	94%	89	94%	137	92%	154	87%	174	52%	83	36%	53	88%	71	85%	69	56%	55	41%	67
Concertar citas	85%	118	80%	140	77%	89	67%	137	77%	154	72%	174	27%	83	24%	53	71%	71	60%	69	20%	55	20%	67
Hacer pagos	44%	118	27%***	140	35%	89	28%	137	48%	154	41%	174	42%	83	30%	53	40%	71	17%***	69	27%	55	15%	67
Conseguir información del gobierno	50%	118	47%	140	69%	89	59%	137	52%	154	54%	174	41%	83	27%	53	74%	71	58%*	69	47%	55	28%*	67
Revisar Facebook de oficinas gubernamentales	26%	118	25%	140	35%	89	20%	137	30%	154	30%	174	38%	83	23%	53	51%	71	41%	69	34%	55	31%	67
Seguir oficinas gubernamentales en redes sociales	16%	118	18%	140	26%	89	6%**	137	36%	154	32%	174	23%	83	18%	53	41%	71	26%*	69	24%	55	17%	67
Presentar quejas	33%	118	32%	140	26%	89	24%	137	27%	154	23%	174	29%	83	17%	53	40%	71	33%	69	21%	55	23%	67
Seguir a políticos en redes sociales	24%	118	21%	140	22%	89	22%	137	38%	154	32%	174	31%	83	13%**	53	50%	71	40%	69	21%	55	17%	67
Participar en grupos de redes sociales de grupos políticos	9%	118	12%	140	20%	89	8%	137	21%	154	15%	174	22%	83	10%	53	28%	71	17%	69	13%	55	7%	67
ACTIVIDADES EN LAS QUE PASA MÁS TIEMPO EN INTERNET																								
Actividades de trabajo	24%	415	15%***	677	10%	409	11%	782	23%	449	12%***	724	18%	480	11%**	446	32%	419	14%***	681	22%	288	8%***	541
Actividades de educación	9%	415	15%***	677	14%	409	22%	782	15%	449	27%***	724	18%	480	20%	446	17%	419	28%***	681	11%	288	9%	541
Redes sociales (e.j. Facebook)	43%	415	51%**	677	43%	409	58%*	782	39%	449	41%	724	51%	480	58%*	446	34%	419	43%***	681	53%	288	73%***	541
Noticias	9%	415	9%	677	10%	409	4%	782	7%	449	4%*	724	3%	480	3%	446	5%	419	6%	681	6%	288	4%	541
Actividades de entretenimiento	13%	415	7%***	677	22%	409	4%**	782	14%	449	14%	724	8%	480	7%	446	9%	419	8%	681	6%	288	6%	541
ACTITUDES RESPECTO A INTERNET																								
"Las tecnologías son importantes hoy en día para estar integrado"	86%	515	81%**	831	82%	509	82%	976	85%	529	80%**	924	87%	672	82%*	741	88%	530	85%**	1,000	86%	515	83%	929
"El acceso a internet debería ser un derecho garantizado por el Estado"	73%	515	76%	831	80%	509	81%	976	82%	529	78%*	924	68%	671	60%**	740	87%	530	81%***	1,000	71%	515	63%***	929
"Usar internet para la educación es una necesidad"	84%	515	82%	831	95%	509	91%	976	92%	529	92%	924	90%	673	89%	741	92%	530	90%	1,000	84%	515	81%	929
"A través de internet se puede conseguir trabajo más fácilmente"	69%	515	57%***	831	58%	509	57%	976	67%	529	61%**	924	71%	671	66%	740	77%	530	76%	1,000	65%	515	58%**	929

Continuación TABLA B1

	ARGENTINA				COLOMBIA				ECUADOR				GUATEMALA				PERÚ				PARAGUAY			
	HOMBRE		MUJER		HOMBRE		MUJER		HOMBRE		MUJER		HOMBRE		MUJER		HOMBRE		MUJER		HOMBRE		MUJER	
	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs	%	#obs
"A través de Internet el Estado ofrece más y mejores servicios"	45%	515	41%	831	25%	509	29%	976	60%	529	49%***	924	31%	668	27%	738	64%	530	56%***	1,000	26%	515	25%	929
"A través de Internet el Estado es más transparente"	29%	515	25%	831	10%	509	11%	976	37%	529	32%*	924	19%	667	18%	737	46%	530	38%***	1,000	20%	515	17%	929
"Internet es fundamental para los negocios"	80%	515	69%***	831	59%	509	66%	976	82%	529	76%**	924	76%	671	68%**	740	83%	530	77%***	1,000	66%	515	56%***	929
"Usando Internet puedo ser más independiente"	52%	515	47%*	831	42%	509	56%**	976	53%	529	45%***	924	53%	672	49%	740	66%	530	53%***	1,000	42%	515	36%*	929
USOS DE PLATAFORMAS DIGITALES O ECONOMIA GIG																								
ECONOMÍA GIG																								
¿Ha ganado dinero realizando algún trabajo en la economía gig?	6%	415	4%*	677	9%	409	7%	782	3%	449	2%	724	5%	480	5%	446	7%	419	3%***	681	4%	288	4%	541
Servicio de taxis	6%	26	0%	24	20%	40	3%	77	35%	12	3%**	15	31%	23	33%	25	14%	30	26%	22	0%	10	0%	19
Compra/entrega artículos para el hogar	19%	26	67%***	24	11%	40	7%	77	68%	12	27%**	15	27%	23	44%	25	46%	30	53%	22	16%	10	55%*	19
Tareas en línea	13%	26	20%	24	47%	40	38%	77	37%	12	24%	15	58%	23	63%	25	28%	30	47%	22	15%	10	11%	19
Limpiar/lavar	7%	26	43%***	24	1%	40	4%	77	34%	12	65%	15	21%	23	22%	25	16%	30	14%	22	0%	10	20%*	19
PRINCIPAL RAZÓN PARA PARTICIPAR DE LA GIG ECONOMY																								
Controlar su propio horario	19%	26	76%***	24	28%	40	44%	77	52%	12	85%*	15	39%	23	78%***	25	34%	30	63%*	22	0%	10	48%***	19
Ingreso extra	50%	26	52%	24	67%	40	35%*	77	88%	12	83%	15	37%	23	62%	25	75%	30	48%*	22	39%	10	50%	19
Obtener experiencia laboral	65%	26	79%	24	68%	40	48%	77	95%	12	87%	15	69%	23	71%	25	87%	30	76%	22	44%	10	57%	19
Diversión	63%	26	47%	24	21%	40	39%	77	51%	12	74%	15	83%	23	58%*	25	60%	30	68%	22	57%	10	53%	19
Falta de oportunidades	44%	26	41%	24	44%	40	21%	77	78%	12	95%	15	67%	23	70%	25	64%	30	45%	22	31%	10	30%	19

NOTAS DE REFERENCIA

i. Las denominadas habilidades del siglo XXI incluyen:

- 1) Habilidades no cognitivas: aquellas inherentemente humanas y, por tanto, difíciles de ser reemplazadas por la robótica, como la creatividad, aprender a aprender, la comunicación, el trabajo en equipo y el pensamiento crítico.
- 2) Habilidades cognitivas avanzadas: digitales y cuantitativas, como la inteligencia artificial o ciencia de datos. (Página 4)

ii. Las habilidades TIC hacen referencia a las habilidades relacionadas al uso de las tecnologías de información y comunicación desde leer y escribir mails hasta usar lenguaje de programación. Las habilidades CTIM hacen referencia a las habilidades para usar algebra simple, compleja, preparar tablas y gráficas. Las habilidades de gestión y comunicación hacen referencia a habilidades estratégicas de gestión para la generación de ventajas competitivas sostenibles incluyendo practicas de manejo de recursos humanos, negociación, instrucción, asesoramiento y persuasión. Ver Bustelo et al., 2019a y 2019b para más información. (Página 4)



**¿DESIGUALDADES EN EL
MUNDO DIGITAL?**

**BRECHAS DE GÉNERO
EN EL USO DE LAS TIC**

