



observatorio aragonés
de la sociedad
de la información



Las brechas digitales en Aragón 2014



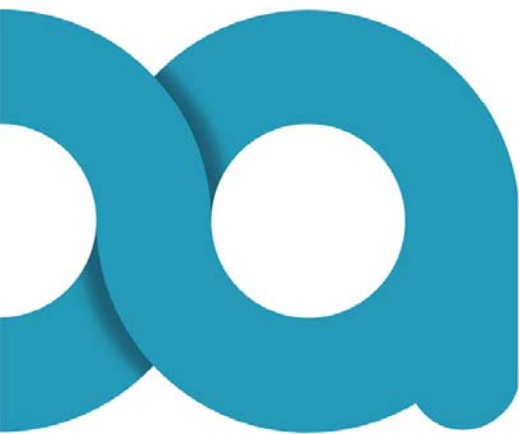
Departamento de Industria
e Innovación



Las brechas digitales en Aragón / Observatorio Aragonés de Sociedad de la Información.- Zaragoza: Departamento de Industria e Innovación, Gobierno de Aragón, 2014

1. Sociedad de la información – Aragón. 2. Usuarios de Internet. – Aragón

Licencia: Creative Commons-Atribución-NoComercial (CC BY-NC)



Indice

<i>Resumen</i>	<i>4</i>
<i>1 La brecha digital de edad</i>	<i>13</i>
<i>2 La brecha digital de nivel educativo</i>	<i>20</i>
<i>3 La brecha digital de nivel de ingresos</i>	<i>26</i>
<i>4 La brecha digital de trabajo</i>	<i>31</i>
<i>5 La brecha digital de género</i>	<i>36</i>
<i>6 La brecha digital del ámbito rural</i>	<i>46</i>
<i>7 La brecha digital de zona geográfica</i>	<i>51</i>
<i>8 Un modelo predictivo de la brecha digital a partir de los factores determinantes</i>	<i>56</i>
<i>9 Estudio pormenorizado de cada uno de los grupos y el uso que hacen de Internet</i>	<i>68</i>
<i>10 Los excluidos digitales, los que más padecen la brecha digital</i>	<i>83</i>
<i>Ficha metodológica</i>	<i>87</i>

Resumen

La brecha digital consiste en la diferencia en el nivel de acceso y uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) que sufren determinadas personas en razón de aspectos socioeconómicos como la edad, el sexo, el nivel de ingresos, el nivel educativo, el tipo de trabajo o la zona geográfica donde residen, entre otros. Lograr la inclusión digital de todas las personas es un objetivo básico de las sociedades, de ahí la importancia de los diversos planes que las administraciones públicas han puesto en marcha para alcanzar la igualdad. La Unión Europea ha establecido la iniciativa de crecimiento sostenible Europa 2020, que para la Agenda Digital Europea incluye siete pilares, siendo el sexto que toda la sociedad pueda hacer uso de las TIC, ya que, aunque un 50% de los europeos utiliza Internet diariamente, hay un 30% de la población europea que nunca ha accedido. Pero antes de realizar acciones de alfabetización digital, es necesario un diagnóstico preciso que determine cuáles son los colectivos de aragoneses que sufren la brecha digital o incluso la exclusión digital, objetivo de este trabajo.

En este estudio se analizan los datos de los trabajos realizados por el Observatorio Aragonés de la Sociedad de la Información (OASI). El OASI lleva analizando la brecha digital desde sus primeros estudios, en el año 2004 ya se ponía de manifiesto la situación de las mujeres, las personas de edad o las que residen en el ámbito rural. En este estudio analizamos en profundidad los datos más recientes, una encuesta realizada en noviembre de 2013 a 2.304 personas, en las que además de interrogar a los encuestados sobre el uso de la tecnología se les preguntó sobre sus datos socioeconómicos.

La brecha digital existe y en algunos colectivos es bastante severa, si bien en términos generales ha disminuido desde el año 2004. Los resultados permiten precisar que los factores que se relacionan con la brecha digital, ordenados de mayor a menor impacto son, en primer lugar, la edad, después la baja formación, seguida del bajo nivel de ingresos, el tipo de trabajo, el sexo femenino, el residir en ámbito rural y, finalmente, el residir en la provincia de Teruel. La edad es el factor que más explica el nivel de uso de Internet, las compras en la red, el uso de las redes sociales, la administración electrónica y los usos avanzados del teléfono móvil. El nivel de estudios es el segundo factor más importante que explica la brecha digital, cuanto mayor es el nivel de estudios mayor es el uso de Internet. El tercer factor en importancia es el nivel de ingresos y es un factor importante cuando se trata de actividades que implican dinero, como las compras por Internet o el uso de la banca electrónica. El tipo de empleo puede ser un factor importante, pero solo en algunas situaciones concretas, como el ser jubilado o pertenecer al colectivo sus labores. Este grupo sufre una importante brecha digital, y como en su gran mayoría son mujeres, explica una buena parte de la brecha de género. Situaciones laborales con mayor nivel de uso de Internet son: estudiar, estudiar y trabajar, tener un trabajo a tiempo completo y ser desempleado, esto último merece ser destacado ya que los desempleados son simplemente personas que han perdido su puesto de empleo y sus niveles de uso de Internet son similares a los que trabajan a tiempo completo. El resto de colectivos, es decir, autónomos y

contratados a tiempo parcial, están en la media. Las mujeres utilizan Internet menos que los hombres, pero no hay brecha entre las mujeres jóvenes o las que tienen un buen nivel de ingresos o formación. Tampoco entre las mujeres de mayor edad hay diferencias importantes con respecto a los varones, ambos usan igual de poco la red. Se observa un menor uso de Internet en el ámbito rural, pero no entre los jóvenes del medio rural, la causa tiene más bien que ver con el envejecimiento de la población del mundo rural. Si desglosamos por zona geográfica, el menor nivel de uso de Internet se da en los habitantes de la zona Teruel rural y, en menor medida, en los de Zaragoza rural. Huesca capital supera en muchos indicadores a Zaragoza capital que tiene algunas bolsas de población con menos formación e ingresos, por ejemplo inmigrantes, aunque la encuesta no pregunta por esta situación.

Los colectivos que más padecen la brecha digital, e incluso podríamos hablar de excluidos digitales, son las mujeres y hombres de más edad, a partir de los 64 años, los hombres y mujeres sin estudios o con formación primaria, los jubilados y las jubiladas, las personas que se dedican a sus labores, que mayoritariamente son mujeres, y las personas con ingresos bajos. Los esfuerzos y las acciones de alfabetización digital para erradicar la brecha digital deben hacerse en estos colectivos. La brecha les afecta independientemente de dónde vivan si bien, al ser el mundo rural el de mayor proporción de jubilados merece especial atención. Los hombres y mujeres del medio rural, de cualquiera de las tres provincias, las mujeres que rondan los 45 años y los hombres de más de 55 años utilizan Internet de forma esporádica y su uso es muy limitado. Todos estos colectivos necesitarían también acciones formativas específicas para evitar la exclusión digital. Internet tiene mucho que ofrecer al medio rural. Gracias a la red, cualquier pequeño pueblo tiene, no una sucursal bancaria sino acceso a todos los bancos, naturalmente mediante la banca electrónica, así como la posibilidad de acceder a las administraciones sin desplazarse a la capital o incluso un Corte Inglés, al menos su escaparate online. Los jóvenes del medio rural compran muchos productos que no hay en sus localidades, como ropa, complementos o artículos deportivos en mayor medida que los jóvenes de Zaragoza capital. Dentro de unos años los que hoy son jóvenes del medio rural usarán más la banca online o se relacionarán electrónicamente con las administraciones y es algo que hoy ya podrían hacer sus progenitores, aprovechar esas oportunidades que ofrece Internet. De hecho, algunos de los mejores ejemplos de éxito en el comercio electrónico en Aragón han surgido en pequeñas localidades del mundo rural.

Los jóvenes son usuarios de las nuevas tecnologías, independientemente de su formación o del nivel de ingresos. Entre los jóvenes no hay brecha de género ni de ámbito rural o de provincia. Los más jóvenes son los que más intensivamente utilizan los teléfonos móviles y más participan en las redes sociales, descargan juegos o escuchan música; son usuarios que realizan sobre todo un uso lúdico y social de Internet. Pero los jóvenes con poca formación e ingresos usan menos Internet y el uso que hacen es social y lúdico. Cuanto mayor es el nivel de estudios mayor es el uso de Internet y conforme aumenta el nivel de ingresos aumenta el poder de compra y también el uso más profesional de la red. Si estudian y trabajan, en este caso por su mayor nivel adquisitivo, además del uso lúdico y social, también realizan más



compras por Internet, usan banca electrónica o se relacionan con la administración vía Internet.

Los hombres y mujeres de unos 30 años, independientemente de su formación o nivel económico, las personas con formación universitaria, independientemente de la edad u otros condicionantes, y las personas con los ingresos más elevados, también independientemente de la edad son las personas que utilizan Internet con más amplitud, puesto que a diferencia de los jóvenes estudiantes, tienen dinero y compran por Internet, usan la banca electrónica y se relacionan electrónicamente con las administraciones públicas.

La edad es el factor más importante que explica la brecha digital. La tabla y el gráfico siguiente resumen la relación entre edad y tecnología. Existe una relación lineal y decreciente entre la edad y el uso de la tecnología: cuanto mayor es la edad menor es el nivel de acceso a la tecnología y el uso que se hace de la misma, especialmente en las posibilidades más avanzadas. En cuanto a la forma de acceso a Internet, el portátil ya ha desbancado al ordenador personal entre los jóvenes de 15 a 24 años y también en el grupo entre 25 a 34 años. A partir de los 45 años, la brecha digital provoca que el uso que se hace de Internet sea menor, con alguna excepción, por ejemplo, es el grupo más consumidor de información sobre historia en Internet. Las personas mayores realizan en Internet actividades como visitar webs de economía, sociedad o historia, y también usan la red para informarse sobre productos y leer periódicos y revistas. Los jóvenes son los mayores usuarios de las redes sociales y conforme aumenta la edad del individuo disminuye su uso. El uso que hacen también es distinto, todas las personas usan las redes sociales para contactar con amigos pero conforme pasan los años desaparece el interés por los juegos y la creación de eventos y grupos y los únicos usos que crecen son los vinculados a los motivos profesionales y la consulta de recomendaciones sobre productos. Pero en algunos aspectos la relación entre edad y uso de Internet no es lineal, por ejemplo, los que más compran en Internet no son los más jóvenes, sino los de 25 a 34 años, porque los más jóvenes son en su mayoría estudiantes con poco dinero; entonces la relación entre edad y comprar por Internet toma la forma de una parábola invertida. Lo mismo sucede con otros usos avanzados de las tecnologías, como el acceso a la banca electrónica o el uso de Internet para relacionarse con las administraciones públicas. Los mayores usuarios de la administración electrónica son las personas entre 35 y 44 años, con un 96,29% y los más jóvenes y los más mayores la usan menos, con un 53,23% y un 10,73% respectivamente. El uso del DNI electrónico es minoritario. La columna "brecha" de la tabla siguiente se ha calculado como la diferencia entre el grupo con mayor uso de la tecnología y el menor, en este caso son las personas entre 65 y 75 años. Si el 97,95% de los jóvenes accede a Internet, solo lo hace un 17,06% de las personas entre 65 y 74 años. La brecha supera los 80 puntos de diferencia. El móvil es una tecnología ampliamente utilizada en todos los estratos de edad, pero la brecha digital se plasma en los usos que se hacen del mismo, a partir de los 45 años solo un 38,02% de los usuarios de móvil son capaces de realizar actividades como navegar por Internet con este dispositivo. Finalmente señalar que la brecha digital provocada por la edad ha ido disminuyendo con los años.

	Aragón	15 a 24 años	25 a 34 años	35 a 44 años	45 a 54 años	55 a 64 años	65 a 74 años	Brecha
Ha accedido a Internet en los tres últimos meses	76,95%	97,95%	97,44%	95,11%	80,94%	51,36%	17,06%	-80,38
Usa Internet para acceder a redes sociales (sobre usuarios)	53,28%	84,36%	74,19%	46,19%	36,33%	20,35%	15,13%	-59,06
Usa Internet para buscar información administraciones (sobre usuarios)	74,41%	53,23%	84,05%	96,29%	58,69%	33,75%	10,73%	-73,33
Ha comprado por Internet	49,44%	59,07%	76,89%	65,52%	47,72%	24,04%	4,30%	-72,59
Utiliza el teléfono móvil	93,99%	97,57%	98,37%	98,05%	94,61%	92,26%	77,22%	-21,15

Tabla. Las tecnologías y la edad

El siguiente gráfico permite visualizar la relación entre edad y algunas de las tecnologías. Se aprecia la forma curva de las compras por Internet y del uso de Internet para relacionarse con las administraciones públicas.

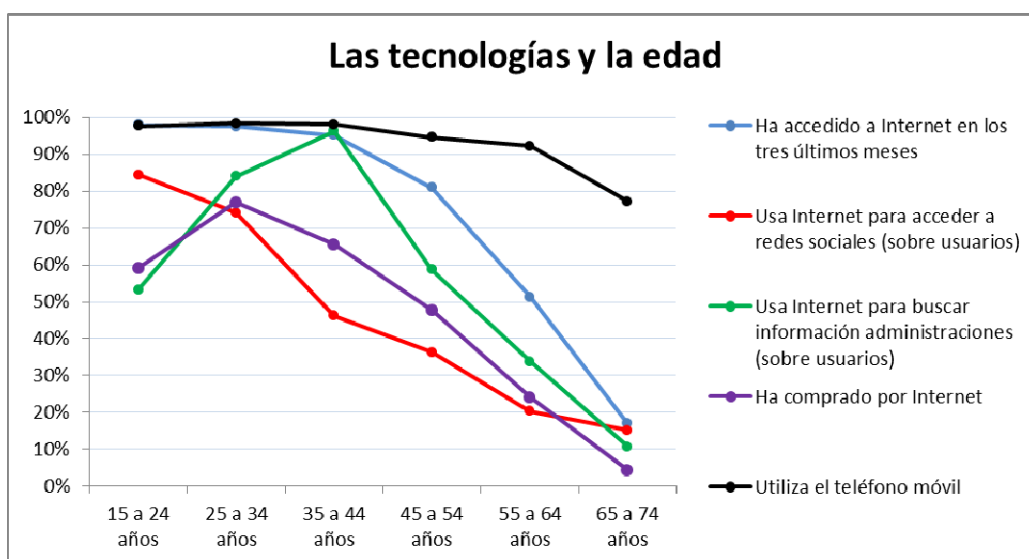


Gráfico. Las tecnologías y la edad.

El siguiente factor que explica la brecha digital por orden de importancia es el nivel de estudios. Cuanto mayor es el nivel de estudios mayor es el uso que se hace de la tecnología. Cabe señalar que solo 31 personas de la muestra de 2.304 carecían de estudios por lo que los resultados de la encuesta para este colectivo deben interpretarse con prudencia, teniendo en cuenta que además solo 8 de ellos eran usuarios de Internet. En cuanto a los usuarios de Internet la diferencia entre aquellos que tienen formación universitaria y el grupo sin estudios es de 69,61 puntos, concretamente el 95,41% de las personas con formación universitaria ha accedido a Internet en los últimos 3 meses, frente al 25,81% de los que no tienen estudios. La relación entre nivel de estudios y tecnología es lineal: a mayor formación mayor uso de las tecnologías. La única excepción es el uso de las redes sociales, algo más de la mitad de los usuarios de Internet accede a redes sociales y lo hace de forma bastante independiente a su nivel educativo. El uso del teléfono móvil es también bastante igualitario, no así el uso avanzado del mismo, para acceder a Internet, leer el correo electrónico o utilizar aplicaciones móviles. Lo que más destaca en el grupo de mayor formación es el uso de Internet para leer periódicos o revistas, realizar cursos, utilizar la banca electrónica, tomar decisiones de compra, leer blogs, informarse sobre viajes o salud. Por el contrario, en

los estratos de menor formación el uso que se hace de Internet es para telefonar o realizar videollamadas, acceder a redes sociales, jugar o descargar juegos. A mayor nivel formativo mayor porcentaje de compradores y mayor diversidad de productos comprados. La tabla y gráficos siguientes muestran la relación entre nivel de estudios y algunas tecnologías.

	Aragón	Sin estudios	Primaria/ESO	Bachiller/FPII	Universitario	Brecha
Ha accedido a Internet en los tres últimos meses	76,95%	25,81%	55,02%	88,47%	95,41%	-69,61
Usa Internet para acceder a redes sociales (sobre usuarios)	53,28%	75,00%	53,04%	52,80%	57,67%	8,78
Usa Internet para buscar información administraciones (sobre usuarios)	74,41%	87,50%	46,52%	76,40%	90,02%	-16,20
Ha comprado por Internet	49,44%	19,35%	23,33%	57,32%	78,84%	-46,74
Utiliza el teléfono móvil	93,99%	70,97%	87,68%	97,35%	98,77%	-18,73

Tabla. Las tecnologías y el nivel de estudio

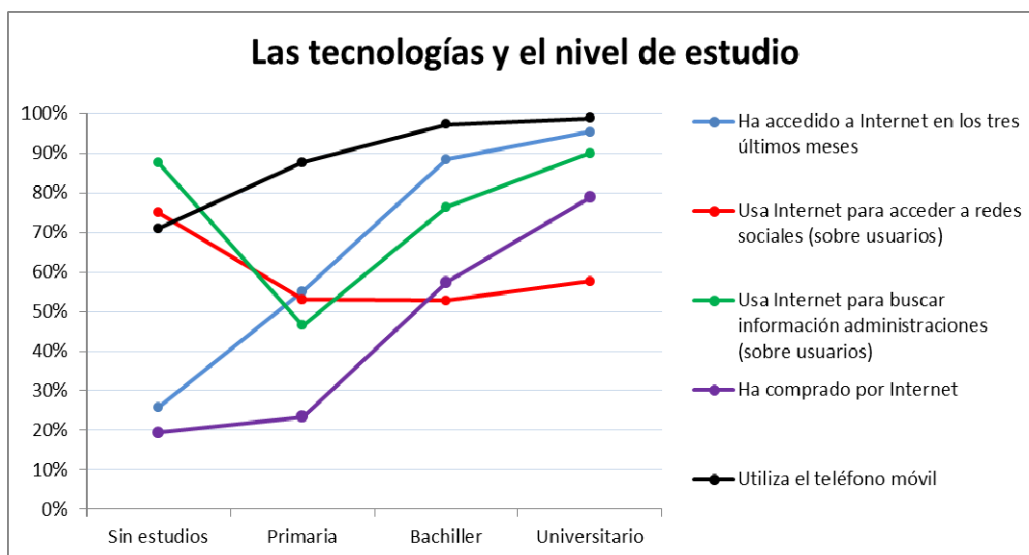


Gráfico. Las tecnologías y el nivel de estudio

Cuanto mayor es el nivel de estudios de las personas, mayores son los ingresos. En términos estadísticos diríamos que la correlación entre el nivel de renta de las personas y el nivel educativo es positiva y alta. La importancia de ambos factores para explicar la brecha digital es muy similar de forma que cuanto mayor es el nivel económico mayor es el uso que se hace de la tecnología. Pero hay dos diferencias entre la formación y los ingresos. La primera es que la mayor parte de las personas con formación accede y utiliza ampliamente Internet, incluso aquellos con ingresos bajos, en cambio, hay personas con dinero y sin formación que no son grandes usuarios de Internet. La segunda es que el nivel de ingresos es más importante cuando se trata de actividades que cuestan dinero, como el tener una tableta o un lector de libros electrónicos, usar la banca electrónica o comprar por Internet. En cuanto a los usuarios de Internet la diferencia entre aquellos que tienen mayores ingresos y el grupo con menores ingresos es de 49,05 puntos, concretamente el 97,04% de las personas que ganan más de 2.700€ mensuales ha accedido a Internet en los últimos 3

meses, frente al 47,99% de los que ganan menos de 1.100€. El patrón típico de una persona con nivel de ingresos altos se caracteriza por un elevado porcentaje de uso de Internet, acceso desde portátil y cada más desde una tableta y conectándose desde casa pero también desde el trabajo. Un nivel bajo de ingresos se corresponde con menor conexión a Internet, generalmente desde un equipo de sobremesa y casi siempre desde casa. La relación entre nivel de ingresos y tecnología es lineal: a mayor renta mayor uso de las tecnologías. Como en el caso del nivel de estudios la única excepción es el uso de las redes sociales: dentro de los usuarios de Internet el nivel de uso de las mismas es similar, incluso levemente superior en aquellos que menos ingresan frente a los que más ingresan, si bien cabe señalar que muchos de los que ganan poco o ningún dinero son estudiantes, el colectivo más aficionado a las redes sociales. Tratándose de dinero la mayor brecha digital surge en el comercio electrónico: el 23,66% de los aragoneses que ganan menos de 1.100€ ha comprado por Internet, frente al 76,87% de los más pudientes, siendo la diferencia de 53,21 puntos. Lo mismo sucede con las relaciones con las administraciones públicas mediante Internet, en este caso la brecha digital es de 50,48 puntos. La tabla y gráficos siguientes resumen la relación entre el nivel de ingresos y la utilización de algunas tecnologías.

	Aragón	< 1.100€	> 1.100€ < 1.800€	> 1.800€ < 2.700€	> 2.700€	Brecha
Ha accedido a Internet en los tres últimos meses	76,95%	47,99%	78,75%	92,36%	97,04%	-49,05
Usa Internet para acceder a redes sociales (sobre usuarios)	53,28%	53,70%	53,85%	51,97%	48,97%	4,73
Usa Internet para buscar información administraciones (sobre usuarios)	74,41%	47,12%	60,12%	81,13%	97,60%	-50,48
Ha comprado por Internet	49,44%	23,66%	49,17%	72,73%	76,87%	-53,21
Utiliza el teléfono móvil	93,99%	85,27%	95,63%	97,09%	98,64%	-13,37

Tabla. Las tecnologías y el nivel de renta

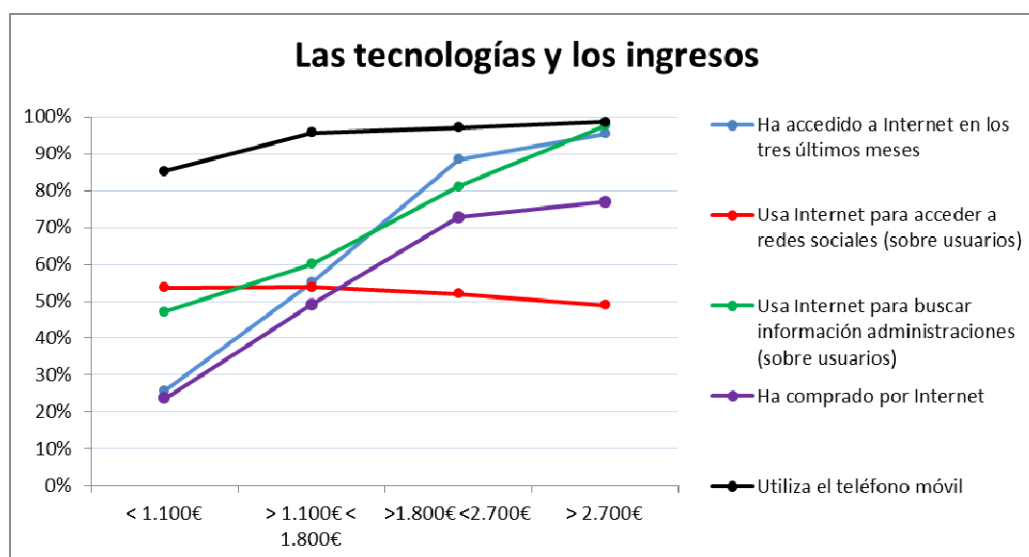


Gráfico. Las tecnologías y el nivel de renta

El tipo de empleo también es un factor determinante de la brecha digital. Los dos colectivos que más la sufren son los jubilados y los que se dedican a sus labores, trabajando en el hogar. En ambos grupos la brecha ronda los 40 puntos de diferencia con respecto a los



mayores usuarios, los estudiantes, especialmente aquellos que trabajan, que destacan especialmente en el uso de las redes sociales y el móvil, pero no tanto cuando se trata de comprar por Internet. Podemos hablar de una brecha con origen tecnológico en el grupo sus labores ya que surge en las actividades que exigen un mayor conocimiento de la tecnología, como el empleo de la banca electrónica, escuchar música, descargar películas o software. Donde apenas sufren brecha es en actividades como informarse sobre salud o sobre productos, pero utilizan Internet solo para informarse, no para tomar las decisiones de compra, porque como veremos más adelante no van a comprar por Internet. Los desempleados no sufren de brecha digital, si los comparamos con el promedio aragonés. La mayoría son personas que antes trabajaban y ahora están en paro y sus números se sitúan entre los que trabajan a tiempo completo y los que lo hacen a tiempo parcial. Los autónomos no utilizan tanto las redes sociales, pero destacan en usos específicos de Internet, como la banca electrónica, manejar el DNI electrónico o pagar a las administraciones públicas por Internet, lo que tiene mucho sentido. La tabla y gráficos siguientes resumen la relación entre el tipo de empleo y la utilización de algunas tecnologías.

	Aragón	Completa	Parcial	Desempleo	Autónomo	Estudiante	Estudia y trabaja	Jubilado	Sus labores	Brecha
Ha accedido a Internet en los tres últimos meses	76,95%	92,05%	89,47%	87,25%	84,29%	99,10%	100,00%	37,22%	46,92%	-45,13
Usa Internet para acceder a redes sociales (sobre usuarios)	53,28%	48,75%	61,76%	63,46%	50,85%	83,26%	83,33%	32,06%	35,77%	-12,98
Para buscar información administraciones (sobre usuarios)	74,41%	83,84%	63,24%	75,42%	79,10%	53,85%	70,83%	66,41%	43,80%	-40,05
Ha comprado por Internet	49,44%	66,15%	55,26%	57,10%	54,29%	62,33%	66,67%	18,75%	18,84%	-47,32
Utiliza el teléfono móvil	93,99%	97,82%	98,68%	96,81%	94,76%	98,21%	100,00%	84,66%	84,59%	-13,23

Tabla. Las tecnologías y el empleo

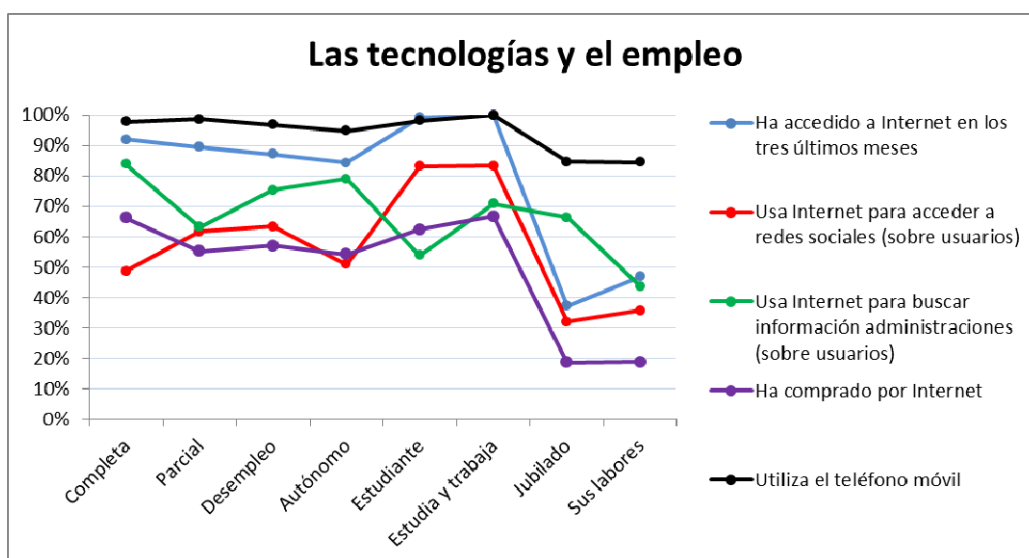


Gráfico. Las tecnologías y el empleo

En cuanto a las diferencias por sexo, que la literatura especializada denomina brecha digital de género, el 72,65% de las aragonesas han accedido a Internet en los tres últimos meses frente al 81,29% de los aragoneses, lo que supone 8,64 puntos de diferencia. Apenas hay diferencias entre los varones y las mujeres que tienen entre 15 y 34 años. La brecha empieza a partir de los 45 años y es máxima en el grupo de 55 a 64 años. En cuanto a la

brecha digital de género y el tipo de actividad laboral desempeñado, no hay diferencias entre los y las estudiantes, como tampoco la hay entre las mujeres y los hombres que se dedican a sus labores, aunque cabe señalar que de las 292 personas encuestadas que pertenecen a este grupo solo 15 son varones, es decir, un 5,1%. La brecha afecta sobre todo a las jubiladas y a las trabajadoras a tiempo parcial. Por el contrario, en el caso de las autónomas el porcentaje de usuarias de Internet es superior al de los autónomos. Entre las personas con nivel formativo o ingresos elevados no hay diferencias importantes entre hombres y mujeres. La brecha digital de género crece conforme disminuye el nivel de formación y el nivel de ingresos. La brecha digital de género es mayor en el ámbito urbano que en el rural. Y dentro del ámbito urbano es mayor en las capitales de provincia; de hecho, la mayor brecha digital de género se observa en Huesca capital mientras que en Teruel rural apenas hay diferencias entre hombres y mujeres. No hay diferencias apreciables en cuanto al uso del teléfono móvil. Las mujeres que son usuarias de Internet acceden más a las redes sociales que los varones. La brecha digital de género se ha ido reduciendo con los años. En el año 2006, el 51,52% de las aragonesas se podía considerar usuaria de Internet, es decir, había accedido a la red en los tres últimos meses, frente al 65,07% de los aragoneses, lo que suponía una diferencia de 13,54 puntos. En el año 2013 las usuarias de Internet suponen el 72,65% frente al 81,29% de los varones, con lo que la brecha ha disminuido en 8,64 puntos. La brecha de género también ha disminuido si tenemos en cuenta el porcentaje de personas que compran en Internet. La tabla y gráficos siguientes resumen la relación entre el sexo y la utilización de algunas tecnologías.

Las tecnologías y el sexo	Aragón	Hombre	Mujer	Brecha
Ha accedido a Internet en los tres últimos meses	76,95%	81,29%	72,65%	-8,64
Usa Internet para acceder a redes sociales (sobre usuarios)	53,28%	50,43%	56,57%	6,14
Usa Internet para buscar información administraciones (sobre usuarios)	74,41%	79,15%	68,98%	-10,17
Ha comprado por Internet	49,44%	55,61%	43,36%	-12,25
Utiliza el teléfono móvil	93,99%	94,34%	93,61%	-0,73

Tabla 5. Las tecnologías y el sexo. La brecha de género.

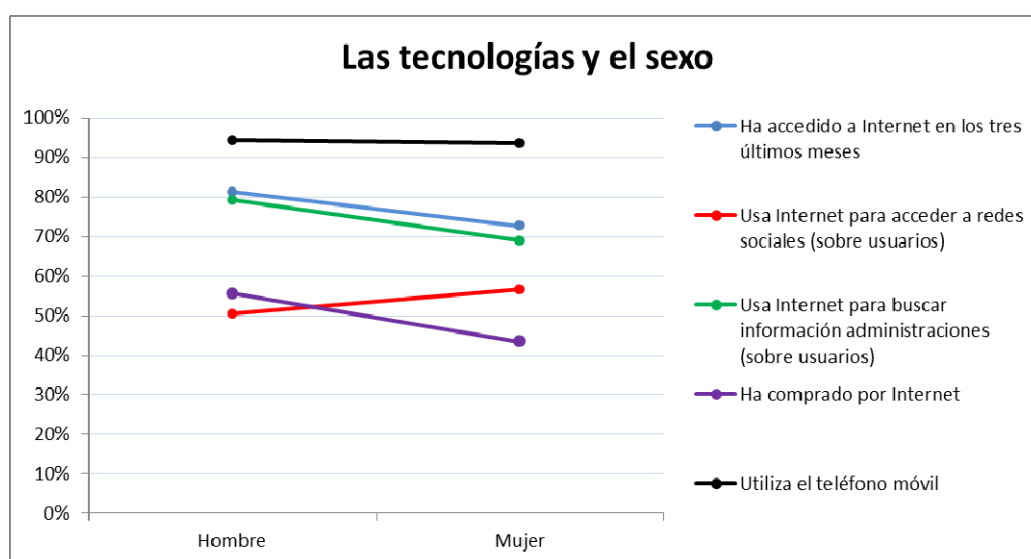


Gráfico. Las tecnologías y el sexo

El siguiente factor en importancia determinante de la brecha digital es el ámbito rural. El 76,95% de los aragoneses ha accedido a Internet en los tres últimos meses. Son un 77,96% de los que viven en ámbito urbano y un 71,68% de los que viven en ámbito rural. Por tanto la diferencia es de 6,28 puntos. El usuario de Internet en el medio rural es más joven y, por eso, los que viven en medio rural usan Internet para acceder a las redes sociales en una proporción mayor que los que residen en medio urbano. El porcentaje de compradores por Internet también es superior en el medio urbano, especialmente en productos como la compra de billetes de transporte, entradas para espectáculos y alojamiento para viajes. Los habitantes del medio rural compran más ropa, complementos y material deportivo por Internet pero usan menos la banca electrónica o la administración electrónica. La tabla y gráficos siguientes resumen la relación entre el ámbito rural o urbano y la utilización de algunas tecnologías.

	Aragón	Urbano	Rural	Brecha
Ha accedido a Internet en los tres últimos meses	76,95%	77,96%	71,68%	-6,28
Usa Internet para acceder a redes sociales (sobre usuarios)	53,28%	52,89%	55,36%	2,47
Usa Internet para buscar información administraciones (sobre usuarios)	74,41%	76,16%	65,28%	-10,88
Ha comprado por Internet	49,44%	50,48%	44,01%	-6,47
Utiliza el teléfono móvil	93,99%	94,29%	92,42%	-1,87

Tabla. Las tecnologías y el ámbito urbano o rural

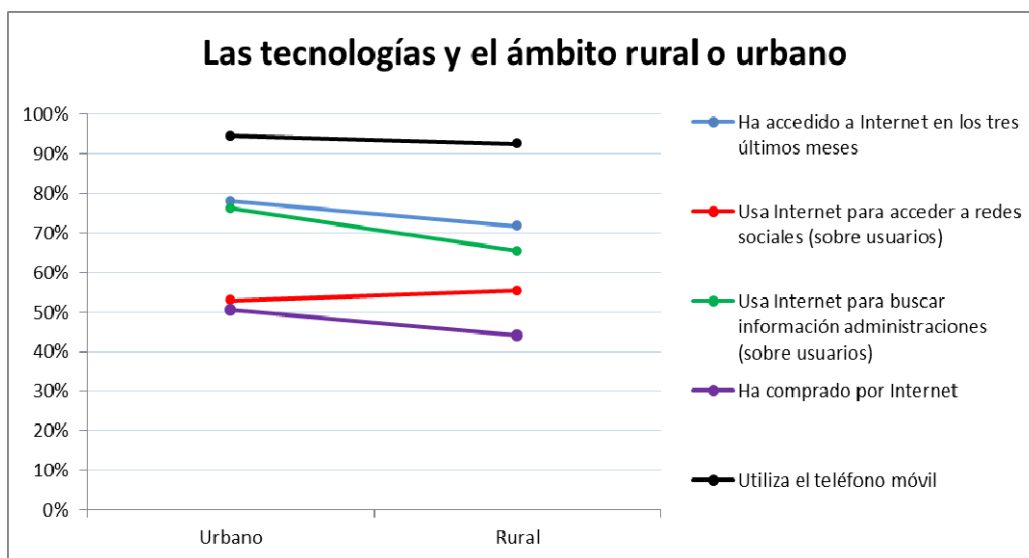


Gráfico. Las tecnologías y el ámbito urbano o rural

El último factor analizado es la provincia de residencia. Teruel es la provincia cuyos habitantes más sufren la brecha digital, especialmente los del medio rural. La brecha se ha calculado como la diferencia entre el promedio de la provincia con menos porcentaje de internautas, Teruel, menos los valores correspondientes al promedio de la provincia de Huesca, ya que Zaragoza ocupa una posición intermedia. La brecha es de 4,49 puntos entre

Teruel y Huesca. Huesca rural tiene un 75,36% de personas que han accedido a Internet en los tres últimos meses, porcentaje superior a Zaragoza rural, con un 72,82% y a Teruel rural, que alcanza los 64,88%. Huesca capital es líder en uso de Internet para tomar decisiones de compra, también el mayor porcentaje de aragoneses compradores por Internet se da en Huesca capital, por encima de Zaragoza capital y Teruel capital. Zaragoza capital, la zona con más oferta de tiendas físicas de Aragón, tiene el menor porcentaje de compradores de ropa, complementos y material deportivo por Internet. El mayor porcentaje de usuarios de Tuenti se da en Teruel rural, lo que nos está indicando que el tipo de usuario son las personas jóvenes. El mayor porcentaje de usuarios de LinkedIn se da en Zaragoza capital. La tabla y gráficos siguientes resumen la relación entre la provincia y la utilización de algunas tecnologías.

	Aragón	Huesca Capital	Huesca Urbano	Huesca Rural	Zaragoza Capital	Zaragoza Urbano	Zaragoza Rural	Teruel Capital	Teruel Urbano	Teruel Rural	Brecha
Ha accedido a Internet en los tres últimos meses	76,95%	80,93%	81,82%	75,36%	76,77%	78,43%	72,82%	78,82%	80,93%	64,88%	-4,49
Usa Internet para acceder a redes sociales (sobre usuarios)	53,28%	56,73%	53,62%	50,00%	52,23%	52,50%	58,67%	54,23%	57,21%	57,14%	2,74
Usa Internet para buscar información administraciones (sobre usuarios)	74,41%	82,69%	67,63%	69,23%	78,03%	73,50%	63,33%	80,60%	68,27%	63,16%	-2,51
Ha comprado por Internet	49,44%	60,31%	51,38%	49,76%	50,37%	47,84%	41,75%	52,94%	49,03%	40,00%	-6,49
Utiliza el teléfono móvil	93,99%	96,50%	96,05%	91,30%	94,38%	92,94%	94,66%	92,94%	93,77%	90,24%	-2,30

Tabla. Las tecnologías y la provincia

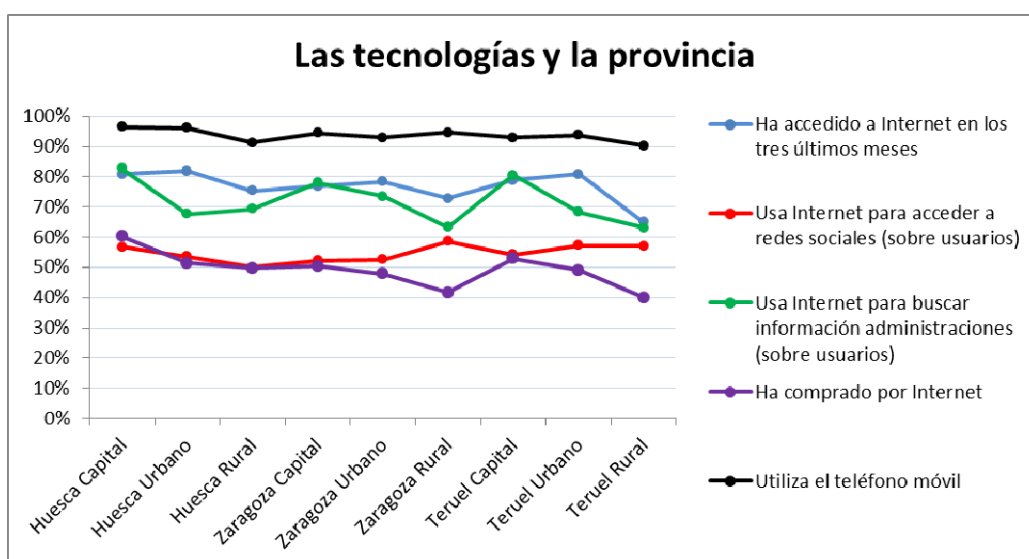


Gráfico. Las tecnologías y la provincia

1 La brecha digital de edad

La edad explica la mayor parte de la brecha digital. En este apartado estudiaremos el diferente uso de Internet que hacen las personas según su edad, especialmente de las redes sociales, de las de las relaciones con administraciones públicas, de las compras por Internet y del uso del móvil. También estudiaremos la evolución de la brecha digital de edad y su disminución con respecto a la situación de hace varios años. La tabla siguiente presenta cómo se distribuye la muestra de los encuestados según seis tramos de edad: de 15 a 24

años, de 25 a 34 años, de 35 a 44 años, de 45 a 54 años, de 55 a 64 años y de 65 a 74 años.

	Aragón	15 a 24 años	25 a 34 años	35 a 44 años	45 a 54 años	55 a 64 años	65 a 74 años	NS/NC
Número de respuestas	2.304	296	420	491	463	356	278	0
Porcentaje	100%	12,85%	18,23%	21,31%	20,10%	15,45%	12,07%	0%

Tabla. Distribución de la muestra según la edad de los encuestados

1.1 Uso de Internet

La tabla siguiente muestra la relación entre la edad y el uso de Internet. La columna "brecha" se ha obtenido restando el porcentaje obtenido por el grupo entre 25 y 35 años menos el porcentaje obtenido por el grupo entre 65 y 74 años. El 81,13% de los aragoneses ha accedido a Internet, porcentaje que baja al 76,95% si la pregunta se refiere a accesos en los últimos 3 meses. Se aprecia perfectamente la brecha digital de edad, sobre todo a partir del tramo entre 55 y 64 años que alcanza un porcentaje del 60,51% y el 51,36% respectivamente. Aunque la verdadera exclusión digital afecta a los mayores de 65 años, de los cuales solo el 22,58% se ha conectado alguna vez a Internet y el 17,06% ha accedido en los 3 últimos meses.

	Aragón	15 a 24 años	25 a 34 años	35 a 44 años	45 a 54 años	55 a 64 años	65 a 74 años	Brecha
Ha utilizado Internet alguna vez	81,13%	97,95%	99,43%	96,44%	89,16%	60,51%	22,58%	-76,86
Ha accedido a Internet en los tres últimos meses	76,95%	97,95%	97,44%	95,11%	80,94%	51,36%	17,06%	-80,38

Tabla. La relación entre la edad y la utilización de Internet

En cuanto a la forma de acceso a Internet hay un empate entre el ordenador personal y el portátil, con un 63,60% de los usuarios. Pero los jóvenes de 15 a 24 años usan más el portátil, con un 71,97% frente a un 58,20% de usuarios que se conectan con el equipo de sobremesa. Lo mismo sucede con el grupo entre 25 a 34 años que también se conecta más con el portátil. Los principales fabricantes de ordenadores llevan años notando dicha tendencia que se refleja en sus cuentas de resultados. El ordenador personal es el más usado en el grupo de edad de 45 a 54 años, con un 69,20% frente al 56,80% que alcanza el portátil. El uso de las tabletas es todavía minoritario, con un 8,23% sobre el porcentaje de usuarios de Internet y los porcentajes que exhiben otras formas de conectarse a Internet como la televisión o las consolas son ínfimos, no llegan al 1% de usuarios.

	Aragón	15 a 24 años	25 a 34 años	35 a 44 años	45 a 54 años	55 a 64 años	65 a 74 años	Brecha
Accede a Internet con un equipo de sobremesa (sobre usuarios)	63,60%	58,20%	61,41%	66,63%	69,20%	63,55%	52,46%	-8,95
Accede a Internet con un equipo portátil (sobre usuarios)	63,60%	71,97%	70,25%	60,21%	56,80%	57,70%	54,81%	-15,44
Accede a Internet con una tableta (sobre usuarios)	8,23%	8,24%	8,02%	7,33%	10,53%	7,01%	7,25%	-0,77
Accede a Internet con TV (sobre usuarios)	0,33%	0,00%	0,70%	0,61%	0,00%	0,00%	0,00%	-0,70
Accede a Internet con una consola (sobre usuarios)	0,02%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00

Tabla. La relación entre la edad y la forma de acceso a Internet

El hogar sigue siendo el lugar habitual de acceso a Internet, con un 96,96% de los aragoneses usuarios de Internet. El segundo lugar es el trabajo, con un 32,50% y especialmente en el tramo de edad de 25 a 34 años con un 49,05%. Lógicamente en el grupo de edad de 15 a 24 años el lugar de estudio también es un sitio habitual de conexión a Internet, concretamente el porcentaje es el 55,73%.

	Aragón	15 a 24 años	25 a 34 años	35 a 44 años	45 a 54 años	55 a 64 años	65 a 74 años	Brecha
Accede a Internet desde casa (sobre usuarios)	96,96%	99,33%	97,46%	96,37%	95,65%	95,69%	100,00%	2,54
Accede a Internet desde el trabajo (sobre usuarios)	32,50%	13,17%	49,05%	40,40%	29,14%	19,55%	0,00%	-49,05
Accede desde casas de familiares o amigos (sobre usuarios)	17,30%	29,57%	25,85%	13,51%	6,62%	8,73%	18,93%	-6,93
Accede desde un sitio público, tipo biblioteca (sobre usuarios)	13,34%	25,76%	16,78%	9,80%	7,30%	11,11%	3,48%	-13,30
Accede desde el lugar de estudio (sobre usuarios)	12,57%	55,73%	11,73%	2,11%	1,69%	1,42%	0,00%	-11,73
Accede desde un cibercafé (sobre usuarios)	2,44%	2,26%	0,99%	3,83%	3,04%	1,61%	0,00%	-0,99

Tabla. La relación entre la edad y el lugar de acceso a Internet

La tabla siguiente muestra algunos de los principales usos de Internet en relación con la edad. Los porcentajes son también sobre usuarios de Internet. Para facilitar la interpretación de los datos se han ordenado de forma que se maximiza la diferencia entre lo que hacen en Internet las personas mayores y las jóvenes. Los colores permiten identificar el distinto uso que se hace de Internet. Los más jóvenes tienen interés en las redes sociales, escuchar música, descargar películas, software o archivos P2P y no tienen tanto interés en aspectos como la meteorología, la salud o la economía o aquellas actividades que implican dinero, como la banca electrónica o buscar productos. El grupo de 25 a 34 años pierde interés en la música, la descarga de películas o el acceso a las redes sociales y le importan más los aspectos relacionados con la formación, el empleo, informarse sobre productos, incluida la toma de decisiones de compra así como el uso de la banca electrónica. En el grupo de 35 a 44 años gana el interés por la cultura, la lectura de periódicos o revistas o la economía. A partir de los 45 años, ya la brecha digital provoca que el uso que se hace de Internet sea menor, con una excepción: es el grupo más consumidor de información sobre historia en Internet. Las personas mayores realizan en Internet actividades como visitar webs de economía, sociedad o historia, y también usan la red para informarse sobre productos y leer periódicos y revistas.

	Aragón	15 a 24 años	25 a 34 años	35 a 44 años	45 a 54 años	55 a 64 años	65 a 74 años	Brecha
Usa Internet para acceder a redes sociales (sobre usuarios)	53,28%	84,36%	74,19%	46,19%	36,33%	20,35%	15,13%	-59,06
Usa Internet para informarse sobre cursos (sobre usuarios)	53,56%	55,40%	66,15%	59,63%	46,56%	30,90%	13,06%	-53,09
Usa Internet para informarse sobre empleo (sobre usuarios)	42,76%	43,42%	61,60%	46,28%	30,62%	25,47%	8,91%	-52,68
Usa Internet para tomar decisiones de compra (sobre usuarios)	53,92%	48,44%	67,05%	60,50%	50,97%	30,30%	17,46%	-49,59
Usa Internet para escuchar música (sobre usuarios)	56,92%	87,11%	71,53%	54,50%	36,75%	33,46%	25,76%	-45,77
Usa Internet para descargar películas o vídeos (sobre usuarios)	48,23%	76,33%	64,91%	46,71%	28,17%	20,00%	19,65%	-45,27
Usa Internet para descargar software (sobre usuarios)	35,37%	56,81%	50,58%	30,30%	22,44%	15,49%	6,33%	-44,25
Usa Internet para descargar archivos P2P (sobre usuarios)	23,48%	42,09%	39,56%	18,26%	10,26%	3,51%	5,69%	-33,88
Usa Internet para realizar cursos (sobre usuarios)	30,48%	21,88%	41,88%	34,11%	27,24%	20,79%	9,19%	-32,69

Usa Internet para escuchar radio o televisión (sobre usuarios)	34,64%	39,68%	46,90%	36,55%	25,17%	17,90%	15,10%	-31,80
Usa Internet para concertar citas médicas (sobre usuarios)	50,15%	40,63%	55,01%	61,17%	47,68%	37,72%	24,18%	-30,83
Usa Internet para informarse sobre espectáculos (sobre usuarios)	57,43%	55,05%	67,44%	59,53%	52,20%	45,70%	37,47%	-29,97
Usa Internet para utilizar banca electrónica (sobre usuarios)	51,85%	24,60%	63,66%	59,03%	51,51%	50,75%	35,75%	-27,91
Usa Internet para leer blogs (sobre usuarios)	40,15%	46,34%	47,89%	40,97%	34,11%	27,60%	20,96%	-26,94
Usa Internet para leer el correo electrónico (sobre usuarios)	89,87%	92,86%	95,33%	91,51%	83,91%	84,53%	75,15%	-20,17
Usa Internet para informarse sobre viajes (sobre usuarios)	67,07%	58,46%	73,77%	68,42%	66,78%	64,00%	54,73%	-19,04
Usa Internet para jugar o descargar juegos (sobre usuarios)	26,70%	53,94%	37,20%	20,59%	12,01%	7,98%	18,78%	-18,42
Usa Internet para informarse sobre salud (sobre usuarios)	55,96%	43,53%	64,03%	59,58%	51,70%	55,21%	46,62%	-17,41
Usa Internet para informarse sobre meteorología (sobre usuarios)	67,41%	54,74%	74,21%	69,76%	66,34%	67,80%	57,11%	-17,10
Usa Internet para informarse sobre cultura (sobre usuarios)	55,23%	42,63%	49,92%	63,27%	59,54%	59,81%	34,03%	-15,89
Usa Internet para telefonar o videollamadas (sobre usuarios)	21,83%	31,13%	28,86%	21,92%	10,70%	16,32%	13,32%	-15,54
Usa Internet para leer periódicos o revistas (sobre usuarios)	72,30%	67,21%	74,93%	75,08%	71,14%	69,97%	62,12%	-12,81
Para informarse sobre sociedad y economía (sobre usuarios)	49,00%	38,92%	45,57%	54,95%	51,06%	54,08%	36,86%	-8,72
Usa Internet para informarse sobre productos (sobre usuarios)	91,48%	88,96%	94,38%	91,76%	89,83%	92,29%	85,98%	-8,40
Usa Internet para informarse sobre historia (sobre usuarios)	55,51%	42,09%	53,34%	59,95%	60,37%	60,19%	50,89%	-2,45

Tabla. La relación entre la edad y los usos de Internet

1.2 Las redes sociales

La tabla siguiente muestra la relación entre redes sociales y edad. Existe una clara relación lineal entre pertenecer a una red social y la edad, de forma que el 95,84% de los usuarios de entre 15 y 24 años pertenece a una o varias de estas redes; el porcentaje baja al 81,86% en el tramo de 25 a 34 años, y en el grupo de 45 a 54 ya es solo un 31,97% de usuarios. Aunque muchos padres se preocupan de que su hijo tenga perfil en las redes sociales, vemos que es la conducta mayoritaria, en todo caso la preocupación debería ser por el uso que hacen de dichas redes. La red social más popular en Aragón es Facebook (96,53%), seguida de Twitter (25,71%) y Tuenti (15,02%). Facebook es líder en todos los tramos de edad, pero especialmente en el público adulto. Tuenti, como su nombre indica, está especializada en el público más joven y Twitter también es una de las redes sociales preferidas por los jóvenes, ya que un 50,28% de los usuarios de entre 15 y 24 años tiene cuenta en dicha red.

	Aragón	15 a 24 años	25 a 34 años	35 a 44 años	45 a 54 años	55 a 64 años	65 a 74 años	Brecha
Pertenece a una red social (sobre usuarios)	59,15%	95,84%	81,86%	57,30%	31,97%	20,67%	18,60%	-63,26
Pertenece a Facebook (sobre usuarios red social)	96,53%	92,62%	96,84%	98,42%	99,28%	100,00%	78,27%	-18,57
Pertenece a Twitter (sobre usuarios red social)	25,71%	50,28%	22,53%	12,57%	17,51%	5,21%	1,65%	-20,88
Pertenece a Tuenti (sobre usuarios red social)	15,02%	42,31%	8,13%	5,34%	0,44%	3,05%	0,00%	-8,13
Pertenece a LinkedIn (sobre usuarios red social)	5,32%	3,09%	8,44%	3,28%	7,69%	0,61%	4,03%	-4,41
Pertenece a Instagram (sobre usuarios red social)	2,75%	6,15%	3,20%	0,72%	0,00%	0,00%	0,00%	-3,20
Pertenece a Myspace (sobre usuarios red social)	0,63%	1,09%	0,87%	0,00%	0,62%	0,00%	0,00%	-0,87
Pertenece a Google + (sobre usuarios red social)	0,54%	0,00%	0,98%	0,46%	1,03%	0,00%	0,00%	-0,98
Pertenece a Windows (sobre usuarios red social)	0,40%	0,46%	0,87%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	-0,87
Pertenece a Hi5 (sobre usuarios red social)	0,06%	0,00%	0,18%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	-0,18

Tabla. La relación entre la edad y la pertenencia a redes sociales

La tabla siguiente muestra los usos que se hacen de las redes sociales en función de la edad. Las redes sociales se usan sobre todo para contactar con amigos (94,95%) y publicar comentarios (86,76%) frente a motivos profesionales (11,95%) o buscar recomendaciones de productos (9,18%). La gente más joven, no sólo son en porcentaje los mayores usuarios

de las redes sociales sino que realizan mayor uso en casi todas las posibilidades que ofrecen. Conforme pasan los años desaparece gradualmente el interés por los juegos y la creación de eventos y grupos y los únicos usos que crecen son los vinculados a los motivos profesionales y la consulta de recomendaciones sobre productos. Conviene señalar que en los tramos de 55 a 64 y de 65 a 74 años en la encuesta hay pocos usuarios de redes sociales por lo que los resultados de la tabla deben analizarse con prudencia.

	Aragón	15 a 24 años	25 a 34 años	35 a 44 años	45 a 54 años	55 a 64 años	65 a 74 años	Brecha
Las usa para contactar con amigos (sobre usuarios red social)	94,95%	98,44%	96,11%	93,52%	85,24%	99,34%	78,27%	-17,84
Publica comentarios (sobre usuarios red social)	86,76%	89,71%	89,11%	85,15%	80,30%	78,89%	25,44%	-63,68
Utiliza el móvil para acceder a redes sociales (sobre usuarios red social)	77,98%	89,39%	84,44%	73,44%	59,75%	43,15%	52,83%	-31,61
Sabe configurar el nivel de privacidad (sobre usuarios red social)	77,72%	97,53%	92,32%	89,10%	71,84%	69,16%	94,60%	2,28
Envía mensajes privados (sobre usuarios red social)	73,19%	78,98%	76,27%	70,15%	59,07%	80,51%	10,09%	-66,18
Sube fotos o vídeos (sobre usuarios red social)	71,16%	83,16%	75,65%	66,13%	53,36%	50,12%	10,39%	-65,26
Juega y utiliza aplicaciones (sobre usuarios red social)	29,59%	41,90%	25,98%	29,29%	19,93%	15,29%	2,70%	-23,28
Crea eventos y grupos (sobre usuarios red social)	23,76%	37,59%	23,96%	18,26%	12,69%	4,99%	2,70%	-21,26
Las utiliza por motivos de aficiones (sobre usuarios red social)	22,02%	25,79%	17,96%	20,68%	22,37%	29,62%	15,99%	-1,98
Las utiliza por motivos profesionales (sobre usuarios red social)	11,95%	7,09%	18,60%	10,33%	11,49%	2,14%	1,22%	-17,37
Busca recomendaciones de productos (sobre usuarios red social)	9,18%	7,12%	7,30%	14,72%	5,60%	3,71%	7,95%	0,65
Las utiliza para buscar pareja (sobre usuarios red social)	1,59%	2,29%	1,59%	1,36%	1,06%	0,00%	0,00%	-1,59

Tabla. La relación entre la edad y los usos de las redes sociales

1.3 Relaciones con administraciones públicas

La tabla siguiente muestra la relación entre la edad y el uso de Internet para relacionarse con las administraciones públicas. En esta tabla ya no se aprecia el típico patrón de verde a la izquierda y rojo a la derecha sino que sigue un patrón rojo-verde-rojo, indicativo de una relación no lineal entre la edad y la relación con las administraciones. En otras palabras, los mayores usuarios de la administración electrónica son las personas entre 35 y 44 años, con un 96,29% y los más jóvenes y los más mayores la usan menos, con un 53,23% y un 10,73% respectivamente. El uso del DNI electrónico es minoritario, especialmente para realizar gestiones por Internet, ya que apenas un 11,12% de los aragoneses que usan Internet lo han utilizado. El grupo de usuarios mayoritario sigue siendo el de 35 a 44 años, pero con apenas un 13,68%.

	Aragón	15 a 24 años	25 a 34 años	35 a 44 años	45 a 54 años	55 a 64 años	65 a 74 años	Brecha
Usa Internet para buscar información administraciones (sobre usuarios)	74,41%	53,23%	84,05%	96,29%	58,69%	33,75%	10,73%	-73,33
Usa Internet para obtener formularios administraciones (sobre usuarios)	53,70%	34,83%	60,91%	72,92%	43,24%	23,70%	4,76%	-56,15
Usa Internet para enviar formularios administraciones (sobre usuarios)	31,94%	12,99%	36,96%	44,44%	27,37%	16,77%	0,75%	-36,21
Usa Internet para realizar pagos administraciones (sobre usuarios)	12,29%	4,87%	11,63%	18,73%	12,24%	5,24%	0,57%	-11,06
Utiliza el DNI electrónico (sobre usuarios)	60,63%	66,35%	71,41%	58,15%	49,37%	58,41%	50,42%	-20,99
Usa DNI electrónico para realizar gestiones por Internet (sobre usuarios)	11,12%	9,51%	12,52%	13,68%	8,04%	11,19%	3,31%	-9,21

Tabla. La relación entre la edad y el uso de Internet para relacionarse con las administraciones públicas

1.4 Compras por Internet

La tabla siguiente relaciona las compras por Internet con la edad. El 49,44% de los aragoneses ha comprado por Internet. El patrón vuelve a ser rojo-verde-rojo indicativo de que las personas más jóvenes compran menos (59,07%) que las del tramo entre 25 y 34 años (76,89%), que son el grupo más comprador. Cabe señalar que la muestra de personas mayores que compran por Internet es pequeña (4,30%) por lo que los resultados deben interpretarse con prudencia. Los más jóvenes compran ropa, complementos y material deportivo y en este segmento son los mayores compradores, de forma que el 62,10% de los jóvenes entre 15 y 24 años que ha comprado por Internet ha adquirido este tipo de productos. Lo siguiente que compran son productos electrónicos, pero el porcentaje es menos de la mitad, un 30,78% y el siguiente bloque de productos, los informáticos, apenas llegan al 10,62%, menos aún los libros, con un 4%. El grupo que más compra en Internet, el de 25 a 34 años, adquiere sobre todo billetes de transporte (46,28%), ropa (45,38%) y alojamiento para viajes (42,37%). El siguiente grupo, el de 35 a 44 años es también comprador de Internet y su comportamiento es muy parecido, aunque destaca por sus compras de aparatos electrónicos (32,34%) y de equipos informáticos (22,32%), siendo líder en ambos, así como en libros (25,33%) y en entradas para espectáculos (21,21%). A partir de los 45 años surge la brecha digital, en este tramo de edad, los que compran por Internet realizan más compras que los demás en billetes de transporte (48,71%). El grupo de 55 a 64 años es el que proporcionalmente más productos de alimentación y limpieza compra por Internet (24,42%), así como en productos para hogar y automóvil (19,19%).

	Aragón	15 a 24 años	25 a 34 años	35 a 44 años	45 a 54 años	55 a 64 años	65 a 74 años	Brecha
Ha comprado por Internet	49,44%	59,07%	76,89%	65,52%	47,72%	24,04%	4,30%	-72,59
Compra ropa, complementos y material deportivo (sobre compradores)	45,64%	62,10%	45,38%	43,74%	41,71%	33,43%	0,00%	-45,38
Compra aparatos electrónicos (sobre compradores)	29,12%	30,78%	31,51%	32,34%	24,14%	17,75%	0,00%	-31,51
Compra equipos informáticos (sobre compradores)	17,19%	10,62%	19,10%	22,32%	14,87%	8,11%	0,00%	-19,10
Compra libros (sobre compradores)	17,00%	4,00%	13,77%	25,33%	19,30%	19,28%	0,00%	-13,77
Compra productos de alimentación y limpieza (sobre compradores)	13,49%	5,67%	14,77%	15,56%	10,46%	24,42%	3,85%	-10,92
Compra productos farmacéuticos (sobre compradores)	4,64%	0,00%	8,27%	6,12%	2,37%	0,92%	0,00%	-8,27
Compra películas y música (sobre compradores)	5,38%	1,06%	5,82%	8,04%	4,02%	4,85%	0,00%	-5,82
Compra productos para el hogar y el automóvil (sobre compradores)	16,42%	7,67%	18,45%	15,31%	18,91%	19,19%	15,26%	-3,20
Compra acciones, seguros y productos financieros (sobre compradores)	2,43%	2,56%	3,09%	3,95%	0,26%	0,00%	0,00%	-3,09
Compra juegos de ordenador (sobre compradores)	4,61%	3,54%	1,98%	8,52%	5,51%	0,92%	0,00%	-1,98
Compra lotería (sobre compradores)	1,57%	0,00%	0,43%	5,09%	0,15%	0,00%	0,00%	-0,43
Compra alojamiento para viajes (sobre compradores)	37,40%	21,44%	42,37%	39,89%	36,81%	31,15%	ND	ND
Compra billetes de transporte (sobre compradores)	42,38%	28,87%	46,28%	42,10%	48,71%	29,74%	ND	ND
Compra entradas para espectáculos (sobre compradores)	18,80%	9,15%	19,64%	21,21%	20,25%	14,69%	ND	ND

Tabla. La relación entre la edad y las compras en Internet

La tabla siguiente muestra el uso de los diferentes medios de pago en función de la edad. Todos los tramos de edad usan mayoritariamente la tarjeta de crédito o débito; en promedio son utilizadas por un 74,58% de los compradores.

	Aragón	15 a 24 años	25 a 34 años	35 a 44 años	45 a 54 años	55 a 64 años	65 a 74 años	Brecha
Utiliza tarjeta de crédito o débito (sobre compradores)	74,58%	73,50%	71,18%	76,86%	72,48%	82,13%	76,89%	5,70
Utiliza tarjeta o cuenta prepago (sobre compradores)	31,50%	17,53%	36,78%	33,61%	31,21%	31,52%	0,00%	-36,78
Utiliza medios de pago como contra-reembolso (sobre compradores)	16,47%	22,30%	10,04%	10,89%	25,30%	32,64%	6,60%	-3,44
Paga con transferencia (sobre compradores)	6,05%	2,73%	6,04%	5,20%	7,79%	10,36%	0,00%	-6,04
Ha tenido problemas al comprar en el último año (sobre compradores)	3,64%	2,32%	2,86%	3,16%	4,44%	8,22%	0,00%	-2,86

Tabla. La relación entre la edad y los medios de pago utilizados para comprar en Internet

1.5 Uso del móvil

La tabla siguiente muestra la relación entre el uso del teléfono móvil y la edad. Aunque el móvil es una tecnología ampliamente utilizada en todos los estratos de edad, siendo el 93,99% el promedio de aragoneses que lo utiliza, la brecha digital se nota especialmente en el último tramo de edad, es decir, las personas entre 65 y 74 años, con una penetración del 77,22%. Además del uso tradicional del móvil para llamar por teléfono, la encuesta incluye preguntas sobre el uso que se hace del mismo. El 55,23% de los aragoneses que tienen móvil navega por Internet con el mismo. Aquí la brecha de edad es especialmente importante, porque si en el tramo entre 15 y 24 años se trata de un 90,73%, el porcentaje va disminuyendo gradualmente, de forma que en el tramo entre 45 y 54 años ya son solo un 38,02% los usuarios de móvil que son capaces de navegar por Internet con el móvil. En el resto de preguntas realizadas sobre el uso de móviles los resultados son similares, pero la complejidad aumenta y los porcentajes de uso disminuyen. Así, el 50,35% de los aragoneses que tienen móvil leen el correo electrónico y también la brecha de edad surge en el tramo entre 45 y 54 años pues son solo un 31,95% los usuarios de móvil que son capaces de leer el correo electrónico con su móvil, frente al primer tramo, entre 15 y 24 años, que se trata de un 82,73%. Lo mismo sucede con el resto de cuestiones planteadas, un 49,50% de los usuarios de móvil es capaz de enviar una fotografía, pero son un 86,50% de los jóvenes y un 3,21% de las personas entre 65 y 74 años. Nótese como el porcentaje de jóvenes que lee el correo electrónico con el móvil es inferior a los que envían fotografías o descargan vídeos: no es que no sepan sino que el correo electrónico es algo “que usa la gente mayor” y lo emplean para relacionarse con sus profesores o los adultos, los jóvenes prefieren la mensajería instantánea. Los jóvenes tampoco usan *apps* que permitan operar con banca electrónica, en este caso por falta de dinero. El tramo que más utiliza banca electrónica móvil es el de 35 a 44 años, un 29,60%, porcentaje muy similar al 29,33% de los de 25 a 34 años.

	Aragón	15 a 24 años	25 a 34 años	35 a 44 años	45 a 54 años	55 a 64 años	65 a 74 años	Brecha
Utiliza el teléfono móvil	93,99%	97,57%	98,37%	98,05%	94,61%	92,26%	77,22%	-21,15
Navega por Internet con el móvil (sobre usuarios de móvil)	55,23%	90,30%	82,62%	64,31%	38,02%	21,77%	3,86%	-78,76
Lee el correo con el móvil (sobre usuarios de móvil)	50,35%	82,73%	77,17%	60,35%	31,95%	17,98%	3,57%	-73,60
Envía fotografías con el móvil (sobre usuarios de móvil)	49,50%	86,50%	77,98%	58,25%	29,28%	15,59%	3,21%	-74,77
Descarga vídeos con el móvil (sobre usuarios de móvil)	44,22%	84,90%	72,63%	53,49%	21,09%	9,38%	1,59%	-71,04
Utiliza banca electrónica móvil (sobre usuarios de móvil)	18,74%	16,91%	29,33%	29,60%	11,85%	7,90%	0,00%	-29,33

1.6 La evolución de la brecha digital de edad

La brecha digital provocada por la edad ha ido disminuyendo con los años. Los jóvenes ya llevan años en Internet, en el año 2010 el 97,19% de los jóvenes de entre 15 y 24 eran usuarios y en el año 2013 la cifra es similar, el 97,95%. Pero gradualmente el resto de tramos de edad ha ido mejorando sus porcentajes. Así, del 89,09% de personas entre 25 y 34 años que en 2010 eran usuarios se ha pasado al 97,44%. Del 78,84% de personas entre 35 y 44 años que en 2010 eran usuarios se ha pasado al 95,11%. Del 65,24% de personas entre 45 y 54 años que en 2010 eran usuarios se ha pasado al 80,94%. Del 32,56% de personas entre 55 y 64 años que en 2010 eran usuarios se ha pasado al 51,36%. Y del 10,02% de personas entre 65 y 74 años que en 2010 eran usuarios se ha pasado al 17,06%.

	2010	2011	2012	2013
15 a 24 años	97,19%	99,72%	99,78%	97,95%
25 a 34 años	89,09%	96,40%	95,68%	97,44%
35 a 44 años	78,84%	91,25%	92,91%	95,11%
45 a 54 años	65,24%	74,19%	73,69%	80,94%
55 a 64 años	32,56%	46,61%	55,48%	51,36%
65 a 74 años	10,02%	18,91%	24,64%	17,06%
Brecha	-87,17	-80,81	-75,14	-80,89

Tabla. Evolución de la brecha digital de edad. Porcentaje de usuarios de Internet.

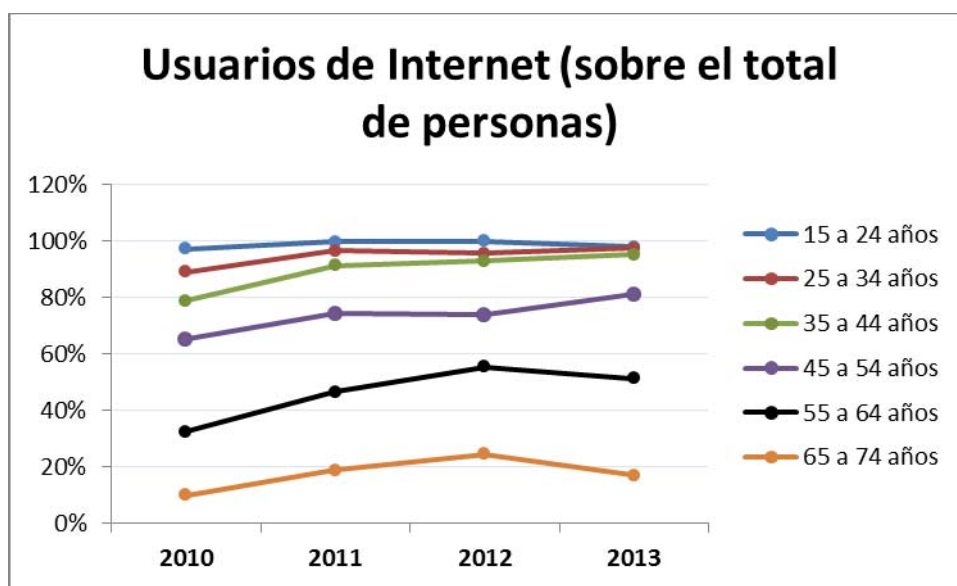


Gráfico. Evolución de la brecha digital de edad. Porcentaje de usuarios de Internet.

2 La brecha digital de nivel educativo

El nivel formativo es la siguiente causa explicativa de la brecha digital. La tabla siguiente presenta cómo se distribuye la muestra según cuatro niveles de estudio: sin estudios,

educación primaria o secundaria, bachillero o formación profesional y universitario. Cabe señalar que solo 31 personas de las encuestadas no tiene estudios, es decir un 1,35%, lo que obliga a ser prudentes al interpretar los resultados de este tramo.

	Aragón	Sin estudios	Primaria/ESO	Bachiller/FPII	Universitario	NS/NC
Número de respuestas	2.304	31	836	867	567	3
Porcentaje	100%	1,35%	36,28%	37,63%	24,61%	0%

Tabla. Distribución de la muestra según el nivel educativo de los encuestados

2.1 Uso de Internet

La tabla siguiente muestra la relación entre el nivel de estudios y el uso de Internet. La relación es claramente lineal: a más nivel de estudios mayor porcentaje de usuarios de Internet. La brecha digital afecta sobre todo al colectivo sin estudios, solo un 25,81% ha accedido en los últimos tres meses a Internet, frente al 95,41% de los que tienen estudios universitarios. La columna "brecha" se ha calculado como la resta entre el grupo sin estudios menos el grupo con formación universitaria. La diferencia entre el grupo con mayor nivel formativo y el de menos nivel es de 69,61 puntos.

	Aragón	Sin estudios	Primaria/ESO	Bachiller/FPII	Universitario	Brecha
Ha utilizado Internet alguna vez	81,13%	35,48%	61,72%	88,00%	95,77%	-60,28
Ha accedido a Internet en los tres últimos meses	76,95%	25,81%	55,02%	88,47%	95,41%	-69,61

Tabla. La relación entre el nivel de estudio y la utilización de Internet

Los que tienen formación universitaria acceden desde portátil (67,47%), ordenador personal (62,66%) o desde una tableta (11,28%), siempre con porcentajes superiores a la media. En cambio, en el resto de tramos el ordenador personal gana al portátil y el uso de tabletas es mucho menor.

	Aragón	Sin estudios	Primaria/ESO	Bachiller/FPII	Universitario	Brecha
Accede con un equipo de sobremesa (sobre usuarios)	63,60%	50,00%	59,78%	63,89%	62,66%	-8,38
Accede con un equipo portátil (sobre usuarios)	63,60%	50,00%	56,30%	59,32%	67,47%	-10,24
Accede a Internet con una tableta (sobre usuarios)	8,23%	0,00%	4,57%	5,08%	11,28%	-5,90
Accede a Internet con TV (sobre usuarios)	0,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,37%	-0,18
Accede a Internet con una consola (sobre usuarios)	0,02%	0,00%	0,22%	0,00%	0,00%	0,11

Tabla. La relación entre el nivel de estudio y la forma de acceso a Internet

La tabla siguiente muestra el lugar de acceso a Internet. El acceso desde casa es mayoritario en todos los tramos de nivel educativo (96,96%), seguido del acceso desde el trabajo (32,50%). En este caso la columna "brecha" se ha calculado como la resta entre los grupos sin estudios y primaria menos los que tienen formación universitaria y bachiller. Es en el acceso desde el trabajo donde se aprecian más diferencias en función del nivel educativo, ya que en los de educación primaria supone el 16,09%, en los bachilleres es el

29,20% y en los universitarios el 49,54%, sin duda debido al tipo de trabajo más de oficina que realizan estos últimos.

	Aragón	Sin estudios	Primaria/ESO	Bachiller/FPII	Universitario	Brecha
Accede a Internet desde casa (sobre usuarios)	96,96%	100,00%	94,13%	96,61%	97,41%	0,05
Accede a Internet desde el trabajo (sobre usuarios)	32,50%	50,00%	16,09%	29,20%	49,54%	-6,33
Accede desde casas de familiares o amigos (sobre usuarios)	17,30%	0,00%	16,30%	14,73%	17,56%	-7,99
Accede desde sitio público, tipo biblioteca (sobre usuarios)	13,34%	12,50%	11,74%	11,21%	13,12%	-0,05
Accede desde el lugar de estudio (sobre usuarios)	12,57%	25,00%	11,74%	10,04%	11,09%	7,80
Accede desde un cibercafé (sobre usuarios)	2,44%	0,00%	1,30%	1,69%	2,03%	-1,21

Tabla. La relación entre el nivel de estudio y el lugar de acceso a Internet

La tabla siguiente muestra los usos que se hacen de Internet según la edad. La columna "brecha" se ha calculado también como la resta entre los grupos sin estudios y primaria menos los que tienen formación universitaria y bachiller. Los datos se han reordenado de forma que se visualizan las mayores y menores diferencias. Lo que más destaca en el grupo de mayor formación es el uso de Internet para leer periódicos o revistas, realizar cursos, utilizar la banca electrónica, tomar decisiones de compra, leer blogs, informarse sobre viajes o salud. Por el contrario, en los estratos de menor formación el uso que se hace de Internet es para telefonar o realizar videollamadas, acceder a redes sociales, jugar o descargar juegos. Precisamente jugar o descargar juegos es la única actividad en la que observamos el patrón invertido, verde-rojo, en concreto un 37,50% del colectivo sin estudios, un 25,65% con educación primaria, un 25,55% bachiller y un 24,77% del grupo con educación universitaria.

	Aragón	Sin estudios	Primaria/ESO	Bachiller/FPII	Universitario	Brecha
Usa Internet para leer periódicos o revistas (sobre usuarios)	72,30%	62,50%	50,87%	70,40%	81,52%	-19,28
Usa Internet para realizar cursos (sobre usuarios)	30,48%	25,00%	11,74%	24,51%	48,61%	-18,19
Usa Internet para informarse sobre viajes (sobre usuarios)	67,07%	50,00%	55,22%	63,75%	77,45%	-17,99
Usa Internet para informarse sobre salud (sobre usuarios)	55,96%	37,50%	50,87%	54,63%	64,14%	-15,20
Usa Internet para leer blogs (sobre usuarios)	40,15%	37,50%	26,74%	37,81%	51,39%	-12,48
Usa Internet para descargar software (sobre usuarios)	35,37%	25,00%	21,09%	32,20%	38,82%	-12,47
Usa Internet para tomar decisiones de compra (sobre usuarios)	53,92%	62,50%	36,96%	56,06%	67,47%	-12,04
Usa Internet para informarse sobre empleo (sobre usuarios)	42,76%	37,50%	30,43%	41,72%	50,09%	-11,94
Para informarse sobre sociedad y economía (sobre usuarios)	49,00%	37,50%	43,04%	47,46%	56,19%	-11,55
Usa Internet para utilizar banca electrónica (sobre usuarios)	51,85%	62,50%	31,52%	49,15%	67,28%	-11,21
Usa Internet para informarse sobre cultura (sobre usuarios)	55,23%	50,00%	46,30%	54,63%	62,11%	-10,22
Usa Internet para leer el correo electrónico (sobre usuarios)	89,87%	87,50%	80,22%	89,57%	96,49%	-9,17
Usa Internet para informarse sobre productos (sobre usuarios)	91,48%	75,00%	92,17%	90,35%	95,01%	-9,09
Usa Internet para informarse sobre espectáculos (sobre usuarios)	57,43%	62,50%	43,48%	50,98%	67,65%	-6,33
Usa Internet para descargar archivos P2P (sobre usuarios)	23,48%	25,00%	13,70%	21,25%	25,32%	-3,94
Usa Internet para informarse sobre historia (sobre usuarios)	55,51%	62,50%	48,48%	54,11%	60,26%	-1,69
Usa Internet para descargar películas o vídeos (sobre usuarios)	48,23%	62,50%	36,96%	48,11%	53,97%	-1,31
Usa Internet para informarse sobre cursos (sobre usuarios)	53,56%	75,00%	40,43%	49,93%	67,47%	-0,98
Usa Internet para escuchar radio o televisión (sobre usuarios)	34,64%	50,00%	24,35%	33,38%	42,33%	-0,68
Usa Internet para escuchar música (sobre usuarios)	56,92%	75,00%	47,39%	55,41%	61,55%	2,71
Usa Internet para concertar citas médicas (sobre usuarios)	50,15%	75,00%	31,30%	47,59%	51,57%	3,57
Usa Internet para informarse sobre meteorología (sobre usuarios)	67,41%	87,50%	60,00%	63,23%	77,08%	3,59
Usa Internet para jugar o descargar juegos (sobre usuarios)	26,70%	37,50%	25,65%	25,55%	24,77%	6,41
Usa Internet para acceder a redes sociales (sobre usuarios)	53,28%	75,00%	53,04%	52,80%	57,67%	8,78
Usa Internet para telefonar o videollamadas (sobre usuarios)	21,83%	62,50%	16,09%	19,69%	27,73%	15,59

Tabla. La relación entre el nivel de estudio y los usos de Internet

2.2 Las redes sociales

El 59,15% de los usuarios de Internet aragoneses accede a las redes sociales. El porcentaje de pertenencia a las diferentes redes crece conforme aumenta el nivel educativo, con las excepciones de Twitter y sobre todo Tuenti, debido a que hay muchos estudiantes en la muestra que aún no han completado su formación.

	Aragón	Sin estudios	Primaria/ESO	Bachiller/FPII	Universitario	Brecha
Pertenece a una red social (sobre usuarios)	59,15%	50,00%	55,00%	60,23%	62,29%	-8,76
Pertenece a Facebook (sobre usuarios red social)	96,53%	100,00%	92,89%	96,75%	98,81%	-1,34
Pertenece a Twitter (sobre usuarios red social)	25,71%	0,00%	26,88%	27,27%	24,04%	-12,22
Pertenece a Tuenti (sobre usuarios red social)	15,02%	0,00%	29,25%	13,20%	7,42%	4,31
Pertenece a LinkedIn (sobre usuarios red social)	5,32%	0,00%	0,79%	1,73%	10,68%	-5,81
Pertenece a Instagram (sobre usuarios red social)	2,75%	0,00%	4,74%	2,81%	3,26%	-0,67
Pertenece a Myspace (sobre usuarios red social)	0,63%	0,00%	0,00%	0,00%	0,89%	-0,45
Pertenece a Google + (sobre usuarios red social)	0,54%	0,00%	0,40%	0,43%	0,89%	-0,46
Pertenece a Windows (sobre usuarios red social)	0,40%	0,00%	0,40%	0,00%	0,30%	0,05
Pertenece a Hi5 (sobre usuarios red social)	0,06%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%	-0,15

Tabla. La relación entre el nivel de estudio y la pertenencia a redes sociales

En cuanto al uso que hacen de las redes sociales, todos los grupos las utilizan sobre todo para contactar con amigos, un 95,95% de media. En general, cuanto mayor es el nivel educativo más son los usos que se hacen de las redes sociales, con la excepción del uso para jugar y utilizar aplicaciones.

	Aragón	Sin estudios	Primaria/ESO	Bachiller/FPII	Universitario	Brecha
La usa para contactar con amigos (sobre usuarios red social)	94,95%	100,00%	94,47%	95,45%	95,25%	1,88
Publica comentarios (sobre usuarios red social)	86,76%	100,00%	81,03%	87,88%	87,83%	2,66
Utiliza el móvil para acceder (sobre usuarios red social)	77,98%	82,25%	69,17%	81,82%	83,00%	-6,70
Sabe configurar el nivel de privacidad (sobre usuarios red social)	77,72%	19,35%	42,84%	76,98%	88,05%	-51,42
Envía mensajes privados (sobre usuarios red social)	73,19%	75,00%	70,36%	73,16%	73,89%	-0,85
Sube fotos o vídeos (sobre usuarios red social)	71,16%	100,00%	65,61%	72,94%	69,44%	11,62
Juega y utiliza aplicaciones (sobre usuarios red social)	29,59%	50,00%	32,81%	30,95%	28,19%	11,83
Crea eventos y grupos (sobre usuarios red social)	23,76%	50,00%	20,95%	21,00%	27,60%	11,18
Las usa por motivos de aficiones (sobre usuarios red social)	22,02%	25,00%	20,95%	19,70%	27,00%	-0,38
Las usa por motivos profesionales (sobre usuarios red social)	11,95%	0,00%	7,51%	9,09%	22,55%	-12,07
Para buscar recomendaciones de productos (sobre usuarios red social)	9,18%	25,00%	8,30%	9,31%	14,24%	4,87
Las usa para buscar pareja (sobre usuarios red social)	1,59%	0,00%	1,58%	1,08%	1,78%	-0,64

Tabla. La relación entre el nivel de estudio y los usos de las redes sociales

2.3 Relaciones con administraciones públicas

La tabla siguiente muestra el diferente uso de Internet para relacionarse con las administraciones públicas que realizan los aragoneses en función del nivel formativo. A mayor nivel educativo mayor uso, un ejemplo es la utilización de Internet para realizar pagos a las administraciones: ninguna de las personas sin estudios de la muestra lo ha hecho,



frente a un 2,15% de aquellos con formación primaria, un 6,46% de los que tienen formación a nivel de bachiller y un 21,87% de los que tienen formación universitaria.

	Aragón	Sin estudios	Primaria/ESO	Bachiller/FPII	Universitario	Brecha
Usa Internet para buscar información administraciones (sobre usuarios)	74,41%	87,50%	46,52%	76,40%	90,02%	-16,20
Usa Internet para obtener formularios administraciones (sobre usuarios)	53,70%	62,50%	24,13%	52,02%	74,31%	-19,85
Usa Internet para enviar formularios administraciones (sobre usuarios)	31,94%	12,50%	13,26%	27,12%	51,20%	-26,28
Usa Internet para realizar pagos administraciones (sobre usuarios)	12,29%	0,00%	2,15%	6,46%	21,87%	-13,09
Utiliza el DNI electrónico (sobre usuarios)	60,63%	12,90%	28,83%	52,25%	64,55%	-37,53
Usa el DNI electrónico para gestiones por Internet (sobre usuarios)	11,12%	3,23%	2,39%	8,77%	14,99%	-9,07

Tabla. La relación entre el nivel de estudio y el uso de Internet para relacionarse con las administraciones públicas

2.4 Compras por Internet

Un 49,44% de los aragoneses compra por Internet. En cuanto a las compras por Internet se observa el patrón típico de a mayor nivel formativo mayor porcentaje de compradores y mayor diversidad de productos comprados. Ropa, material deportivo y complementos es lo más comprado por los aragoneses, independientemente del nivel formativo, seguido de billetes de transporte y alojamiento para viajes, la compra de aparatos electrónicos, de equipos informáticos y de entradas para espectáculos.

	Aragón	Sin estudios	Primaria/ESO	Bachiller/FPII	Universitario	Brecha
Ha comprado por Internet	49,44%	19,35%	23,33%	57,32%	78,84%	-46,74
Compra ropa, complementos y material deportivo (sobre compradores)	45,64%	33,33%	44,44%	46,81%	52,82%	-10,93
Compra billetes de transporte (sobre compradores)	42,38%	33,33%	39,12%	41,75%	42,69%	-6,00
Compra alojamiento para viajes (sobre compradores)	37,40%	33,33%	35,90%	40,14%	44,23%	-7,57
Compra aparatos electrónicos (sobre compradores)	29,12%	16,67%	26,46%	27,74%	40,61%	-12,61
Compra entradas para espectáculos (sobre compradores)	18,80%	16,67%	12,64%	18,05%	24,53%	-6,63
Compra equipos informáticos (sobre compradores)	17,19%	16,67%	7,69%	11,67%	24,99%	-6,15
Compra libros (sobre compradores)	17,00%	16,67%	7,18%	9,86%	27,90%	-6,96
Compra productos para el hogar y el automóvil (sobre compradores)	16,42%	16,67%	12,82%	18,27%	23,20%	-5,99
Compra productos de alimentación y limpieza (sobre compradores)	13,49%	10,67%	6,67%	16,04%	21,19%	-9,95
Compra películas y música (sobre compradores)	5,38%	10,67%	2,56%	3,02%	12,25%	-1,02
Compra productos farmacéuticos (sobre compradores)	4,64%	10,67%	2,05%	3,02%	10,91%	-0,60
Compra juegos de ordenador (sobre compradores)	4,61%	0,00%	2,56%	2,41%	6,80%	-3,33
Compra acciones, seguros y productos financieros (sobre compradores)	2,43%	0,00%	0,00%	1,01%	3,79%	-2,40
Compra lotería (sobre compradores)	1,57%	0,00%	0,51%	0,60%	2,34%	-1,22

Tabla. La relación entre el nivel de estudio y las compras en Internet

Entre los medios de pago utilizados destaca la tarjeta de crédito y débito, en todos los casos, seguido de las tarjetas o cuentas prepago.

	Aragón	Sin estudios	Primaria/ESO	Bachiller/FPII	Universitario	Brecha
Utiliza tarjeta de crédito o débito (sobre compradores)	74,58%	83,33%	62,56%	66,69%	79,89%	-0,34
Utiliza tarjeta o cuenta prepago (sobre compradores)	31,50%	33,33%	22,56%	29,74%	35,06%	-4,45
Utiliza medios de pago como contra-reembolso (sobre compradores)	16,47%	0,00%	22,03%	19,49%	8,95%	-3,21
Paga con transferencia (sobre compradores)	6,05%	0,00%	4,10%	4,43%	4,03%	-2,18
Ha tenido problemas al comprar en el último año (sobre compradores)	3,64%	16,67%	3,08%	3,62%	2,01%	7,05

Tabla. La relación entre el nivel de estudio y los medios de pago utilizados para comprar en Internet

2.5 Uso del móvil

La tabla siguiente muestra la relación entre uso del teléfono móvil y el nivel formativo. Se observa claramente la existencia de la brecha digital provocada por el nivel educativo. El promedio de aragoneses con móvil es el 93,99%, mientras que en el colectivo sin estudios es del 70,97%, porcentaje que crece con educación primaria al 87,68%, al 97,35% con formación de bachiller o equivalente y al 98,77% en los que tienen formación universitaria. Pero la brecha se amplía cuando se pregunta sobre el uso que se hace del teléfono móvil, más allá de llamar por teléfono. El 55,23% de los usuarios de móvil navega por Internet con el mismo, pero solo el 16,13% de los que no tienen estudios y el 38,86% de los que tienen formación primaria, frente al 69,25% de los que tienen formación a nivel de bachiller o el 78,61% del tramo correspondiente a formación universitaria. Se trata de una diferencia de 46,43 puntos entre el colectivo con mayor porcentaje y el de menor porcentaje. Se aprecian claramente dos bloques, los de formación primaria o sin estudios y los de formación media o superior. Nótese también la diferencia entre bachilleres y universitarios: ambos tienen móvil en prácticamente el mismo porcentaje, un 97,35% y un 98,77% pero en cuanto se pregunta por los usos más avanzados, como navegar, leer el correo o enviar fotos, hay 10 puntos de diferencia. La diferencia sería mayor teniendo en cuenta que en la muestra hay muchos jóvenes que todavía están estudiando y son grandes usuarios de móvil con lo que suben la media del grupo bachiller.

	Aragón	Sin estudios	Primaria/ESO	Bachiller/FPII	Universitario	Brecha
Utiliza el teléfono móvil	93,99%	70,97%	87,68%	97,35%	98,77%	-18,73
Navega por Internet con el móvil (sobre usuarios de móvil)	55,23%	16,13%	38,86%	69,25%	78,61%	-46,43
Lee el correo con el móvil (sobre usuarios de móvil)	50,35%	16,13%	35,08%	62,75%	76,73%	-44,13
Envía fotografías con el móvil (sobre usuarios de móvil)	49,50%	16,13%	34,03%	55,06%	69,73%	-37,31
Descarga vídeos con el móvil (sobre usuarios de móvil)	44,22%	16,13%	29,16%	53,25%	63,79%	-35,87
Utiliza banca electrónica móvil (sobre usuarios de móvil)	18,74%	6,45%	10,82%	19,72%	32,57%	-17,51

Tabla. La relación entre el nivel de estudio y el uso del móvil

3 La brecha digital de nivel de ingresos

El nivel de ingresos es el tercero de los factores analizados, explicativos de la brecha digital. La tabla siguiente muestra cómo se distribuyen los datos en función de los cuatro tramos de ingresos que se han considerado. Muchos encuestados no querían decir su nivel de ingresos, concretamente un 41,41%, por lo que los resultados pueden tener algún sesgo y deben interpretarse con cautela.

	Aragón	< 1.100€	> 1.100€ < 1.800€	> 1.800€ < 2.700€	> 2.700€	NS/NC
Número de respuestas	2.304	448	480	275	147	954
Porcentaje	100%	19,44%	20,83%	11,94%	6,38%	41,41%

Tabla. Distribución de la muestra según los ingresos de los encuestados

3.1 Uso de Internet

La tabla siguiente permite apreciar la relación entre el uso de Internet y el nivel de ingresos. La relación es lineal, a mayor nivel de ingresos mayor porcentaje de usuarios. Se aprecia perfectamente la brecha digital, si el promedio de aragoneses que ha accedido a Internet en los últimos tres meses es del 76,95%, ese porcentaje baja al 47,99% cuando los ingresos son inferiores a 1.100€ y sube al 97,04% en el caso de ingresos superiores a 2.700€, lo que supone una diferencia de 49,05 puntos.

	Aragón	< 1.100€	> 1.100€ < 1.800€	>1.800€ <2.700€	> 2.700€	Brecha
Ha utilizado Internet alguna vez	81,13%	54,02%	82,08%	93,82%	97,28%	-43,26
Ha accedido a Internet en los tres últimos meses	76,95%	47,99%	78,75%	92,36%	97,04%	-49,05

Tabla. La relación entre los ingresos y la utilización de Internet

En cuanto a la forma de acceso el uso del portátil se asocia a un mayor nivel de ingresos, concretamente supone el 68,28% de los que tienen mayores ingresos frente al 62,07% de accesos con equipo de sobremesa. En el caso de los niveles de ingresos más bajos es al revés: un 60,93% ha accedido con ordenador personal frente al 51,16% que accede con portátil. La tableta sigue siendo un artículo de lujo utilizada por el 21,38% de los que tienen un nivel de ingresos alto, frente al 2,33% de los que tienen los ingresos más bajos.

	Aragón	< 1.100€	> 1.100€ < 1.800€	>1.800€ <2.700€	> 2.700€	Brecha
Accede a Internet con un equipo de sobremesa (sobre usuarios)	63,60%	60,93%	63,23%	65,35%	62,07%	-1,14
Accede a Internet con un equipo portátil (sobre usuarios)	63,60%	51,16%	60,58%	66,54%	68,28%	-17,11
Accede a Internet con una tableta (sobre usuarios)	8,23%	2,33%	7,14%	8,27%	21,38%	-19,05
Accede a Internet con TV (sobre usuarios)	0,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,69%	-0,69
Accede a Internet con una consola (sobre usuarios)	0,02%	0,01%	0,01%	0,02%	0,01%	0,00

Tabla. La relación entre los ingresos y la forma de acceso a Internet

El acceso se hace mayoritariamente desde casa aunque también desde el trabajo en el caso de los sueldos altos, un 55,17%, que contrasta con el 16,28% de los que tienen los salarios más bajos. Por tanto el patrón típico de una persona con nivel de ingresos altos se caracteriza por un elevado porcentaje de uso de Internet, acceso desde portátil y cada más desde una tableta y conectándose desde casa pero también desde el trabajo. Un nivel bajo de ingresos se corresponde con menor conexión a Internet, generalmente desde un equipo de sobremesa y casi siempre desde casa.

	Aragón	< 1.100€	> 1.100€ < 1.800€	>1.800€ <2.700€	> 2.700€	Brecha
Accede a Internet desde casa (sobre usuarios)	96,96%	93,49%	95,24%	97,64%	98,62%	-5,13
Accede a Internet desde el trabajo (sobre usuarios)	32,50%	16,28%	35,80%	40,67%	55,17%	-38,89
Accede desde casas de familiares o amigos (sobre usuarios)	17,30%	19,49%	15,38%	16,81%	15,86%	3,63
Accede desde un sitio público, tipo biblioteca (sobre usuarios)	13,34%	11,63%	9,73%	12,06%	14,48%	-2,85
Accede desde el lugar de estudio (sobre usuarios)	12,57%	14,37%	9,50%	9,51%	9,66%	4,72
Accede desde un cibercafé (sobre usuarios)	2,44%	2,33%	0,53%	0,39%	3,45%	-1,12

Tabla. La relación entre los ingresos y el lugar de acceso a Internet

Las mayores diferencias en cuanto a los usos se observan en el empleo de la banca electrónica, mayoritario entre aquellos con mayor nivel de ingresos, el uso de internet para informarse sobre viajes y espectáculos, así como para leer periódicos, concertar citas médicas o realizar cursos. Entre los que reciben menos ingresos Internet se usa para informarse sobre empleo (muchos son estudiantes), jugar o descargar juegos, acceder a redes sociales o descargar películas o vídeos.

	Aragón	< 1.100€	> 1.100€ < 1.800€	>1.800€ <2.700€	> 2.700€	Brecha
Usa Internet para utilizar banca electrónica (sobre usuarios)	51,85%	40,47%	54,50%	65,35%	68,28%	-27,81
Usa Internet para informarse sobre viajes (sobre usuarios)	67,07%	58,60%	64,02%	75,59%	84,14%	-25,53
Usa Internet para leer periódicos o revistas (sobre usuarios)	72,30%	64,65%	69,84%	74,02%	84,83%	-20,18
Usa Internet para informarse sobre espectáculos (sobre usuarios)	57,43%	46,51%	55,56%	62,99%	64,83%	-18,32
Usa Internet para leer blogs (sobre usuarios)	40,15%	32,09%	34,92%	42,52%	50,34%	-18,25
Usa Internet para concertar citas médicas (sobre usuarios)	50,15%	39,07%	49,21%	51,18%	55,17%	-16,10
Usa Internet para realizar cursos (sobre usuarios)	30,48%	25,12%	30,16%	35,04%	40,69%	-15,57
Usa Internet para informarse sobre meteorología (sobre usuarios)	67,41%	65,12%	66,93%	77,17%	79,31%	-14,19
Usa Internet para informarse sobre sociedad y economía (sobre usuarios)	49,00%	45,12%	53,44%	57,09%	58,62%	-13,50
Usa Internet para informarse sobre historia (sobre usuarios)	55,51%	50,70%	60,32%	63,78%	64,14%	-13,44
Usa Internet para tomar decisiones de compra (sobre usuarios)	53,92%	50,23%	58,20%	65,35%	63,45%	-13,22
Usa Internet para informarse sobre salud (sobre usuarios)	55,96%	56,74%	62,17%	59,45%	68,97%	-12,22
Usa Internet para informarse sobre cultura (sobre usuarios)	55,23%	50,23%	60,32%	61,81%	62,07%	-11,84
Usa Internet para telefonar o videollamadas (sobre usuarios)	21,83%	18,60%	17,20%	25,59%	29,66%	-11,05
Usa Internet para descargar software (sobre usuarios)	35,37%	25,58%	30,95%	35,46%	35,79%	-10,21
Usa Internet para informarse sobre productos (sobre usuarios)	91,48%	87,91%	93,39%	92,52%	96,55%	-8,64
Usa Internet para leer el correo electrónico (sobre usuarios)	89,87%	86,05%	87,83%	94,49%	94,48%	-8,44
Usa Internet para descargar archivos P2P (sobre usuarios)	23,48%	17,21%	19,84%	22,08%	24,83%	-7,62
Usa Internet para informarse sobre cursos (sobre usuarios)	53,56%	51,16%	53,97%	59,45%	55,17%	-4,01
Usa Internet para escuchar música (sobre usuarios)	56,92%	54,02%	53,06%	55,15%	57,86%	-3,84
Usa Internet para escuchar radio o televisión (sobre usuarios)	34,64%	28,84%	34,39%	36,22%	32,41%	-3,58
Usa Internet para descargar películas o vídeos (sobre usuarios)	48,23%	44,65%	49,09%	49,88%	43,45%	1,20
Usa Internet para acceder a redes sociales (sobre usuarios)	53,28%	53,70%	53,85%	51,97%	48,97%	4,73
Usa Internet para jugar o descargar juegos (sobre usuarios)	26,70%	29,12%	20,63%	24,41%	15,86%	13,25
Usa Internet para informarse sobre empleo (sobre usuarios)	42,76%	53,95%	43,65%	39,37%	39,31%	14,64

Tabla. La relación entre los ingresos y los usos de Internet

3.2 Las redes sociales

El 59,15% de los usuarios de Internet pertenece a una red social, la mayor parte a Facebook, seguida de Twitter y Tuenti. En el caso de LinkedIn, red profesional orientada a los negocios, se nota una mayor inclinación hacia el estrato de ingresos más elevados.

	Aragón	< 1.100€	> 1.100€ < 1.800€	>1.800€ <2.700€	> 2.700€	Brecha
Pertenece a una red social (sobre usuarios)	59,15%	60,14%	56,17%	55,91%	54,10%	6,04
Pertenece a Facebook (sobre usuarios red social)	96,53%	100,00%	96,01%	94,30%	100,00%	0,00
Pertenece a Twitter (sobre usuarios red social)	25,71%	26,80%	24,91%	24,42%	25,48%	1,32
Pertenece a Tuenti (sobre usuarios red social)	15,02%	16,40%	11,46%	9,15%	9,09%	7,31
Pertenece a LinkedIn (sobre usuarios red social)	5,32%	4,00%	4,48%	3,52%	10,39%	-6,39
Pertenece a Instagram (sobre usuarios red social)	2,75%	1,60%	2,19%	2,82%	1,30%	0,30
Pertenece a Myspace (sobre usuarios red social)	0,63%	0,00%	0,00%	0,70%	0,00%	0,00
Pertenece a Google + (sobre usuarios red social)	0,54%	0,00%	0,50%	0,70%	1,30%	-1,30
Pertenece a Windows (sobre usuarios red social)	0,40%	0,00%	0,00%	0,70%	0,00%	0,00
Pertenece a Hi5 (sobre usuarios red social)	0,06%	0,80%	0,00%	0,00%	0,00%	0,80

Tabla. La relación entre los ingresos y la pertenencia a redes sociales

La tabla muestra los usos que se realizan en las redes sociales. El uso mayoritario es para contactar con amigos, publicar comentarios, enviar mensajes privados o subir fotos o vídeos.

	Aragón	< 1.100€	> 1.100€ < 1.800€	>1.800€ <2.700€	> 2.700€	Brecha
La usa para contactar con amigos (sobre usuarios red social)	94,95%	95,20%	94,03%	95,77%	94,81%	0,39
Publica comentarios (sobre usuarios red social)	86,76%	67,20%	83,71%	92,40%	94,29%	-27,09
Utiliza el móvil para acceder (sobre usuarios red social)	77,98%	71,20%	76,12%	80,22%	81,25%	-10,05
Sabe configurar el nivel de privacidad (sobre usuarios red social)	77,72%	48,39%	73,52%	81,01%	84,99%	-36,59
Envía mensajes privados (sobre usuarios red social)	73,19%	66,30%	68,20%	74,11%	75,21%	-8,91
Sube fotos o vídeos (sobre usuarios red social)	71,16%	66,40%	71,14%	78,17%	75,32%	-8,92
Juega y utiliza aplicaciones (sobre usuarios red social)	29,59%	17,60%	23,90%	27,83%	34,87%	-17,27
Crea eventos y grupos (sobre usuarios red social)	23,76%	24,60%	21,39%	26,06%	31,17%	-6,57
Las usa por motivos de aficiones (sobre usuarios red social)	22,02%	12,00%	18,94%	23,38%	29,78%	-17,78
Las usa por motivos profesionales (sobre usuarios red social)	11,95%	5,60%	8,39%	16,06%	31,17%	-25,57
Para buscar recomendaciones de productos (sobre usuarios red social)	9,18%	8,40%	8,43%	12,08%	16,88%	-8,48
Las usa para buscar pareja (sobre usuarios red social)	1,59%	1,65%	1,61%	1,71%	1,59%	0,06

Tabla. La relación entre los ingresos y los usos de las redes sociales

3.3 Relaciones con administraciones públicas

El 74,41% de los aragoneses usa Internet para buscar información de administraciones. El nivel de ingresos es muy importante ya que hay una clara relación lineal entre los ingresos y la interacción con las administraciones públicas. Ello es especialmente relevante en el caso de acciones que exigen un mayor nivel tecnológico al usuario como el realizar pagos a las administraciones a través de Internet o el empleo del DNI electrónico para realizar gestiones.

	Aragón	< 1.100€	> 1.100€ < 1.800€	>1.800€ <2.700€	> 2.700€	Brecha
Usa Internet para buscar información administraciones (sobre usuarios)	74,41%	47,12%	60,12%	81,13%	97,60%	-50,48
Usa Internet para obtener formularios administraciones (sobre usuarios)	53,70%	16,13%	15,43%	52,48%	92,77%	-76,64
Usa Internet para enviar formularios administraciones (sobre usuarios)	31,94%	3,23%	7,30%	23,99%	48,85%	-45,63
Usa Internet para realizar pagos administraciones (sobre usuarios)	12,29%	0,00%	2,15%	6,46%	21,87%	-21,87
Utiliza el DNI electrónico (sobre usuarios)	60,63%	12,90%	28,83%	52,25%	74,55%	-61,65
Utiliza el DNI electrónico para realizar gestiones por Internet (sobre usuarios)	11,12%	3,23%	2,39%	8,77%	14,99%	-11,77

Tabla. La relación entre los ingresos y el uso de Internet para relacionarse con las administraciones públicas

3.4 Compras por Internet

En cuanto a las compras por Internet también se aprecia una importante brecha digital asociada al nivel de ingresos, que afecta no solo al porcentaje de compradores sino a la variedad de productos comprados. En todos los casos los productos más comprados son la ropa, complementos y material deportivo, seguido de billetes de transporte, alojamiento para viajes y adquisición de aparatos electrónicos y equipos informáticos. En la mayor parte de los productos, los que tienen ingresos superiores superan a las rentas bajas, especialmente en alojamiento para viajes, billetes de transporte, aparatos electrónicos, entradas para espectáculos y ropa. La excepción es la compra de lotería, también los productos farmacéuticos, seguros y productos financieros y en menor medida juegos de ordenador y libros.

	Aragón	< 1.100€	> 1.100€ < 1.800€	>1.800€ <2.700€	> 2.700€	Brecha
Ha comprado por Internet	49,44%	23,66%	49,17%	72,73%	76,87%	-53,21
Compra ropa, complementos y material deportivo (sobre compradores)	45,64%	34,91%	36,86%	44,13%	46,90%	-12,00
Compra billetes de transporte (sobre compradores)	42,38%	24,53%	30,69%	42,12%	46,25%	-21,72
Compra alojamiento para viajes (sobre compradores)	37,40%	18,87%	24,58%	40,50%	42,94%	-24,07
Compra aparatos electrónicos (sobre compradores)	29,12%	15,09%	25,42%	24,50%	32,74%	-17,65
Compra entradas para espectáculos (sobre compradores)	18,80%	10,38%	6,36%	10,50%	22,70%	-12,32
Compra equipos informáticos (sobre compradores)	17,19%	11,32%	13,98%	18,19%	19,16%	-7,84
Compra libros (sobre compradores)	17,00%	17,92%	14,83%	11,00%	16,81%	1,11
Compra productos para el hogar y el automóvil (sobre compradores)	16,42%	16,98%	12,71%	15,50%	17,70%	-0,72
Compra productos de alimentación y limpieza (sobre compradores)	13,49%	9,43%	11,02%	10,00%	15,93%	-6,50
Compra películas y música (sobre compradores)	5,38%	4,72%	3,81%	5,50%	5,42%	-0,71
Compra productos farmacéuticos (sobre compradores)	4,64%	6,60%	3,39%	3,00%	3,54%	3,06
Compra juegos de ordenador (sobre compradores)	4,61%	4,72%	2,54%	5,04%	2,65%	2,06
Compra acciones, seguros y productos financieros (sobre compradores)	2,43%	4,72%	0,85%	1,85%	3,54%	1,18
Compra lotería (sobre compradores)	1,57%	1,89%	0,42%	1,00%	1,77%	0,12

Tabla. La relación entre los ingresos y las compras en Internet

En cuanto a los medios de pago, los más usados son las tarjetas de crédito o débito o las cuentas prepago. Sin embargo se observa que en los niveles de ingresos más bajos se usan proporcionalmente más otros medios de pago como el contra-reembolso o el pago con transferencias.

	Aragón	< 1.100€	> 1.100€ < 1.800€	>1.800€ <2.700€	> 2.700€	Brecha
Utiliza tarjeta de crédito o débito (sobre compradores)	74,58%	47,17%	63,51%	75,50%	85,80%	-38,63
Utiliza tarjeta o cuenta prepago (sobre compradores)	31,50%	17,92%	28,81%	27,50%	33,63%	-15,70
Utiliza medios de pago como contra-reembolso (sobre compradores)	16,47%	17,92%	15,68%	13,00%	11,50%	6,42
Paga con transferencia (sobre compradores)	6,05%	8,49%	4,66%	4,50%	5,31%	3,18
Ha tenido problemas al comprar en el último año (sobre compradores)	3,64%	5,66%	2,54%	3,50%	1,77%	3,89

Tabla. La relación entre los ingresos y los medios de pago utilizados para comprar en Internet

Al comparar los datos de compras por Internet versus pagos a administraciones públicas por Internet apreciamos una importante diferencia. Como hemos visto, el 49,44% de los aragoneses ha comprado por Internet, pero solo el 12,29% de los usuarios de Internet realiza pagos a las administraciones por este medio. Las personas compran productos y servicios por Internet pero los trámites para pagar en las administraciones públicas son más engorrosos. Realizar los trámites y efectuar estos pagos debería ser tan sencillo como comprar en cualquier tienda online.

3.5 Uso del móvil

En cuanto al uso del teléfono móvil en relación con el nivel de ingresos, la tabla siguiente permite apreciar la existencia de una importante brecha digital. El 85,27% de las personas cuyo nivel de ingresos es inferior a 1.100€ dispone de teléfono móvil, pero solo un 26,34% de ellos navega por Internet con el mismo o un 22,77% es capaz de enviar fotografías. En contraste, el 98,64% de los que ingresan más de 2.700€ dispone de móvil, de los que el 72,11% navega por Internet o el 62,59% sube fotografías. Entre los que ganan más de 1,800€ o 2.700€ no hay tantas diferencias, incluso en el uso de banca electrónica móvil los

primeros la utilizan en un 27,64% y los segundos en un 28,57%. La brecha aparece en los dos tramos de ingresos inferiores, con diferencias de más de 10 puntos porcentuales.

	Aragón	< 1.100€	> 1.100€ < 1.800€	> 1.800€ < 2.700€	> 2.700€	Brecha
Utiliza el teléfono móvil	93,99%	85,27%	95,63%	97,09%	98,64%	-13,37
Navega por Internet con el móvil (sobre usuarios de móvil)	55,23%	26,34%	45,42%	63,27%	72,11%	-45,77
Lee el correo con el móvil (sobre usuarios de móvil)	50,35%	24,11%	42,08%	61,09%	66,67%	-42,56
Envía fotografías con el móvil (sobre usuarios de móvil)	49,50%	22,77%	40,00%	57,09%	62,59%	-39,82
Descarga vídeos con el móvil (sobre usuarios de móvil)	44,22%	19,87%	37,29%	49,45%	56,46%	-36,60
Utiliza banca electrónica móvil (sobre usuarios de móvil)	18,74%	8,04%	19,17%	27,64%	28,57%	-20,54

Tabla. La relación entre los ingresos y el uso del móvil

4 La brecha digital de trabajo

El tipo de empleo es un importante condicionante a la hora de utilizar Internet. La siguiente tabla muestra la distribución de la muestra según el tipo de trabajo desempeñado por el encuestado. Un 33,85% trabajan a tiempo completo por cuenta ajena, un 15,28% son jubilados, un 14,97% están en paro, un 12,67% se dedican a sus labores o trabajan en el hogar, un 9,68% son estudiantes, un 9,11% son autónomos, trabajan por cuenta ajena a tiempo parcial un 3,30% y estudian y trabajan un 1,04%. En este último caso la muestra la componen solo 24 personas por lo que es necesario ser prudente a la hora de sacar conclusiones.

	Aragón	Completa	Parcial	Desempleo	Autónomo	Estudiante	Estudia y trabaja	Jubilado	Sus labores	NS/NC
Número de respuestas	2.304	780	76	345	210	223	24	352	292	2
Porcentaje	100%	33,85%	3,30%	14,97%	9,11%	9,68%	1,04%	15,28%	12,67%	0,09%

Tabla. Distribución de la muestra según el empleo de los encuestados

4.1 Uso de Internet

La tabla siguiente muestra la relación entre el trabajo desempeñado y la utilización de Internet. La columna "brecha" se ha calculado como la resta entre el grupo sus labores y el de trabajo a tiempo completo. Existe una brecha digital por el trabajo realizado, que es especialmente acusada en dos colectivos: los jubilados y las personas que realizan sus labores en el hogar. El porcentaje de aragoneses que ha accedido a Internet en los últimos tres meses es del 76,95%, el de los jubilados del 37,22% y el del grupo sus labores es del 46,92%. Ambos grupos están en situación próxima a la exclusión digital aunque la brecha afecta más al grupo de jubilados que al de sus labores.

	Aragón	Completa	Parcial	Desempleo	Autónomo	Estudiante	Estudia y trabaja	Jubilado	Sus labores	Brecha
Ha utilizado Internet alguna vez	81,13%	90,64%	90,79%	86,09%	81,43%	97,31%	100,00%	46,88%	63,36%	-27,28
Ha accedido a Internet en los tres últimos meses	76,95%	92,05%	89,47%	87,25%	84,29%	99,10%	100,00%	37,22%	46,92%	-45,13

Tabla. La relación entre el tipo de trabajo y la utilización de Internet

La tabla siguiente muestra la relación entre la ocupación y la forma de acceder a Internet. Hay un empate del 63,60% en cuanto al acceso mediante ordenador personal y mediante portátil. La forma clásica, el ordenador personal, es la elegida por aquellos que trabajan por cuenta ajena a tiempo completo, así como por los autónomos y por los del grupo sus labores. El portátil es preferido por los estudiantes, jubilados, desempleados y trabajadores a tiempo parcial. Los mayores usuarios de tabletas son los estudiantes y los trabajadores a tiempo completo.

	Aragón	Completa	Parcial	Desempleo	Autónomo	Estudiante	Estudia y trabaja	Jubilado	Sus labores	Brecha
Accede con equipo de sobremesa (sobre usuarios)	63,60%	65,60%	52,94%	60,80%	63,84%	60,18%	58,33%	54,20%	64,23%	-1,37
Accede a Internet con un equipo portátil (sobre usuarios)	63,60%	63,42%	61,76%	61,13%	53,67%	69,68%	63,33%	62,60%	53,28%	-10,14
Accede a Internet con una tableta (sobre usuarios)	8,23%	8,24%	5,88%	6,64%	6,78%	9,69%	4,17%	4,58%	6,57%	-1,67
Accede a Internet con TV (sobre usuarios)	0,33%	0,00%	0,00%	0,33%	0,00%	0,45%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00
Accede a Internet con una consola (sobre usuarios)	0,02%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,45%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00

Tabla. La relación entre el tipo de trabajo y la forma de acceso a Internet

En cuanto a la forma de acceder a Internet, la más común es el hogar, con el 96,96%. Lógicamente los estudiantes son el grupo que más se conecta desde el lugar de estudio, un 59,28%, y los trabajadores a tiempo completo y autónomos lideran las conexiones desde el puesto de trabajo.

	Aragón	Completa	Parcial	Desempleo	Autónomo	Estudiante	Estudia y trabaja	Jubilado	Sus labores	Brecha
Accede a Internet desde casa (sobre usuarios)	96,96%	96,38%	94,12%	95,68%	89,27%	99,10%	100,00%	99,24%	98,54%	2,16
Accede a Internet desde el trabajo (sobre usuarios)	32,50%	52,09%	36,76%	11,63%	56,50%	5,43%	41,67%	3,82%	6,57%	-45,52
Accede desde casas de familiares o amigos (sobre usuarios)	17,30%	13,93%	20,59%	16,94%	16,38%	27,60%	37,50%	4,58%	9,49%	-4,44
Accede desde un sitio público (sobre usuarios)	13,34%	8,77%	13,24%	13,62%	5,08%	28,51%	25,00%	8,40%	7,30%	-1,48
Accede desde el lugar de estudio (sobre usuarios)	12,57%	3,76%	2,94%	4,98%	2,26%	59,28%	41,67%	0,00%	2,92%	-0,84
Accede desde un cibercafé (sobre usuarios)	2,44%	1,95%	2,94%	1,33%	1,13%	2,26%	4,17%	0,76%	0,73%	-1,22

Tabla. La relación entre el tipo de trabajo y el lugar de acceso a Internet

La tabla siguiente muestra los diferentes usos que los aragoneses hacen de Internet según el empleo desempeñado. Se han ordenado de forma que se maximiza la brecha del grupo sus labores con respecto a aquellos que tienen trabajo a tiempo completo. La mayor brecha surge en el empleo de la banca electrónica a través de Internet. Pero también a la hora de escuchar música, descargar películas o software, leer periódicos o realizar cursos. Podemos hablar de una brecha con origen tecnológico en el grupo sus labores ya que surge en las actividades que exigen un mayor conocimiento de la tecnología. Donde apenas sufren brecha es en actividades como informarse sobre salud o informarse sobre productos, pero utilizan Internet solo para informarse, no para tomar las decisiones de compra, porque como veremos más adelante no van a comprar por Internet. Podemos también analizar el uso que hace cada uno de los grupos, así los estudiantes son los mayores usuarios de redes sociales, los autónomos destacan en el uso de la banca electrónica, los desempleados se informan sobre cursos y empleo, y los jubilados son los mayores consumidores de webs sobre historia.

	Aragón	Completa	Parcial	Desempleo	Autónomo	Estudiante	Estudia y trabaja	Jubilado	Sus labores	Brecha
--	--------	----------	---------	-----------	----------	------------	-------------------	----------	-------------	--------

Usa Internet para utilizar banca electrónica (sobre usuarios)	51,85%	60,17%	48,53%	48,50%	61,02%	21,27%	54,17%	52,67%	31,39%	-28,78
Usa Internet para escuchar música (sobre usuarios)	56,92%	56,41%	50,00%	57,48%	43,50%	83,71%	91,67%	34,35%	29,93%	-26,48
Usa Internet para descargar películas o vídeos (sobre usuarios)	48,23%	47,77%	50,00%	51,50%	34,46%	72,40%	54,17%	30,53%	22,63%	-25,14
Usa Internet para leer periódicos o revistas (sobre usuarios)	72,30%	74,65%	47,06%	72,76%	68,36%	62,90%	66,67%	67,94%	49,64%	-25,02
Usa Internet para informarse sobre cursos (sobre usuarios)	53,56%	55,57%	64,71%	70,10%	37,85%	58,82%	70,83%	23,66%	30,66%	-24,91
Usa Internet para descargar software (sobre usuarios)	35,37%	30,50%	17,65%	34,88%	28,25%	55,20%	54,17%	18,32%	8,76%	-21,74
Usa Internet para realizar cursos (sobre usuarios)	30,48%	34,82%	27,94%	32,89%	23,73%	22,62%	41,67%	15,27%	13,14%	-21,68
Usa Internet para concertar citas médicas (sobre usuarios)	50,15%	52,37%	48,53%	47,51%	40,11%	29,41%	45,83%	35,88%	35,04%	-17,33
Usa Internet para informarse sobre empleo (sobre usuarios)	42,76%	37,60%	32,35%	81,73%	28,25%	32,58%	66,67%	22,90%	20,44%	-17,17
Usa Internet para tomar decisiones de compra (sobre usuarios)	53,92%	58,64%	57,35%	58,80%	53,67%	53,39%	62,50%	36,64%	41,61%	-17,03
Usa Internet para acceder a redes sociales (sobre usuarios)	89,87%	90,53%	91,18%	91,69%	88,70%	94,57%	87,50%	83,97%	73,72%	-16,81
Usa Internet para informarse sobre espectáculos (sobre usuarios)	57,43%	57,94%	51,47%	57,14%	48,59%	52,94%	75,00%	46,56%	42,34%	-15,60
Usa Internet para escuchar radio o televisión (sobre usuarios)	34,64%	33,98%	39,71%	39,53%	35,59%	37,56%	58,33%	19,08%	18,98%	-15,01
Usa Internet para leer blogs (sobre usuarios)	40,15%	40,25%	39,71%	43,19%	32,77%	49,77%	37,50%	28,24%	25,55%	-14,70
Usa Internet para informarse sobre viajes (sobre usuarios)	67,07%	72,01%	63,24%	63,79%	61,02%	54,75%	79,17%	64,89%	59,85%	-12,15
Para informarse sobre sociedad y economía (sobre usuarios)	49,00%	52,65%	29,41%	48,17%	54,80%	42,53%	45,83%	52,67%	40,88%	-11,77
Usa Internet para descargar archivos P2P (sobre usuarios)	23,48%	19,08%	11,76%	23,59%	18,08%	42,08%	29,17%	5,34%	8,03%	-11,05
Usa Internet para informarse sobre historia (sobre usuarios)	55,51%	58,22%	42,65%	54,49%	53,67%	48,87%	54,17%	59,54%	47,45%	-10,77
Usa Internet para telefonar o videollamadas (sobre usuarios)	21,83%	20,89%	16,18%	26,58%	18,64%	30,32%	25,00%	15,27%	10,22%	-10,67
Usa Internet para informarse sobre cultura (sobre usuarios)	55,23%	58,08%	39,71%	56,48%	55,93%	48,42%	58,33%	55,73%	48,18%	-9,90
Usa Internet para jugar o descargar juegos (sobre usuarios)	26,70%	22,01%	22,06%	28,24%	17,51%	52,04%	41,67%	11,45%	16,79%	-5,22
Usa Internet para informarse sobre meteorología (sobre usuarios)	67,41%	68,80%	70,59%	68,77%	64,97%	53,39%	79,17%	74,05%	64,23%	-4,57
Usa Internet para informarse sobre productos (sobre usuarios)	91,48%	92,20%	98,53%	92,03%	92,09%	89,14%	87,50%	93,89%	92,70%	0,50
Usa Internet para informarse sobre salud (sobre usuarios)	55,96%	59,75%	55,88%	55,48%	51,41%	43,44%	62,50%	64,12%	61,31%	1,56

Tabla. La relación entre el tipo de trabajo y los usos de Internet

4.2 Las redes sociales

La tabla siguiente muestra la relación entre el empleo y la pertenencia a las redes sociales. En promedio el 59,15% de los usuarios de Internet aragoneses pertenece a una red social. Los mayores usuarios de redes sociales son los estudiantes (91,86%) seguidos de los desempleados (67,44%) y los trabajadores a tiempo parcial (58,82%). La brecha afecta sobre todo a los jubilados (36,64%) y al grupo sus labores (35,77%). Facebook lidera las redes sociales en todos los colectivos. Twitter y Tuenti son muy utilizadas por los estudiantes, en el caso de Tuenti de forma casi exclusiva mientras que Twitter cuenta con muchos suscriptores entre desempleados y autónomos.

	Aragón	Completa	Parcial	Desempleo	Autónomo	Estudiante	Estudia y trabaja	Jubilado	Sus labores	Brecha
Pertenece a una red social (sobre usuarios)	59,15%	54,74%	58,82%	67,44%	54,80%	91,86%	95,83%	36,64%	35,77%	-18,97
Pertenece a Facebook (sobre usuarios red social)	96,53%	98,22%	100,00%	97,54%	97,94%	88,67%	100,00%	100,00%	100,00%	1,78
Pertenece a Twitter (sobre usuarios red social)	25,71%	16,28%	7,50%	27,59%	24,74%	55,67%	34,78%	10,42%	4,08%	-12,20
Pertenece a Tuenti (sobre usuarios red social)	15,02%	6,87%	7,50%	15,76%	4,12%	39,90%	34,78%	2,08%	8,16%	1,29
Pertenece a LinkedIn (sobre usuarios red social)	5,32%	3,56%	5,00%	6,40%	7,22%	1,48%	17,39%	4,17%	2,04%	-1,52
Pertenece a Instagram (sobre usuarios red social)	2,75%	1,78%	0,00%	3,45%	3,09%	8,87%	4,35%	0,00%	0,00%	-1,78
Pertenece a Myspace (sobre usuarios red social)	0,63%	0,51%	0,00%	0,00%	0,00%	0,49%	0,00%	0,00%	0,00%	-0,51
Pertenece a Google + (sobre usuarios red social)	0,54%	0,51%	0,00%	0,99%	2,06%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	-0,51
Pertenece a Windows (sobre usuarios red social)	0,40%	0,00%	0,00%	0,99%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00
Pertenece a Hi5 (sobre usuarios red social)	0,06%	0,00%	0,00%	0,49%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00

Tabla. La relación entre el tipo de trabajo y la pertenencia a redes sociales

La tabla siguiente muestra la relación entre el tipo de trabajo y el uso de las redes sociales. El uso más habitual es el contacto con amigos (94,95%) y la publicación de comentarios (86,76%). Los estudiantes son los mayores usuarios de redes sociales y lideran casi todas las actividades posibles, especialmente entre aquellos que trabajan. Los colectivos con menos uso son los jubilados y los que se dedican a sus labores. Se aprecia el origen tecnológico en la brecha ya que solo el 22,48% del grupo sus labores sabe configurar el nivel de privacidad, frente al 77,72% en promedio. Tampoco usan el móvil para acceder a las redes sociales, solo un 53,06% frente al 77,98% del promedio. Los autónomos destacan por



el uso de las redes sociales por motivos profesionales (29,90%) así como para buscar recomendaciones de productos (14,43%).

	Aragón	Completa	Parcial	Desempleo	Autónomo	Estudiante	Estudia y trabaja	Jubilado	Sus labores	Brecha
La usa para contactar con amigos (sobre usuarios red social)	94,95%	94,66%	95,00%	94,58%	93,81%	97,54%	100,00%	95,83%	91,84%	-2,82
Publica comentarios (sobre usuarios red social)	86,76%	87,28%	82,50%	85,22%	82,47%	90,64%	82,61%	77,08%	85,71%	-1,56
Utiliza el móvil para acceder (sobre usuarios red social)	77,98%	79,64%	67,50%	78,82%	71,13%	89,16%	91,30%	47,92%	53,06%	-26,58
Sabe configurar el nivel de privacidad (sobre usuarios red social)	77,72%	77,72%	81,51%	76,05%	76,50%	67,78%	92,27%	95,65%	22,48%	-55,24
Envía mensajes privados (sobre usuarios red social)	73,19%	74,30%	62,50%	70,94%	62,89%	80,79%	82,61%	62,50%	67,35%	-6,95
Sube fotos o videos (sobre usuarios red social)	71,16%	69,72%	62,50%	73,40%	64,95%	80,30%	78,26%	52,08%	48,98%	-20,74
Juega y utiliza aplicaciones (sobre usuarios red social)	29,59%	24,68%	32,50%	36,95%	15,46%	43,84%	56,52%	16,67%	26,53%	1,85
Crea eventos y grupos (sobre usuarios red social)	23,76%	18,83%	17,50%	26,11%	15,46%	34,98%	43,48%	14,58%	16,33%	-2,50
Las usa por motivos de aficiones (sobre usuarios red social)	22,02%	19,85%	25,00%	26,11%	22,68%	20,20%	39,13%	25,00%	22,45%	2,60
Las usa por motivos profesionales (sobre usuarios red social)	11,95%	12,21%	10,00%	15,76%	29,90%	6,40%	26,09%	4,17%	6,12%	-6,09
Para buscar recomendaciones de productos (sobre usuarios red social)	9,18%	9,67%	17,50%	11,82%	14,43%	6,40%	17,39%	12,50%	14,29%	4,62
Las usa para buscar pareja (sobre usuarios red social)	1,59%	1,27%	0,00%	1,48%	3,09%	1,97%	0,00%	0,00%	0,00%	-1,27

Tabla. La relación entre el tipo de trabajo y los usos de las redes sociales

4.3 Relaciones con administraciones públicas

La tabla siguiente muestra la relación entre el tipo de trabajo y el uso de Internet para relacionarse con las administraciones públicas. El grupo de sus labores, los jubilados, los estudiantes (excepto aquellos que además trabajan) y los trabajadores a tiempo parcial utilizan Internet para relacionarse con las administraciones públicas. Los desempleados sí que la utilizan, así como los autónomos y los trabajadores a tiempo completo, que son los mayores usuarios.

	Aragón	Completa	Parcial	Desempleo	Autónomo	Estudiante	Estudia y trabaja	Jubilado	Sus labores	Brecha
Usa Internet para buscar información administraciones (sobre usuarios)	74,41%	83,84%	63,24%	75,42%	79,10%	53,85%	70,83%	66,41%	43,80%	-40,05
Usa Internet para obtener formularios administraciones (sobre usuarios)	53,70%	63,65%	51,47%	52,16%	53,11%	30,32%	54,17%	43,51%	27,01%	-36,64
Usa Internet para enviar formularios administraciones (sobre usuarios)	31,94%	39,14%	23,53%	29,57%	36,72%	12,22%	45,83%	23,66%	19,71%	-19,43
Usa Internet para realizar pagos administraciones (sobre usuarios)	12,29%	13,93%	5,88%	8,64%	16,95%	4,98%	16,67%	10,69%	6,57%	-7,36
Utiliza el DNI electrónico (sobre usuarios)	60,63%	61,14%	57,35%	63,12%	61,58%	66,52%	41,67%	54,20%	43,80%	-17,35
Utiliza DNI electrónico para realizar gestiones por Internet (sobre usuarios)	11,12%	10,86%	7,35%	8,64%	16,95%	9,05%	8,33%	10,69%	5,11%	-5,75

Tabla. La relación entre el tipo de trabajo y el uso de Internet para relacionarse con las administraciones públicas

4.4 Compras por Internet

La tabla siguiente muestra la relación entre el tipo de trabajo y las compras por Internet. El 49,44% de los aragoneses ha comprado por Internet. La brecha digital afecta especialmente a los jubilados con un 18,75% y al colectivo sus labores con un 18,84%. Sin embargo, esa minoría de jubilados y del colectivo sus labores que compran lo hacen con bastante variedad, especialmente ropa, complementos, billetes de transporte, libros, productos de alimentación y limpieza, productos para el hogar y el automóvil e incluso en el grupo de jubilados se compra lotería a través de Internet. No obstante como la submuestra de jubilados y sus labores que compran por Internet es muy pequeña es necesario ser prudente a la hora de extrapolar los resultados.

	Aragón	Completa	Parcial	Desempleo	Autónomo	Estudiante	Estudia y trabaja	Jubilado	Sus labores	Brecha
Ha comprado por Internet	49,44%	66,15%	55,26%	57,10%	54,29%	62,33%	66,67%	18,75%	18,84%	-47,32

Compra ropa, complementos y material deporte (sobre compradores)	45,64%	45,89%	55,23%	40,00%	35,48%	49,70%	14,71%	68,18%	80,00%	34,11
Compra billetes de transporte (sobre compradores)	42,38%	37,21%	20,35%	37,54%	31,18%	29,99%	44,12%	58,44%	54,26%	17,05
Compra alojamiento para viajes (sobre compradores)	37,40%	35,16%	26,16%	28,92%	29,03%	23,14%	51,47%	45,45%	62,02%	26,86
Compra aparatos electrónicos (sobre compradores)	29,12%	30,59%	20,35%	24,00%	35,48%	29,99%	7,35%	16,23%	23,26%	-7,34
Compra entradas para espectáculos (sobre compradores)	18,80%	11,64%	8,72%	12,92%	9,68%	10,28%	14,71%	25,97%	7,75%	-3,89
Compra equipos informáticos (sobre compradores)	17,19%	15,75%	5,81%	18,46%	19,35%	12,00%	7,35%	6,49%	23,26%	7,50
Compra libros (sobre compradores)	17,00%	15,53%	11,63%	17,23%	15,05%	10,28%	22,06%	22,73%	31,01%	15,48
Compra productos para el hogar y el automóvil (sobre compradores)	16,42%	15,75%	14,53%	18,46%	16,13%	7,71%	7,35%	35,71%	27,13%	11,38
Compra productos de alimentación y limpieza (sobre compradores)	13,49%	11,42%	2,91%	10,46%	9,68%	2,57%	0,00%	45,45%	19,38%	7,96
Compra películas y música (sobre compradores)	5,38%	3,88%	2,91%	5,54%	5,38%	2,57%	7,35%	6,49%	7,75%	3,87
Compra productos farmacéuticos (sobre compradores)	4,64%	4,34%	2,91%	3,08%	3,23%	1,71%	0,00%	6,49%	3,88%	-0,46
Compra juegos de ordenador (sobre compradores)	4,61%	3,88%	2,91%	5,54%	1,08%	3,43%	7,35%	3,25%	0,00%	-3,88
Compra acciones, seguros y prod. financieros (sobre compradores)	2,43%	2,28%	0,00%	0,62%	0,00%	1,71%	0,00%	3,25%	0,00%	-2,28
Compra lotería (sobre compradores)	1,57%	1,37%	0,00%	1,85%	0,00%	0,00%	0,00%	3,25%	0,00%	-1,37

Tabla. La relación entre el tipo de trabajo y las compras en Internet

La tabla siguiente muestra los diferentes medios de pago empleados a la hora de comprar por Internet. El uso de la tarjeta de crédito es mayoritario en todos los grupos.

	Aragón	Completa	Parcial	Desempleo	Autónomo	Estudiante	Estudia y trabaja	Jubilado	Sus labores	Brecha
Utiliza tarjeta de crédito o débito (sobre compradores)	74,58%	68,04%	49,42%	64,00%	68,82%	62,55%	66,18%	90,20%	85,30%	17,26
Utiliza tarjeta o cuenta prepago (sobre compradores)	31,50%	32,19%	40,70%	29,54%	22,58%	19,71%	22,06%	29,22%	65,89%	33,70
Usa medios de pago como contra-reembolso (sobre compradores)	16,47%	11,19%	20,35%	22,15%	22,58%	20,57%	7,35%	32,47%	38,76%	27,57
Paga con transferencia (sobre compradores)	6,05%	5,02%	5,81%	2,46%	8,60%	6,00%	0,00%	12,99%	3,88%	-1,15
Tuvo problemas al comprar en el último año (sobre compradores)	3,64%	2,51%	2,91%	6,77%	4,30%	1,71%	0,00%	6,49%	11,63%	9,12

Tabla. La relación entre el tipo de trabajo y los medios de pago utilizados para comprar en Internet

4.5 Uso del móvil

El colectivo que más utiliza el teléfono móvil son los estudiantes (98,21%), especialmente aquellos que además de estudiar trabajan. Apenas hay diferencias entre los trabajadores a tiempo completo (97,82%), parcial (98,68%) o desempleados (96,81%). Los autónomos (94,76%) usan más el móvil que el promedio (93,99%) pero su uso disminuye en aspectos como el navegar por Internet, leer el correo y enviar fotografías o vídeos. En cambio utilizan más la banca electrónica móvil (22,86%) que el promedio (18,74%). Su comportamiento es lo opuesto al grupo de estudiantes, por razones lógicas solo un 13,45% de los que tienen móvil usa la banca electrónica y, en cambio, son los mayores usuarios en la descarga de vídeos o en el envío de fotografías. Los dos grupos que sufren de brecha digital son el de jubilados y el de sus labores, no tanto en la tenencia de móvil, con un 84,66% y un 84,59% respectivamente, sino en los usos avanzados del mismo. El grupo de jubilados es el que más sufre la brecha, aunque los porcentajes de sus labores son también muy bajos, por ejemplo solo un 15,75% de los que tienen móvil envía fotografías.

	Aragón	Completa	Parcial	Desempleo	Autónomo	Estudiante	Estudia y trabaja	Jubilado	Sus labores	Brecha
Utiliza el teléfono móvil	93,99%	97,82%	98,68%	96,81%	94,76%	98,21%	100,00%	84,66%	84,59%	-13,23
Navega por Internet con el móvil (sobre usuarios de móvil)	55,23%	60,77%	57,89%	60,29%	51,90%	89,69%	91,67%	13,35%	18,15%	-42,62
Lee el correo con el móvil (sobre usuarios de móvil)	50,35%	56,79%	55,26%	51,88%	48,10%	80,72%	87,50%	12,78%	15,41%	-41,38
Envía fotografías con el móvil (sobre usuarios de móvil)	49,50%	53,97%	56,58%	53,62%	47,14%	85,20%	87,50%	10,23%	15,75%	-38,22
Descarga vídeos con el móvil (sobre usuarios de móvil)	44,22%	48,85%	53,95%	51,30%	41,90%	82,06%	87,50%	7,95%	12,67%	-36,17
Utiliza banca electrónica móvil (sobre usuarios de móvil)	18,74%	24,49%	15,79%	20,87%	22,86%	13,45%	29,17%	3,98%	6,16%	-18,32

5 La brecha digital de género

La brecha digital de género alude a la diferencia que existe entre hombres y mujeres en el acceso y uso de las TIC y afecta a la mujer. La siguiente tabla muestra la distribución de hombres (51%) y mujeres (49%) en la muestra.

	Aragón	Hombre	Mujer	NS/NC
Número de respuestas	2.304	1.175	1.129	0
Porcentaje	100%	51,00%	49,00%	0%

Tabla. Distribución de la muestra según el sexo de los encuestados

5.1 Uso de Internet

La tabla siguiente muestra la relación entre el uso de Internet y el sexo. El 81,28% de los aragoneses ha accedido a Internet en los tres últimos meses, frente al 72,65% de las aragonesas. Son 8,64 puntos de diferencia.

	Aragón	Hombre	Mujer	Brecha
Ha utilizado Internet alguna vez	81,13%	85,76%	76,51%	-9,25
Ha accedido a Internet en los tres últimos meses	76,95%	81,29%	72,65%	-8,64

Tabla. La relación entre el sexo y la utilización de Internet

En cuanto a la forma de acceso hay una notable diferencia y es que la mujer utiliza más que el hombre el portátil, en un porcentaje del 70,86% frente al 57,11% y emplea menos el ordenador de sobremesa, un 54,75% frente al 71,50%. Anteriormente hemos visto como el uso del portátil se asocia a gente joven con mayores ingresos y nivel educativo. Dado que la brecha digital de género afecta sobre todo a las mujeres de mayor edad, bajos ingresos, nivel educativo bajo y jubiladas o que realizan sus labores, la muestra de usuarias de Internet presenta un elevado porcentaje de mujeres jóvenes lo que explica parcialmente los resultados.

	Aragón	Hombre	Mujer	Brecha
Accede a Internet con un equipo de sobremesa (sobre usuarios)	63,60%	71,50%	54,75%	-16,75
Accede a Internet con un equipo portátil (sobre usuarios)	63,60%	57,11%	70,86%	13,75
Accede a Internet con una tableta (sobre usuarios)	8,23%	7,00%	9,56%	2,56
Accede a Internet con TV (sobre usuarios)	0,33%	0,31%	0,34%	0,03
Accede a Internet con una consola (sobre usuarios)	0,02%	0,00%	0,04%	0,04

Tabla. La relación entre el sexo y la forma de acceso a Internet

En cuanto al lugar de acceso apenas hay diferencias entre hombres y mujeres, salvo que la mayor proporción de mujeres estudiantes dentro de la muestra de usuarias hace que los accesos desde el lugar de estudio de las mujeres (15,54%) sean mayores que en el caso de los varones (9,86%).

	Aragón	Hombre	Mujer	Brecha
Accede a Internet desde casa (sobre usuarios)	96,96%	96,65%	97,32%	0,67

Accede a Internet desde el trabajo (sobre usuarios)	32,50%	32,65%	32,31%	-0,34
Accede desde casas de familiares o amigos (sobre usuarios)	17,30%	15,52%	19,16%	3,64
Accede desde un sitio público, tipo biblioteca (sobre usuarios)	13,34%	12,59%	14,08%	1,49
Accede desde el lugar de estudio (sobre usuarios)	12,57%	9,86%	15,54%	5,68
Accede desde un cibercafé (sobre usuarios)	2,44%	2,09%	2,81%	0,72

Tabla. La relación entre el sexo y el lugar de acceso a Internet

En cuanto al distinto uso que hombres y mujeres hacen de Internet, los primeros son más aficionados a descargar archivos P2P (28,98% frente a 17,49%), descargar software (40,73% frente a 29,43%), usar la banca electrónica (56,05% frente a 47,18%), leer periódicos (76,18% frente a 67,85%) o informarse sobre historia (58,92% frente a 51,67%), sociedad o economía (52,37% frente a 45,25%). Las mujeres utilizan Internet para informarse sobre cursos (57,51% frente a 50,02% de los varones), temas de salud (59,65% frente a 52,70%), acceder a las redes sociales (56,57% frente a 50,43%), informarse sobre espectáculos (59,18% frente a 55,91%) o sobre productos (92,96% frente a 90,22%).

	Aragón	Hombre	Mujer	Brecha
Usa Internet para descargar archivos P2P (sobre usuarios)	23,48%	28,98%	17,49%	-11,49
Usa Internet para descargar software (sobre usuarios)	35,37%	40,73%	29,43%	-11,3
Usa Internet para utilizar banca electrónica (sobre usuarios)	51,85%	56,05%	47,18%	-8,87
Usa Internet para leer periódicos o revistas (sobre usuarios)	72,30%	76,18%	67,85%	-8,33
Usa Internet para informarse sobre historia (sobre usuarios)	55,51%	58,92%	51,67%	-7,25
Usa Internet para informarse sobre sociedad y economía (sobre usuarios)	49,00%	52,37%	45,25%	-7,12
Usa Internet para jugar o descargar juegos (sobre usuarios)	26,70%	29,61%	23,58%	-6,03
Usa Internet para informarse sobre cultura (sobre usuarios)	55,23%	58,02%	52,19%	-5,83
Usa Internet para descargar películas o vídeos (sobre usuarios)	48,23%	50,59%	45,70%	-4,89
Usa Internet para leer blogs (sobre usuarios)	40,15%	42,09%	38,02%	-4,07
Usa Internet para escuchar música (sobre usuarios)	56,92%	58,09%	55,76%	-2,33
Usa Internet para telefonar o videollamadas (sobre usuarios)	21,83%	22,70%	20,73%	-1,97
Usa Internet para leer el correo electrónico (sobre usuarios)	89,87%	90,22%	89,46%	-0,76
Usa Internet para realizar cursos (sobre usuarios)	30,48%	30,51%	30,43%	-0,08
Usa Internet para informarse sobre empleo (sobre usuarios)	42,76%	42,13%	43,43%	1,3
Usa Internet para informarse sobre viajes (sobre usuarios)	67,07%	66,24%	68,02%	1,78
Usa Internet para tomar decisiones de compra (sobre usuarios)	53,92%	53,11%	54,90%	1,79
Usa Internet para informarse sobre meteorología (sobre usuarios)	67,41%	66,52%	68,42%	1,9
Usa Internet para escuchar radio o televisión (sobre usuarios)	34,64%	33,45%	35,81%	2,36
Usa Internet para concertar citas médicas (sobre usuarios)	50,15%	48,94%	51,50%	2,56
Usa Internet para informarse sobre productos (sobre usuarios)	91,48%	90,22%	92,96%	2,74
Usa Internet para informarse sobre espectáculos (sobre usuarios)	57,43%	55,91%	59,18%	3,27
Usa Internet para acceder a redes sociales (sobre usuarios)	53,28%	50,43%	56,57%	6,14
Usa Internet para informarse sobre salud (sobre usuarios)	55,96%	52,70%	59,65%	6,95
Usa Internet para informarse sobre cursos (sobre usuarios)	53,56%	50,02%	57,51%	7,49

Tabla. La relación entre el sexo y los usos de Internet

5.2 Las redes sociales

La tabla siguiente muestra la relación entre la pertenencia a las redes sociales y el sexo. El 59,15% de los aragoneses usuarios de Internet pertenece a una red social, la proporción es mayor en las mujeres, 61,45%, que en los hombres, 57,15%. En ambos casos la red mayoritaria es Facebook. El 16,69% de las mujeres usuarias de red social tiene cuenta en

Tuenti, frente al 13,52% de los hombres. En Twitter sucede al revés, el 24,19% de las mujeres usuarias de red social tiene cuenta en Twitter, frente al 27,19% de los varones.

	Aragón	Hombre	Mujer	Brecha
Pertenece a una red social (sobre usuarios)	59,15%	57,15%	61,45%	4,3
Pertenece a Tuenti (sobre usuarios red social)	15,02%	13,52%	16,69%	3,17
Pertenece a Facebook (sobre usuarios red social)	96,53%	95,42%	97,76%	2,34
Pertenece a LinkedIn (sobre usuarios red social)	5,32%	4,65%	5,95%	1,3
Pertenece a Windows (sobre usuarios red social)	0,40%	0,00%	0,81%	0,81
Pertenece a Hi5 (sobre usuarios red social)	0,06%	0,00%	0,12%	0,12
Pertenece a Instagram (sobre usuarios red social)	2,75%	2,86%	2,65%	-0,21
Pertenece a Google + (sobre usuarios red social)	0,54%	0,94%	0,12%	-0,82
Pertenece a Myspace (sobre usuarios red social)	0,63%	1,14%	0,12%	-1,02
Pertenece a Twitter (sobre usuarios red social)	25,71%	27,02%	24,19%	-2,83

Tabla. La relación entre el sexo y la pertenencia a redes sociales

La tabla siguiente muestra los usos que las mujeres y los hombres hacen de las redes sociales. Las redes sociales se usan sobre todo para contactar con amigos (94,95%) y publicar comentarios (86,76%). Las mayores diferencias surgen en cuanto a la posibilidad de jugar y utilizar aplicaciones, actividades citadas por el 36,39% de las mujeres y el 23,26% de los hombres. Las mujeres también crean más grupos y eventos, las usan por motivo de aficiones y buscan recomendaciones de productos. Los hombres suben más fotos o vídeos, publican comentarios y afirman que las usan por motivos profesionales en mayor proporción que las mujeres. Cabe señalar que al preguntar si sabe configurar el nivel de privacidad, contestaron afirmativamente el 85,62% de los hombres y el 70,07% de las mujeres usuarias de redes sociales.

	Aragón	Hombre	Mujer	Brecha
Sabe configurar el nivel de privacidad (sobre usuarios red social)	77,72%	85,62%	70,07%	-15,55
Sube fotos o vídeos (sobre usuarios red social)	71,16%	74,29%	67,95%	-6,34
Publica comentarios (sobre usuarios red social)	86,76%	87,64%	85,81%	-1,83
Las usa por motivos profesionales (sobre usuarios red social)	11,95%	12,79%	11,00%	-1,79
La usa para contactar con amigos (sobre usuarios red social)	94,95%	95,57%	94,35%	-1,22
Utiliza el móvil para acceder (sobre usuarios red social)	77,98%	78,24%	77,63%	-0,61
Las usa para buscar pareja (sobre usuarios red social)	1,59%	1,58%	1,59%	0,01
Envía mensajes privados (sobre usuarios red social)	73,19%	72,08%	74,45%	2,37
Para buscar recomendaciones de productos (sobre usuarios red social)	9,18%	7,90%	10,52%	2,62
Las usa por motivos de aficiones (sobre usuarios red social)	22,02%	20,64%	23,38%	2,74
Crea eventos y grupos (sobre usuarios red social)	23,76%	21,82%	25,99%	4,17
Juega y utiliza aplicaciones (sobre usuarios red social)	29,59%	23,26%	36,39%	13,13

Tabla. La relación entre el sexo y los usos de las redes sociales

5.3 Relaciones con administraciones públicas

En cuanto al uso de Internet para relacionarse con las administraciones públicas, la tabla siguiente muestra una brecha de 10,17 puntos, el 79,15% de los varones y el 68,98% de las mujeres usuarias de Internet. La brecha sigue en todos los niveles de uso de la administración electrónica, aunque el porcentaje de hombres usuarios de Internet que

realiza pagos a las administraciones por Internet es prácticamente igual al de mujeres, un 12,43% frente a un 12,12%.

	Aragón	Hombre	Mujer	Brecha
Usa Internet para buscar información administraciones (sobre usuarios)	74,41%	79,15%	68,98%	-10,17
Usa Internet para obtener formularios administraciones (sobre usuarios)	53,70%	56,89%	49,96%	-6,93
Usa Internet para enviar formularios administraciones (sobre usuarios)	31,94%	34,44%	29,09%	-5,35
Usa Internet para realizar pagos administraciones (sobre usuarios)	12,29%	12,43%	12,12%	-0,31
Utiliza el DNI electrónico (sobre usuarios)	60,63%	65,98%	54,53%	-11,45
Utiliza el DNI electrónico para realizar gestiones por Internet (sobre usuarios)	11,12%	11,18%	11,02%	-0,16

Tabla. La relación entre el sexo y el uso de Internet para relacionarse con las administraciones públicas

5.4 Compras por Internet

La tabla siguiente muestra las preferencias en cuanto a las compras por Internet de hombres y mujeres. La brecha digital es de 12,25 puntos a favor de los hombres, con un 55,61% de aragoneses compradores por Internet frente a un 43,36% de aragonesas compradoras. También hay diferencias en cuanto a los productos que compran las mujeres y los hombres. Aunque todos compran ropa, complementos y material deportivo, las mujeres lo hacen en un 50,81% frente al 41,13% de los varones. Las mujeres también compran en proporción más billetes de transporte, productos de alimentación y limpieza, entradas para espectáculos y productos farmacéuticos. Los varones se decantan por equipos informáticos, aparatos electrónicos y productos para el hogar y automóvil.

	Aragón	Hombre	Mujer	Brecha
Ha comprado por Internet	49,44%	55,61%	43,36%	-12,25
Compra equipos informáticos (sobre compradores)	17,19%	22,06%	12,00%	-10,06
Compra aparatos electrónicos (sobre compradores)	29,12%	33,83%	23,98%	-9,85
Compra productos para el hogar y el automóvil (sobre compradores)	16,42%	19,07%	13,63%	-5,44
Compra lotería (sobre compradores)	1,57%	2,57%	0,52%	-2,05
Compra acciones, seguros y productos financieros (sobre compradores)	2,43%	3,11%	1,73%	-1,38
Compra libros (sobre compradores)	17,00%	17,08%	16,88%	-0,2
Compra juegos de ordenador (sobre compradores)	4,61%	4,59%	4,63%	0,04
Compra películas y música (sobre compradores)	5,38%	5,06%	5,85%	0,79
Compra alojamiento para viajes (sobre compradores)	37,40%	37,02%	37,88%	0,86
Compra productos farmacéuticos (sobre compradores)	4,64%	4,14%	5,27%	1,13
Compra entradas para espectáculos (sobre compradores)	18,80%	17,71%	20,06%	2,35
Compra productos de alimentación y limpieza (sobre compradores)	13,49%	12,43%	14,97%	2,54
Compra billetes de transporte (sobre compradores)	42,38%	40,52%	44,47%	3,95
Compra ropa, complementos y material deportivo (sobre compradores)	45,64%	41,13%	50,81%	9,68

Tabla. La relación entre el sexo y las compras en Internet

La tabla siguiente muestra los medios de pago usados para pagar en las tiendas virtuales. La tarjeta de crédito o débito es el medio más utilizado, aunque más por mujeres (77,42%) que por hombres (72,06%). En cambio, entre los hombres, el porcentaje de tarjetas o cuentas prepago es más elevado (36,37%) que en las mujeres (26,06%).

Aragón	Hombre	Mujer	Brecha
--------	--------	-------	--------

Utiliza tarjeta de crédito o débito (sobre compradores)	74,58%	72,06%	77,42%	5,36
Utiliza tarjeta o cuenta prepago (sobre compradores)	31,50%	36,37%	26,06%	-10,31
Utiliza medios de pago como contra-reembolso (sobre compradores)	16,47%	18,08%	14,77%	-3,31
Paga con transferencia (sobre compradores)	6,05%	7,23%	4,74%	-2,49
Ha tenido problemas al comprar en el último año (sobre compradores)	3,64%	4,18%	3,01%	-1,17

Tabla. La relación entre el sexo y los medios de pago utilizados para comprar en Internet

5.5 Uso del móvil

La tabla siguiente muestra la brecha digital entre hombres y mujeres en cuanto al uso del teléfono móvil. Las diferencias son pequeñas: el 94,34% de los aragoneses tiene móvil, frente al 93,61% de las aragonesas, lo que supone apenas 0,73 puntos. En cuanto al uso avanzado, las diferencias en promedio a favor del hombre son de 2 o 3 puntos porcentuales, excepto en el uso de la banca electrónica a través del móvil, que es utilizado por un 19,16% de las mujeres que tienen móvil y por un 18,24% de los varones, es decir, 0,92 puntos de diferencia a favor de la mujer.

	Aragón	Hombre	Mujer	Brecha
Utiliza el teléfono móvil	93,99%	94,34%	93,61%	-0,73
Navega por Internet con el móvil (sobre usuarios de móvil)	55,23%	57,04%	53,31%	-3,73
Lee el correo con el móvil (sobre usuarios de móvil)	50,35%	52,51%	48,03%	-4,48
Envía fotografías con el móvil (sobre usuarios de móvil)	49,50%	50,47%	48,47%	-2
Descarga vídeos con el móvil (sobre usuarios de móvil)	44,22%	45,06%	43,37%	-1,69
Utiliza banca electrónica móvil (sobre usuarios de móvil)	18,74%	18,24%	19,16%	0,92

Tabla. La relación entre el sexo y el uso del móvil

5.6 La brecha digital de género y la edad

La tabla y el gráfico siguiente muestran la relación entre la brecha de género y la edad. Se ha tomado el indicador de porcentaje de usuarios de Internet. Apenas hay diferencias entre los varones y las mujeres que tienen entre 15 y 34 años. La brecha empieza a partir de los 45 años con 5,22 puntos de diferencia y es máxima en el grupo de 55 a 64 años, con 15,59 puntos de diferencia.

	15-24 años	25-34 años	35-44 años	45-54 años	55-64 años	65-74 años
Hombre	96,77%	95,18%	95,69%	86,13%	58,86%	20,47%
Mujer	96,64%	95,18%	98,68%	80,91%	43,37%	14,60%
Brecha	-0,13	0,00	2,99	-5,22	-15,49	-5,87

Tabla. La relación entre el sexo, la edad y la utilización de Internet

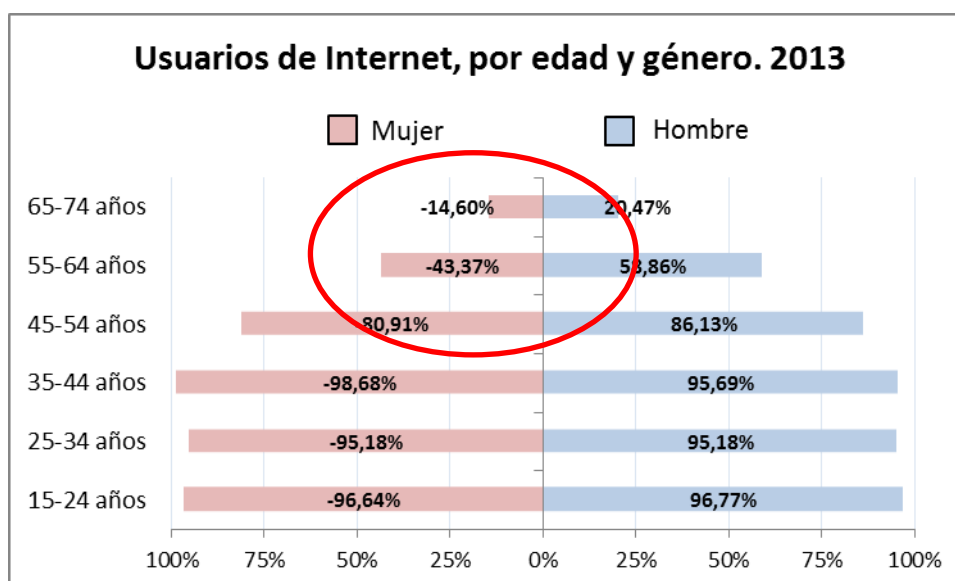


Gráfico. La relación entre el sexo, la edad y la utilización de Internet

5.7 La brecha digital de género y el trabajo

La tabla y el gráfico siguientes muestran la relación entre la brecha de género y el empleo desempeñado. Se ha tomado el indicador de porcentaje de usuarios de Internet. No hay diferencias entre los estudiantes en función del sexo. Tampoco la hay entre las mujeres y los hombres que se dedican a sus labores, aunque cabe señalar que de las 292 personas que pertenecen a este grupo solo 15 son varones, es decir, un 5,1%. La brecha afecta sobre todo a las jubiladas (6,85 puntos) y a las trabajadoras a tiempo parcial (4,15 puntos). Por el contrario, en el caso de las autónomas el porcentaje es superior a los autónomos en 5,19 puntos.

	Estudia y trabaja	Estudiante	Completo	Autónomo	Tiempo Parcial	Desempleado	Jubilado	Sus labores
Hombre	100,00%	98,37%	92,93%	82,48%	92,86%	86,41%	39,65%	46,67%
Mujer	100,00%	100,00%	90,73%	87,67%	88,71%	88,20%	32,80%	46,93%
Brecha	0,00	1,63	-2,20	5,19	-4,15	1,79	-6,85	0,26

Tabla. La relación entre el tipo de trabajo, la edad y la utilización de Internet

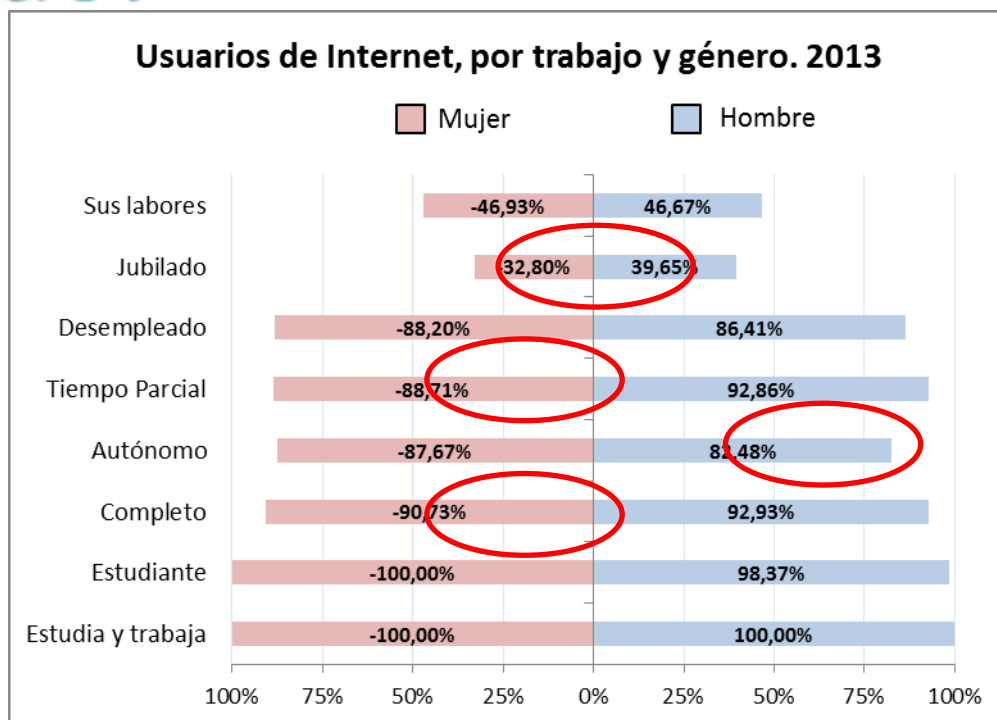


Gráfico. La relación entre el tipo de trabajo, la edad y la utilización de Internet

5.8 La brecha digital de género y el nivel de ingresos

En cuanto a la relación entre el género y el nivel de ingresos, la brecha existe en todos los casos, si bien la diferencia entre los y las que ingresan más de 2.700€ es escasa, de 2,07 puntos.

	< 1.100€	> 1.100€ < 1.800€	>1.800€ <2.700€	> 2.700€
Hombre	50,25%	81,15%	94,23%	99,17%
Mujer	46,18%	75,91%	89,92%	97,10%
Brecha	-4,07	-5,24	-4,31	-2,07

Tabla. La relación entre el nivel de ingresos, la edad y la utilización de Internet

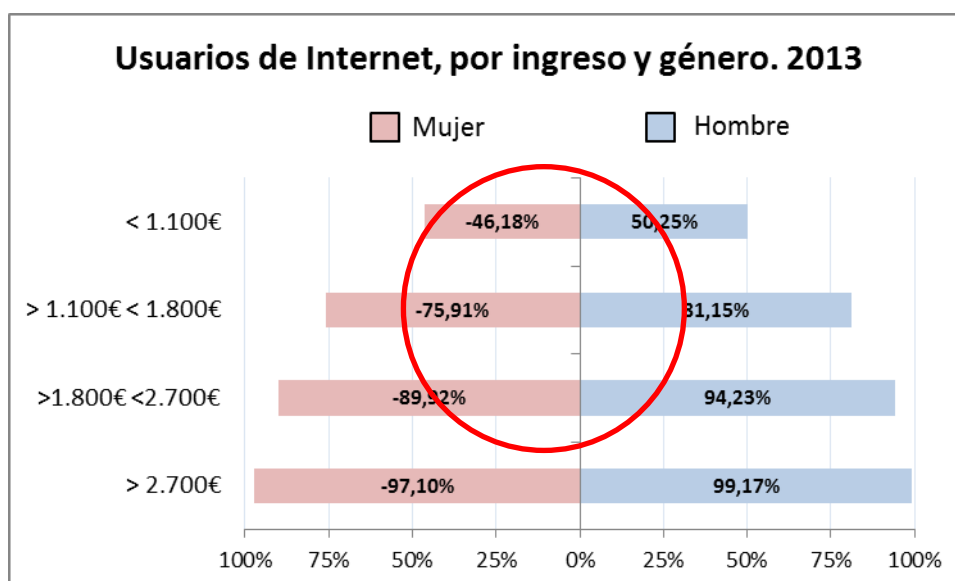


Gráfico. La relación entre el nivel de ingresos, la edad y la utilización de Internet

5.9 La brecha digital de género y el nivel de estudios

La brecha crece conforme disminuye el nivel de formación. Alcanza el máximo entre el colectivo sin estudios, un 14,58%. La brecha es de 6,55 puntos entre los hombres y mujeres con formación primaria o secundaria. Entre los que tienen formación de bachiller o formación profesional la brecha es de 4,52 puntos. Entre los que tienen formación universitaria apenas hay diferencias en relación con el sexo, 0,62 puntos.

	Sin estudios	Primaria	Bachiller	Universitario
Hombre	33,33%	58,55%	90,43%	95,73%
Mujer	18,75%	52,00%	85,90%	95,10%
Brecha	-14,58	-6,55	-4,52	-0,62

Tabla. La relación entre el nivel de estudios, la edad y la utilización de Internet

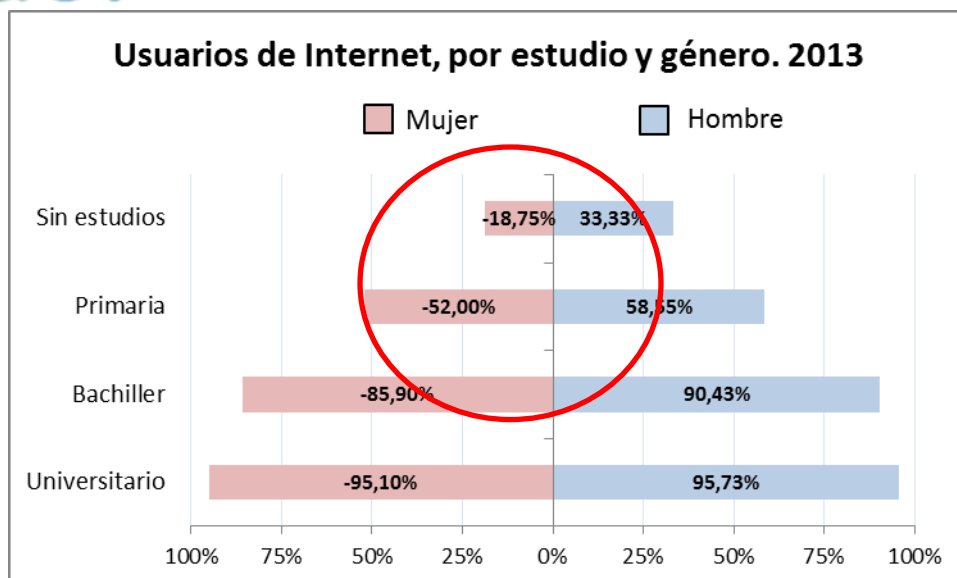


Gráfico. La relación entre el nivel de estudios, la edad y la utilización de Internet

5.10 La brecha digital de género y el ámbito rural o urbano

La brecha digital de género es mayor en el ámbito urbano (7,97 puntos) que en el rural (4,39 puntos).

	Urbano	Rural
Hombre	83,35%	73,05%
Mujer	75,38%	68,66%
Brecha	-7,97	-4,39

Tabla. La relación entre el ámbito, la edad y la utilización de Internet

5.11 La brecha digital de género y la provincia

En las capitales de provincia la brecha es mayor que en el medio urbano y ésta, a su vez, es mayor que la que hay en el medio rural. La provincia con mayor brecha digital de género es Huesca y la que tiene menos es Teruel. En Huesca capital la diferencia entre hombres y mujeres es de 14,74 puntos, mientras que en Teruel rural la diferencia es de apenas 1,94 puntos.

	Zaragoza Capital	Zaragoza Urbano	Zaragoza Rural	Huesca Capital	Huesca Urbano	Huesca Rural	Teruel Capital	Teruel Urbano	Teruel Rural
Hombre	81,91%	83,21%	76,36%	88,62%	85,38%	76,99%	80,00%	81,95%	65,77%
Mujer	71,90%	73,39%	68,75%	73,88%	78,05%	73,40%	77,69%	79,84%	63,83%
Brecha	-10,00	-9,82	-7,61	-14,74	-7,34	-3,59	-2,31	-2,12	-1,94

Tabla. La relación entre la provincia, la edad y la utilización de Internet

5.12 La evolución de la brecha digital de género

La brecha digital de género se ha ido reduciendo con los años. En el año 2006, el 51,52% de las aragonesas se podía considerar usuaria de Internet, es decir, había accedido a la red en los tres últimos meses, frente al 65,07% de los aragoneses, lo que suponía una diferencia de 13,54 puntos. En el año 2013 las usuarias de Internet suponen el 72,65% frente al 81,29% de los varones, con lo que la brecha ha disminuido en 8,64 puntos.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Hombre	65,07%	66,43%	71,87%	69,58%	68,30%	79,50%	80,78%	81,29%
Mujer	51,52%	55,08%	59,33%	62,01%	63,96%	70,30%	73,35%	72,65%
Brecha	-13,54	-11,35	-12,55	-7,57	-4,34	-9,20	-7,42	-8,64

Tabla. La evolución del porcentaje de aragoneses y aragonesas, usuarios de Internet desde 2006 hasta 2013

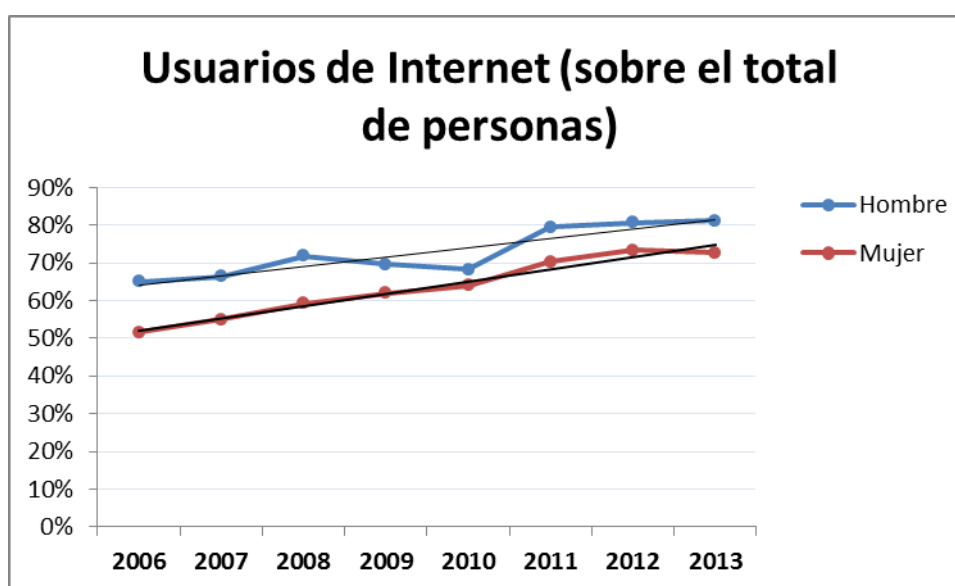


Gráfico. La evolución del porcentaje de aragoneses y aragonesas, usuarios de Internet desde 2006 hasta 2013

La brecha de género también ha disminuido si tenemos en cuenta el porcentaje de personas que compran en Internet. En 2005 apenas compraba por Internet un 19,74% de las aragonesas frente al 34,68% de los hombres, lo que implicaba una diferencia de 14,94 puntos. En 2013 han comprado por Internet el 59,68% de las usuarias de Internet y el 68,31% de los usuarios, con lo que la diferencia es ahora de 8,63 puntos.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Hombre	34,68%	35,41%	42,31%	48,53%	50,10%	54,70%	55,82%	62,49%	68,31%
Mujer	19,74%	28,77%	33,10%	36,86%	33,87%	50,02%	55,53%	50,56%	59,68%
Brecha	-14,94	-6,64	-9,21	-11,67	-16,23	-4,68	-0,29	-11,92	-8,63

Tabla. La evolución del porcentaje de usuarios y usuarias de Internet que han realizado compras desde 2006 hasta 2013

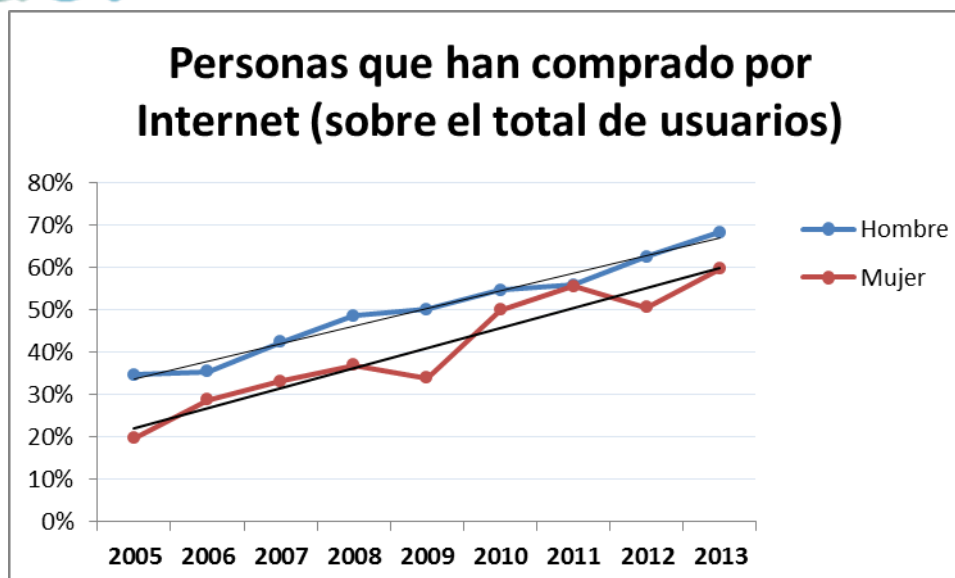


Gráfico. La evolución del porcentaje de usuarios y usuarias de Internet que han realizado compras desde 2006 hasta 2013

6 La brecha digital del ámbito rural

El ámbito ha tenido tradicionalmente unas infraestructuras tecnológicas peores que el ámbito urbano, amén de condicionantes como la importancia del sector agrario y el mayor envejecimiento de la población, lo que justifica la existencia de brecha digital, aspecto que estudiamos en este apartado. La tabla siguiente indica la proporción de aragoneses que viven en ámbito urbano (73,18%) y en ámbito rural (26,82%) de la muestra.

	Aragón	Urbano	Rural	NS/NC
Número de respuestas	2.304	1.686	618	0
Porcentaje	100%	73,18%	26,82%	0%

Tabla. Distribución de la muestra según el ámbito rural o urbano de los encuestados

6.1 Uso de Internet

El 76,95% de los aragoneses ha accedido a Internet en los tres últimos meses. Son un 77,96% de los que viven en ámbito urbano y un 71,68% de los que viven en ámbito rural. Por tanto, la diferencia es de 6,28 puntos.

	Aragón	Urbano	Rural	Brecha
Ha utilizado Internet alguna vez	81,13%	82,47%	74,15%	-8,32
Ha accedido a Internet en los tres últimos meses	76,95%	77,96%	71,68%	-6,28

Tabla. La relación entre el ámbito rural o urbano y la utilización de Internet

En cuanto a la forma de acceder apenas hay diferencia en cuanto al porcentaje que ha accedido con un equipo de sobremesa. La diferencia surge al considerar el equipo portátil, más usado en el ámbito urbano (65,04%) que en el rural (56,05%). En cuanto al uso de tabletas también hay una brecha importante, ya que son usadas por el 9,03% de los aragoneses usuarios de Internet que residen en ámbito urbano frente al 4,03% de los que residen en ámbito rural.

	Aragón	Urbano	Rural	Brecha
Accede a Internet con un equipo de sobremesa (sobre usuarios)	63,60%	63,50%	64,10%	0,6
Accede a Internet con un equipo portátil (sobre usuarios)	63,60%	65,04%	56,05%	-8,99
Accede a Internet con una tableta (sobre usuarios)	8,23%	9,03%	4,03%	-5
Accede a Internet con TV (sobre usuarios)	0,33%	0,39%	0,00%	-0,39
Accede a Internet con una consola (sobre usuarios)	0,02%	0,02%	0,00%	-0,02

Tabla. La relación entre el ámbito rural o urbano y la forma de acceso a Internet

La tabla siguiente muestra la relación entre el lugar de acceso a Internet y el ámbito rural o urbano. Se accede mayoritariamente desde casa, con apenas diferencias. Las diferencias surgen en el acceso desde otros lugares distintos al hogar, que son más utilizados por los habitantes del medio urbano, por ejemplo desde el trabajo, casas de amigos o familiares, sitios públicos o lugar de estudio.

	Aragón	Urbano	Rural	Brecha
Accede a Internet desde casa (sobre usuarios)	96,96%	97,22%	95,60%	-1,62
Accede a Internet desde el trabajo (sobre usuarios)	32,50%	33,45%	27,54%	-5,91
Accede desde casas de familiares o amigos (sobre usuarios)	17,30%	18,69%	10,00%	-8,69
Accede desde un sitio público, tipo biblioteca (sobre usuarios)	13,34%	14,12%	9,23%	-4,89
Accede desde el lugar de estudio (sobre usuarios)	12,57%	13,53%	7,54%	-5,99
Accede desde un cibercafé (sobre usuarios)	2,44%	2,77%	0,68%	-2,09

Tabla. La relación entre el ámbito rural o urbano y el lugar de acceso a Internet

La tabla siguiente permite visualizar los diferentes usos que hacen de Internet los aragoneses que residen en un medio urbano o rural. El usuario de Internet en el medio rural es más joven. Las mayores diferencias surgen en el uso de Internet para concertar citas médicas, utilizado por el 53% de los usuarios de medio urbano y solo el 33,59% del medio rural. La búsqueda de información sobre espectáculos, escuchar música, leer periódicos y revistas, informarse sobre empleo, viajes o cursos son actividades que realizan más los que residen en un ámbito urbano. Por el contrario, los que viven en el medio rural usan Internet para acceder a las redes sociales, en mayor proporción que los que residen en un medio urbano.

	Aragón	Urbano	Rural	Brecha
Usa Internet para concertar citas médicas (sobre usuarios)	50,15%	53,31%	33,59%	-19,72
Usa Internet para informarse sobre espectáculos (sobre usuarios)	57,43%	60,07%	43,60%	-16,47
Usa Internet para escuchar música (sobre usuarios)	56,92%	59,23%	44,82%	-14,41
Usa Internet para leer periódicos o revistas (sobre usuarios)	72,30%	74,50%	60,78%	-13,72
Usa Internet para informarse sobre empleo (sobre usuarios)	42,76%	44,85%	31,84%	-13,01
Usa Internet para informarse sobre viajes (sobre usuarios)	67,07%	68,93%	57,35%	-11,58
Usa Internet para informarse sobre cursos (sobre usuarios)	53,56%	55,14%	45,27%	-9,87
Usa Internet para descargar archivos P2P (sobre usuarios)	23,48%	24,90%	16,04%	-8,86
Usa Internet para descargar películas o vídeos (sobre usuarios)	48,23%	49,65%	40,82%	-8,83

Usa Internet para utilizar banca electrónica (sobre usuarios)	51,85%	53,23%	44,62%	-8,61
Usa Internet para realizar cursos (sobre usuarios)	30,48%	31,83%	23,38%	-8,45
Usa Internet para tomar decisiones de compra (sobre usuarios)	53,92%	55,18%	47,32%	-7,86
Usa Internet para descargar software (sobre usuarios)	35,37%	36,47%	29,56%	-6,91
Usa Internet para jugar o descargar juegos (sobre usuarios)	26,70%	27,61%	21,92%	-5,69
Usa Internet para leer el correo electrónico (sobre usuarios)	89,87%	90,72%	85,42%	-5,3
Usa Internet para informarse sobre salud (sobre usuarios)	55,96%	56,61%	52,53%	-4,08
Usa Internet para telefonar o videollamadas (sobre usuarios)	21,83%	22,43%	18,69%	-3,74
Usa Internet para informarse sobre meteorología (sobre usuarios)	67,41%	67,98%	64,43%	-3,55
Usa Internet para leer blogs (sobre usuarios)	40,15%	40,62%	37,65%	-2,97
Usa Internet para informarse sobre historia (sobre usuarios)	55,51%	55,68%	54,59%	-1,09
Usa Internet para informarse sobre cultura (sobre usuarios)	55,23%	55,39%	54,41%	-0,98
Usa Internet para escuchar radio o televisión (sobre usuarios)	34,64%	34,69%	34,35%	-0,34
Usa Internet para informarse sobre productos (sobre usuarios)	91,48%	91,43%	91,77%	0,34
Usa Internet para informarse sobre sociedad y economía (sobre usuarios)	49,00%	48,61%	51,01%	2,4
Usa Internet para acceder a redes sociales (sobre usuarios)	53,28%	52,89%	55,36%	2,47

Tabla. La relación entre el ámbito rural o urbano y los usos de Internet

6.2 Las redes sociales

Hay muy pocas diferencias en cuanto a la pertenencia a redes sociales, tienen perfil en alguna de estas redes un 59,72% de los habitantes del medio rural y un 59,04% de los que residen en medio urbano. En el ámbito rural se usa más Tuenti, la red social de los jóvenes, mientras que la red profesional LinkedIn tiene mayor porcentaje de usuarios en el ámbito urbano que en el ámbito rural.

	Aragón	Urbano	Rural	Brecha
Pertenece a una red social (sobre usuarios)	59,15%	59,04%	59,72%	0,68
Pertenece a Tuenti (sobre usuarios red social)	15,02%	14,61%	17,17%	2,56
Pertenece a Facebook (sobre usuarios red social)	96,53%	96,31%	97,73%	1,42
Pertenece a Instagram (sobre usuarios red social)	2,75%	2,60%	3,55%	0,95
Pertenece a Google + (sobre usuarios red social)	0,54%	0,49%	0,83%	0,34
Pertenece a Hi5 (sobre usuarios red social)	0,06%	0,07%	0,00%	-0,07
Pertenece a Windows (sobre usuarios red social)	0,40%	0,48%	0,00%	-0,48
Pertenece a Myspace (sobre usuarios red social)	0,63%	0,75%	0,00%	-0,75
Pertenece a Twitter (sobre usuarios red social)	25,71%	25,88%	24,82%	-1,06
Pertenece a LinkedIn (sobre usuarios red social)	5,32%	5,97%	1,93%	-4,04

Tabla. La relación entre el ámbito rural o urbano y la pertenencia a redes sociales

La tabla siguiente revela los usos de las redes sociales en función del ámbito rural o urbano. Las diferencias no son muy importantes: ambos grupos las usan mayoritariamente para contactar con amigos, publicar comentarios o subir fotos. Las mayores diferencias surgen en la pregunta sobre la configuración del nivel de privacidad, que es 7 puntos superior en los usuarios que residen en un medio urbano.

	Aragón	Urbano	Rural	Brecha
Sabe configurar el nivel de privacidad (sobre usuarios red social)	77,72%	78,84%	71,84%	-7
Sube fotos o vídeos (sobre usuarios red social)	71,16%	71,86%	67,49%	-4,37
Utiliza el móvil para acceder (sobre usuarios red social)	77,98%	78,68%	74,35%	-4,33
Crea eventos y grupos (sobre usuarios red social)	23,76%	24,45%	20,17%	-4,28
Las usa por motivos de aficiones (sobre usuarios red social)	22,02%	22,69%	18,50%	-4,19
Las usa por motivos profesionales (sobre usuarios red social)	11,95%	12,50%	9,03%	-3,47
Publica comentarios (sobre usuarios red social)	86,76%	87,26%	84,19%	-3,07
Envía mensajes privados (sobre usuarios red social)	73,19%	73,64%	70,79%	-2,85

Juega y utiliza aplicaciones (sobre usuarios red social)	29,59%	29,85%	28,21%	-1,64
Las usa para buscar pareja (sobre usuarios red social)	1,59%	1,81%	0,45%	-1,36
Para buscar recomendaciones de productos (sobre usuarios red social)	9,18%	9,20%	9,07%	-0,13
La usa para contactar con amigos (sobre usuarios red social)	94,95%	94,76%	95,98%	1,22

Tabla. La relación entre el ámbito rural o urbano y los usos de las redes sociales

6.3 Relaciones con administraciones públicas

En cuanto al uso de Internet para relacionarse con las administraciones, los mayores porcentajes se dan en los habitantes del medio urbano, concretamente un 76,16% de los usuarios urbanitas usan Internet para buscar información sobre administraciones frente al 65,28% de los habitantes del medio rural, lo que supone una brecha de 10,88 puntos.

	Aragón	Urbano	Rural	Brecha
Usa Internet para buscar información administraciones (sobre usuarios)	74,41%	76,16%	65,28%	-10,88
Usa Internet para obtener formularios administraciones (sobre usuarios)	53,70%	55,04%	46,70%	-8,34
Usa Internet para enviar formularios administraciones (sobre usuarios)	31,94%	32,99%	26,43%	-6,56
Usa Internet para realizar pagos administraciones (sobre usuarios)	12,29%	13,01%	8,53%	-4,48
Utiliza el DNI electrónico para realizar gestiones por Internet (sobre usuarios)	11,12%	11,53%	8,95%	-2,58
Utiliza el DNI electrónico (sobre usuarios)	60,63%	60,82%	59,65%	-1,17

Tabla. La relación entre el ámbito rural o urbano y el uso de Internet para relacionarse con las administraciones públicas

6.4 Compras por Internet

Las diferencias en cuanto a las compras por Internet son de 6,47 puntos a favor de los residentes en el medio urbano. En cuanto al tipo de producto que adquieren los compradores, en casi todos ellos son más activos los residentes en un medio urbano. Las mayores diferencias surgen en productos como la compra de billetes de transporte (44,95% en medio urbano y 28,93% en medio rural), entradas para espectáculos (20,72% en medio urbano y 8,73% en medio rural) y alojamiento para viajes (39,30% en medio urbano y 27,45% en medio rural). Los habitantes del medio rural solo tienen mayores porcentajes en la adquisición por Internet de ropa, complementos y material deportivo (48,23% en medio rural y 45,15% en medio urbano).

	Aragón	Urbano	Rural	Brecha
Ha comprado por Internet	49,44%	50,48%	44,01%	-6,47
Compra billetes de transporte (sobre compradores)	42,38%	44,95%	28,93%	-16,02
Compra entradas para espectáculos (sobre compradores)	18,80%	20,72%	8,73%	-11,99
Compra alojamiento para viajes (sobre compradores)	37,40%	39,30%	27,45%	-11,85
Compra libros (sobre compradores)	17,00%	18,01%	11,69%	-6,32
Compra aparatos electrónicos (sobre compradores)	29,12%	29,98%	24,65%	-5,33
Compra productos de alimentación y limpieza (sobre compradores)	13,49%	14,01%	10,73%	-3,28
Compra acciones, seguros y productos financieros (sobre compradores)	2,43%	2,80%	0,44%	-2,36
Compra películas y música (sobre compradores)	5,38%	5,75%	3,44%	-2,31
Compra productos farmacéuticos (sobre compradores)	4,64%	4,98%	2,84%	-2,14
Compra lotería (sobre compradores)	1,57%	1,79%	0,44%	-1,35
Compra juegos de ordenador (sobre compradores)	4,61%	4,76%	3,83%	-0,93
Compra equipos informáticos (sobre compradores)	17,19%	17,34%	16,43%	-0,91
Compra productos para el hogar y el automóvil (sobre compradores)	16,42%	16,50%	16,01%	-0,49
Compra ropa, complementos y material deportivo (sobre compradores)	45,64%	45,15%	48,23%	3,08

Tabla. La relación entre el ámbito rural o urbano y las compras en Internet

La tabla siguiente muestra algunas diferencias en cuanto a los medios de pago utilizados en el medio urbano y el rural. Aunque la tarjeta de crédito o débito es más usada en ambos ámbitos, llama la atención el mayor uso que en el medio rural se hace del pago mediante contra-reembolso, 25,58%, frente al 14,73% del medio urbano.

	Aragón	Urbano	Rural	Brecha
Utiliza tarjeta de crédito o débito (sobre compradores)	74,58%	76,80%	62,93%	-13,87
Utiliza tarjeta o cuenta prepago (sobre compradores)	31,50%	32,05%	28,60%	-3,45
Utiliza medios de pago como contra-reembolso (sobre compradores)	16,47%	14,73%	25,58%	10,85
Paga con transferencia (sobre compradores)	6,05%	6,08%	5,90%	-0,18
Ha tenido problemas al comprar en el último año (sobre compradores)	3,64%	3,33%	5,31%	1,98

Tabla. La relación entre el ámbito rural o urbano y los medios de pago utilizados para comprar en Internet

6.5 Uso del móvil

La tabla siguiente muestra la relación entre el ámbito rural o urbano y el uso del móvil. El porcentaje de aragoneses que viven en ámbito urbano y disponen de móvil es del 94,29%, que es 1,87 puntos superior al de los que viven en ámbito rural. Las diferencias se acrecientan al considerar los usos avanzados del móvil y superan los 10 puntos. Por ejemplo, de entre los usuarios que tienen móvil, navegan por Internet el 57,33% de los que residen en ámbito urbano y el 44,26% que residen en ámbito rural. Internet puede ser de gran utilidad en el medio rural, un ejemplo es la banca electrónica, que puede suplir la carencia de oficinas bancarias en muchos pueblos. Sin embargo el porcentaje de usuarios de móvil del medio rural que usa banca electrónica móvil es del 14,07%, inferior a los que viven en ámbito urbano, que es del 19,63%.

	Aragón	Urbano	Rural	Brecha
Utiliza el teléfono móvil	93,99%	94,29%	92,42%	-1,87
Navega por Internet con el móvil (sobre usuarios de móvil)	55,23%	57,33%	44,26%	-13,07
Lee el correo con el móvil (sobre usuarios de móvil)	50,35%	52,40%	39,66%	-12,74
Envía fotografías con el móvil (sobre usuarios de móvil)	49,50%	51,24%	40,38%	-10,86
Descarga vídeos con el móvil (sobre usuarios de móvil)	44,22%	45,43%	37,91%	-7,52
Utiliza banca electrónica móvil (sobre usuarios de móvil)	18,74%	19,63%	14,07%	-5,56

Tabla. La relación entre el ámbito rural o urbano y el uso del móvil

6.6 La evolución de la brecha digital de ámbito rural

La brecha digital provocada por residir en ámbito rural ha ido disminuyendo con los años. En el año 2006 el 60,66% de los residentes en ámbito urbano eran usuarios de Internet frente a un 40,30% de los residentes en ámbito rural, lo que suponía una brecha de 20,36 puntos de diferencia. La brecha ha disminuido especialmente en los últimos cinco años, de forma que en 2013 hay 8,32 puntos de diferencia. Concretamente el 82,47% de los residentes en ámbito urbano son internautas frente al 74,15% de los residentes en ámbito rural.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Urbano	60,66%	65,91%	66,75%	74,06%	70,99%	75,20%	79,16%	82,64%	82,47%
Rural	40,30%	44,71%	48,02%	51,92%	54,48%	60,05%	64,10%	68,43%	74,15%

Tabla. Evolución de la brecha digital de ámbito rural. Porcentaje de usuarios de Internet.

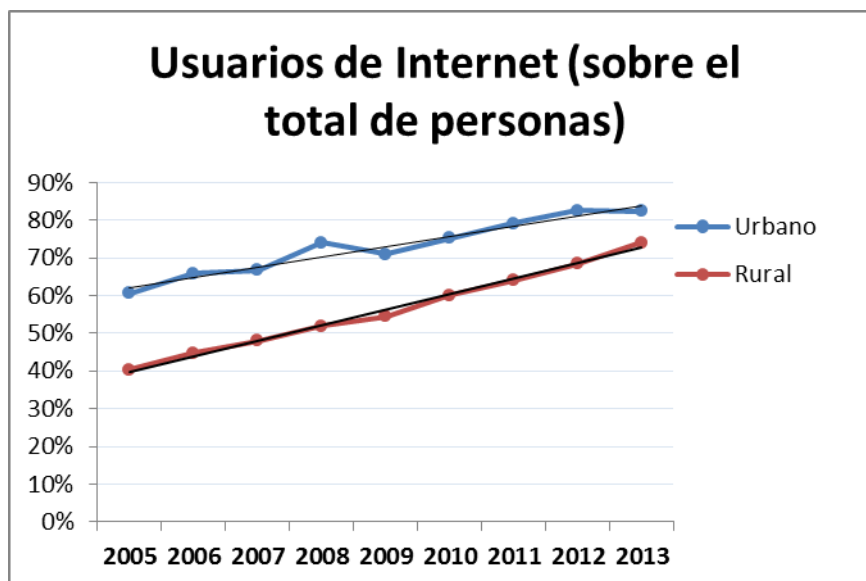


Gráfico. Evolución de la brecha digital de ámbito rural. Porcentaje de usuarios de Internet.

7 La brecha digital de zona geográfica

La tabla siguiente muestra la distribución de los datos de la muestra correspondientes a cada una de las tres provincias aragonesas. Para cada una de ellas se han obtenido tres grupos, según el encuestado pertenezca a la capital de la provincia, a núcleo urbano distinto de la capital o al ámbito rural.

	Aragón	Huesca Capital	Huesca Urbano	Huesca Rural	Zaragoza Capital	Zaragoza Urbano	Zaragoza Rural	Teruel Capital	Teruel Urbano	Teruel Rural	NS/NC
Número de respuestas	2.304	257	253	207	409	255	206	255	257	205	0
Porcentaje	100%	11,15%	10,98%	8,98%	17,75%	11,07%	8,94%	11,07%	11,15%	8,90%	0%

Tabla. Distribución de la muestra según el lugar de residencia de los encuestados

7.1 Uso de Internet

La tabla siguiente muestra el porcentaje de aragoneses de cada provincia y zona que es usuario de Internet. La brecha se ha calculado como la diferencia entre el promedio de la provincia con menos porcentaje de internautas, Teruel, menos los valores correspondientes al promedio de la provincia de Huesca. Zaragoza ocupa una posición intermedia. La brecha es de 4,49 puntos entre Teruel y Huesca. Huesca rural tiene un 75,36% de personas que han accedido a Internet en los tres últimos meses, porcentaje superior a Zaragoza rural, con un 72,82% y a Teruel rural, que alcanza los 64,88%.

	Aragón	Huesca Capital	Huesca Urbano	Huesca Rural	Zaragoza Capital	Zaragoza Urbano	Zaragoza Rural	Teruel Capital	Teruel Urbano	Teruel Rural	Brecha
Ha utilizado Internet alguna vez	81,13%	87,55%	83,79%	77,78%	79,95%	88,24%	74,76%	85,10%	83,66%	68,29%	-4,02
Ha accedido a Internet en los tres últimos meses	76,95%	80,93%	81,82%	75,36%	76,77%	78,43%	72,82%	78,82%	80,93%	64,88%	-4,49

Tabla. La relación entre la provincia y la utilización de Internet

La tabla siguiente informa sobre la forma de acceder a Internet. Los turolenses se conectan más usando el ordenador personal y los de Huesca usan más el portátil. No obstante, el mayor uso de portátiles y de tabletas se da en Zaragoza capital, 10,51%, frente al 3,01% de Teruel rural.

	Aragón	Huesca Capital	Huesca Urbano	Huesca Rural	Zaragoza Capital	Zaragoza Urbano	Zaragoza Rural	Teruel Capital	Teruel Urbano	Teruel Rural	Brecha
Accede con un equipo de sobremesa (sobre usuarios)	63,60%	59,62%	57,49%	62,18%	64,33%	65,50%	65,33%	63,18%	60,10%	64,66%	2,89
Accede a Internet con un equipo portátil (sobre usuarios)	63,60%	68,27%	59,42%	59,62%	68,79%	57,00%	52,00%	62,69%	55,77%	57,89%	-3,65
Accede a Internet con una tableta (sobre usuarios)	8,23%	6,73%	5,31%	3,21%	10,51%	7,00%	5,33%	8,96%	6,73%	3,01%	1,15
Accede a Internet con TV (sobre usuarios)	0,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,64%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00
Accede a Internet con una consola (sobre usuarios)	0,02%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,48%	0,00%	0,16

Tabla. La relación entre la provincia y la forma de acceso a Internet

La tabla siguiente permite apreciar las diferencias en cuanto al lugar desde donde se accede a Internet, en función de la provincia, que son escasas, concretamente de 1,21 puntos entre Huesca y Teruel. Una de las pocas diferencias a destacar se trata de las mayores conexiones desde un sitio público, que alcanza el 18,75% en Huesca capital, el 15,29% en Zaragoza capital y el 8,46% en Teruel capital.

	Aragón	Huesca Capital	Huesca Urbano	Huesca Rural	Zaragoza Capital	Zaragoza Urbano	Zaragoza Rural	Teruel Capital	Teruel Urbano	Teruel Rural	Brecha
Accede a Internet desde casa (sobre usuarios)	96,96%	96,15%	95,65%	97,44%	98,41%	94,50%	96,00%	96,02%	97,12%	92,48%	-1,21
Accede a Internet desde el trabajo (sobre usuarios)	32,50%	32,21%	31,88%	33,33%	32,80%	37,00%	24,00%	40,80%	26,92%	25,56%	-1,38
Accede desde casas de familiares o amigos (sobre usuarios)	17,30%	21,15%	9,18%	9,62%	18,47%	24,50%	10,00%	22,39%	11,54%	10,53%	1,50
Accede desde un sitio público, biblioteca (sobre usuarios)	13,34%	18,75%	8,70%	10,90%	15,29%	13,50%	8,00%	8,46%	10,58%	9,02%	-3,43
Accede desde el lugar de estudio (sobre usuarios)	12,57%	12,02%	9,18%	7,05%	15,61%	10,00%	9,33%	15,42%	8,17%	5,26%	0,20
Accede desde un cibercafé (sobre usuarios)	2,44%	1,44%	1,45%	0,64%	3,18%	3,00%	0,67%	1,00%	1,44%	0,75%	-0,11

Tabla. La relación entre la provincia y el lugar de acceso a Internet

La provincia de Huesca obtiene mejores resultados que la de Teruel especialmente en el uso de la banca electrónica (8,21 puntos), el uso de Internet para informarse sobre viajes (6,81 puntos), para informarse sobre salud (5,55 puntos) y para concertar citas médicas (4,37 puntos). Por el contrario, los promedios de la provincia de Teruel son superiores a los de Huesca en el uso de Internet para informarse sobre empleo (3,21 puntos) o para conectarse a redes sociales (2,74 puntos). Huesca capital es líder en uso de Internet para tomar decisiones de compra, un 65,38% frente al 53,82% de Zaragoza capital o el 60,20% de Teruel capital. Huesca rural tiene un nivel de uso claramente superior a Zaragoza rural y Teruel Rural, que ocupa el farolillo rojo en casi todas las preguntas. Un ejemplo es el uso de la banca electrónica, en el que Huesca rural supera a Huesca urbano o Huesca capital, lo que tiene mucho sentido ya que Internet puede suplir la carencia de sucursales bancarias físicas.

	Aragón	Huesca Capital	Huesca Urbano	Huesca Rural	Zaragoza Capital	Zaragoza Urbano	Zaragoza Rural	Teruel Capital	Teruel Urbano	Teruel Rural	Brecha
Usa Internet para utilizar banca electrónica (sobre usuarios)	51,85%	51,44%	54,11%	55,77%	54,14%	52,00%	39,33%	50,75%	47,60%	38,35%	-8,21
Usa Internet para informarse sobre viajes (sobre usuarios)	67,07%	75,96%	62,32%	65,38%	71,02%	64,00%	57,33%	74,13%	62,50%	46,62%	-6,81
Usa Internet para informarse sobre salud (sobre usuarios)	55,96%	59,13%	59,42%	57,69%	55,41%	58,00%	54,67%	62,19%	55,29%	42,11%	-5,55
Usa Internet para concertar citas médicas (sobre usuarios)	50,15%	41,35%	48,31%	35,26%	54,78%	58,00%	36,67%	40,30%	45,19%	26,32%	-4,37
Usa Internet para leer periódicos o revistas (sobre usuarios)	72,30%	74,52%	64,73%	69,23%	79,30%	66,00%	53,33%	74,63%	62,50%	61,65%	-3,23
Usa Internet para leer el correo electrónico (sobre usuarios)	89,87%	92,79%	91,79%	83,97%	89,49%	95,50%	87,33%	92,04%	82,69%	84,21%	-3,20
Usa Internet para realizar cursos (sobre usuarios)	30,48%	32,21%	28,02%	26,28%	34,08%	27,50%	23,33%	34,33%	24,04%	19,55%	-2,87
Usa Internet para informarse sobre meteorología (sobre usuarios)	67,41%	71,15%	63,29%	67,95%	69,75%	63,50%	66,00%	71,64%	65,38%	57,14%	-2,74
Usa Internet para tomar decisiones de compra (sobre usuarios)	53,92%	65,38%	55,07%	49,36%	53,82%	57,50%	43,33%	60,20%	50,48%	51,13%	-2,67
Usa Internet para informarse sobre productos (sobre usuarios)	91,48%	93,27%	92,75%	92,95%	90,45%	93,00%	92,67%	91,04%	94,23%	88,72%	-1,66
Usa Internet para informarse sobre sociedad y economía (sobre usuarios)	49,00%	53,85%	42,51%	47,44%	48,09%	52,50%	58,00%	47,76%	47,12%	44,36%	-1,52
Usa Internet para jugar o descargar software (sobre usuarios)	35,37%	27,40%	31,40%	33,33%	42,68%	23,00%	28,00%	32,84%	28,37%	27,07%	-1,29
Usa Internet para informarse sobre cultura (sobre usuarios)	55,23%	61,54%	50,72%	48,72%	56,37%	53,50%	62,00%	56,22%	51,92%	49,62%	-1,07
Usa Internet para informarse sobre espectáculos (sobre usuarios)	57,43%	68,27%	45,41%	39,74%	64,97%	50,00%	51,33%	63,68%	51,92%	36,09%	-0,58
Usa Internet para informarse sobre cursos (sobre usuarios)	53,56%	65,87%	54,59%	37,82%	56,05%	51,00%	47,33%	55,72%	49,04%	51,88%	-0,55
Usa Internet para jugar o descargar juegos (sobre usuarios)	23,48%	20,67%	19,32%	17,95%	28,66%	17,50%	16,00%	22,89%	20,19%	13,53%	-0,44
Usa Internet para telefonar o videollamadas (sobre usuarios)	21,83%	25,48%	21,74%	17,31%	24,20%	16,00%	20,67%	26,37%	19,71%	17,29%	-0,38
Usa Internet para escuchar radio o televisión (sobre usuarios)	34,64%	33,65%	30,92%	39,74%	37,90%	26,00%	29,33%	36,32%	33,65%	35,34%	0,33
Usa Internet para descargar películas o vídeos (sobre usuarios)	48,23%	49,52%	46,86%	41,67%	50,64%	48,00%	39,33%	52,24%	46,63%	42,11%	0,98
Usa Internet para jugar o descargar juegos (sobre usuarios)	26,70%	24,04%	26,57%	21,15%	29,94%	21,00%	24,00%	29,85%	26,92%	19,55%	1,52
Usa Internet para leer blogs (sobre usuarios)	40,15%	33,65%	39,13%	43,59%	43,63%	32,00%	34,67%	44,78%	41,83%	34,59%	1,61
Usa Internet para informarse sobre historia (sobre usuarios)	55,51%	60,10%	46,86%	48,08%	56,69%	56,50%	60,67%	57,71%	50,00%	53,38%	2,02
Usa Internet para escuchar música (sobre usuarios)	56,92%	56,25%	56,04%	47,44%	59,87%	59,50%	40,67%	62,69%	56,25%	48,12%	2,44
Usa Internet para acceder a redes sociales (sobre usuarios)	53,28%	56,73%	53,62%	50,00%	52,23%	52,50%	58,67%	54,23%	57,21%	57,14%	2,74
Usa Internet para informarse sobre empleo (sobre usuarios)	42,76%	46,63%	35,27%	27,56%	43,95%	52,00%	37,33%	46,77%	43,75%	28,57%	3,21

Tabla. La relación entre la provincia y los usos de Internet

7.2 Las redes sociales

La tabla siguiente visualiza la relación entre la pertenencia a las redes sociales, la provincia y el ámbito rural o urbano. Teruel rural tiene más proporción de participantes en redes sociales que Teruel capital, un 60,90% frente a un 58,71%. Lo mismo sucede con respecto a Huesca rural, 57,69% y Huesca capital, 55,77% y entre Zaragoza rural, 60,67% y Zaragoza capital, 57,32%. El mayor porcentaje de usuarios de Tuenti se da en Teruel rural, lo que nos está indicando que el tipo de usuario son las personas jóvenes. El mayor porcentaje de usuarios de LinkedIn se da en Zaragoza capital. Huesca capital lidera la proporción de usuarios de la red social Twitter.

	Aragón	Huesca Capital	Huesca Urbano	Huesca Rural	Zaragoza Capital	Zaragoza Urbano	Zaragoza Rural	Teruel Capital	Teruel Urbano	Teruel Rural	Brecha
Pertenece a una red social (sobre usuarios)	59,15%	55,77%	57,97%	57,69%	57,32%	65,50%	60,67%	58,71%	62,02%	60,90%	3,40
Pertenece a Facebook (sobre usuarios red social)	96,53%	93,10%	96,67%	97,78%	96,11%	97,71%	97,80%	99,15%	93,80%	97,53%	0,98
Pertenece a Twitter (sobre usuarios red social)	25,71%	36,21%	22,50%	28,89%	28,33%	16,03%	23,08%	32,20%	24,03%	22,22%	-3,05
Pertenece a Tuenti (sobre usuarios red social)	15,02%	11,21%	15,00%	13,33%	15,00%	13,74%	16,48%	16,95%	13,95%	23,46%	4,94
Pertenece a LinkedIn (sobre usuarios red social)	5,32%	4,31%	3,33%	1,11%	7,78%	1,53%	0,00%	5,93%	6,20%	6,17%	3,18
Pertenece a Instagram (sobre usuarios red social)	2,75%	6,90%	3,33%	3,33%	2,78%	0,00%	4,40%	5,08%	3,10%	2,47%	-0,97
Pertenece a Myspace (sobre usuarios red social)	0,63%	0,00%	0,83%	0,00%	1,11%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	-0,28
Pertenece a Google + (sobre usuarios red social)	0,54%	0,86%	0,83%	1,11%	0,56%	0,00%	1,10%	0,00%	0,78%	0,00%	-0,68
Pertenece a Windows (sobre usuarios red social)	0,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,56%	0,76%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00
Pertenece a Hi5 (sobre usuarios red social)	0,06%	0,00%	0,83%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	-0,28

Tabla. La relación entre la provincia y la pertenencia a redes sociales

La tabla siguiente muestra el uso que se hace de las redes sociales en cada zona. El uso que predomina es el poder contactar con amigos. Teruel capital es la zona en la que mayor uso se da a las redes sociales.

Aragón	Huesca Capital	Huesca Urbano	Huesca Rural	Zaragoza Capital	Zaragoza Urbano	Zaragoza Rural	Teruel Capital	Teruel Urbano	Teruel Rural	Brecha
--------	----------------	---------------	--------------	------------------	-----------------	----------------	----------------	---------------	--------------	--------

La usa para contactar con amigos (sobre usuarios red social)	94,95%	92,24%	95,83%	94,44%	94,44%	95,42%	97,80%	95,76%	96,12%	95,06%	1,48
Publica comentarios (sobre usuarios red social)	86,76%	86,21%	89,17%	78,89%	89,44%	78,63%	87,91%	91,53%	86,82%	85,19%	3,09
Utiliza el móvil para acceder (sobre usuarios red social)	77,98%	74,14%	81,67%	82,22%	78,89%	77,10%	70,33%	81,36%	79,07%	70,37%	-2,41
Sabe configurar el nivel de privacidad (sobre usuarios red social)	77,72%	92,86%	91,67%	66,67%	77,78%	71,43%	82,35%	85,71%	78,95%	61,54%	-8,33
Envía mensajes privados (sobre usuarios red social)	73,19%	72,41%	73,33%	64,44%	75,00%	69,47%	74,73%	83,90%	66,67%	72,84%	4,40
Sube fotos o vídeos (sobre usuarios red social)	71,16%	69,83%	78,33%	65,56%	74,44%	61,07%	70,33%	76,27%	66,67%	65,43%	-1,78
Juega y utiliza aplicaciones (sobre usuarios red social)	29,59%	30,17%	30,83%	24,44%	28,89%	31,30%	29,67%	44,07%	24,81%	30,86%	4,76
Crea eventos y grupos (sobre usuarios red social)	23,76%	19,83%	25,83%	17,78%	23,89%	27,48%	20,88%	33,05%	15,50%	22,22%	2,45
Las usa por motivos de aficiones (sobre usuarios red social)	22,02%	21,55%	17,50%	17,78%	23,89%	19,08%	17,58%	38,98%	20,93%	20,99%	8,02
Las usa por motivos profesionales (sobre usuarios red social)	11,95%	15,52%	10,00%	7,78%	11,67%	13,74%	8,79%	21,19%	14,73%	11,11%	4,58
Para buscar recomendaciones de productos (sobre usuarios red social)	9,18%	13,79%	10,00%	8,89%	7,78%	10,69%	10,99%	16,95%	10,85%	6,17%	0,43
Las usa para buscar pareja (sobre usuarios red social)	1,59%	0,86%	2,50%	0,00%	1,67%	2,29%	1,10%	1,69%	1,55%	0,00%	-0,04

Tabla. La relación entre la provincia y los usos de las redes sociales

7.3 Relaciones con administraciones públicas

En cuanto al uso de Internet para relacionarse con las administraciones son las tres capitales de provincia las que registran mayores porcentajes, que son muy similares. Hay diferencia entre los porcentajes de cada una de las capitales con respecto a la zona urbana y a la zona rural de la provincia, pero no tan acusada entre provincias.

	Aragón	Huesca Capital	Huesca Urbano	Huesca Rural	Zaragoza Capital	Zaragoza Urbano	Zaragoza Rural	Teruel Capital	Teruel Urbano	Teruel Rural	Brecha
Usa Internet para buscar información administraciones (sobre usuarios)	74,41%	82,69%	67,63%	69,23%	78,03%	73,50%	63,33%	80,60%	68,27%	63,16%	-2,51
Usa Internet para obtener formularios administraciones (sobre usuarios)	53,70%	56,73%	45,41%	52,56%	57,64%	52,00%	43,33%	57,71%	47,12%	44,36%	-1,84
Usa Internet para enviar formularios administraciones (sobre usuarios)	31,94%	32,21%	29,95%	29,49%	34,39%	30,50%	24,00%	36,82%	27,88%	26,32%	-0,21
Usa Internet para realizar pagos administraciones (sobre usuarios)	12,29%	12,98%	9,18%	12,18%	13,69%	13,50%	8,00%	12,44%	9,62%	4,51%	-2,59
Utiliza el DNI electrónico (sobre usuarios)	60,63%	60,10%	64,73%	66,03%	61,15%	59,50%	57,33%	55,22%	58,65%	54,89%	-7,36
Usa DNI electrónico para realizar gestiones por Internet (sobre usuarios)	11,12%	8,17%	12,56%	7,05%	11,78%	12,00%	10,00%	11,94%	7,21%	9,77%	0,38

Tabla. La relación entre la provincia y el uso de Internet para relacionarse con las administraciones públicas

7.4 Compras por Internet

El mayor porcentaje de aragoneses compradores por Internet se da en Huesca capital (60,31%), por encima de Zaragoza capital (50,37%) y Teruel capital (52,94%). También Huesca urbano (51,38%) supera a Zaragoza urbano (47,84%) y Teruel Urbano (49,03%). Igualmente Huesca rural (49,76%) supera a Zaragoza rural (41,75%) y Teruel rural (40,00%). Las tres capitales de provincia superan al medio urbano y éste al medio rural. Algunos datos llaman la atención, por ejemplo, en los productos que actualmente más se compran por Internet, que son la ropa, los complementos y el material deportivo Zaragoza capital es la zona con menos porcentaje de compradores, un 41,06% frente al 55,26% de Huesca rural. Es lógico porque la capital de Aragón es la zona con más oferta de tiendas físicas. Zaragoza capital sin embargo lidera la estadística de porcentaje de compras de espectáculos (27,15%), billetes de transporte (49,67%) o alojamiento para viajes (43,71%).

	Aragón	Huesca Capital	Huesca Urbano	Huesca Rural	Zaragoza Capital	Zaragoza Urbano	Zaragoza Rural	Teruel Capital	Teruel Urbano	Teruel Rural	Brecha
Ha comprado por Internet	49,44%	60,31%	51,38%	49,76%	50,37%	47,84%	41,75%	52,94%	49,03%	40,00%	-6,49
Compra ropa, complementos y material deportivo (sobre compradores)	45,64%	48,03%	52,88%	55,26%	41,06%	52,63%	45,45%	54,37%	45,83%	43,33%	-4,21
Compra billetes de transporte (sobre compradores)	42,38%	42,52%	39,42%	39,47%	49,67%	36,84%	25,76%	36,89%	32,29%	20,00%	-10,74
Compra alojamiento para viajes (sobre compradores)	37,40%	37,80%	35,58%	38,16%	43,71%	29,47%	24,24%	35,92%	30,21%	18,33%	-9,02
Compra aparatos electrónicos (sobre compradores)	29,12%	29,13%	37,50%	22,37%	31,13%	22,11%	21,21%	38,83%	26,04%	33,33%	3,07
Compra entradas para espectáculos (sobre compradores)	18,80%	8,66%	9,62%	9,21%	27,15%	12,63%	10,61%	8,74%	8,33%	5,00%	-1,81
Compra equipos informáticos (sobre compradores)	17,19%	14,17%	22,12%	18,42%	18,54%	13,68%	13,64%	14,56%	11,46%	18,33%	-3,45
Compra libros (sobre compradores)	17,00%	15,75%	9,62%	10,53%	19,87%	14,74%	7,58%	25,24%	19,79%	20,00%	9,71
Compra productos para el hogar y el automóvil (sobre compradores)	16,42%	12,60%	18,27%	18,42%	15,23%	20,00%	13,64%	18,45%	18,75%	16,67%	1,52
Compra productos de alimentación y limpieza (sobre compradores)	13,49%	8,66%	12,50%	15,79%	14,57%	16,84%	12,12%	9,71%	6,25%	1,67%	-6,44

Compra películas y música (sobre compradores)	5,38%	4,72%	0,96%	5,26%	7,28%	3,16%	3,03%	6,80%	5,21%	1,67%	0,91
Compra productos farmacéuticos (sobre compradores)	4,64%	2,36%	3,85%	6,58%	4,64%	8,42%	1,52%	2,91%	2,08%	0,00%	-2,60
Compra juegos de ordenador (sobre compradores)	4,61%	4,72%	2,88%	3,95%	5,96%	2,11%	6,06%	2,91%	4,17%	0,00%	-1,49
Compra acciones, seguros y productos financieros (sobre compradores)	2,43%	0,79%	0,96%	1,32%	3,31%	3,16%	0,00%	2,91%	0,00%	0,00%	-0,05
Compra lotería (sobre compradores)	1,57%	0,79%	0,96%	1,32%	1,99%	2,11%	0,00%	0,97%	1,04%	0,00%	-0,35

Tabla. La relación entre la provincia y las compras en Internet

La tabla siguiente muestra los medios de pago utilizados para comprar en Internet. Lo más utilizado es la tarjeta de crédito o débito. Destaca el elevado uso de tarjetas o cuentas prepago en Huesca capital, contra-reembolso en Zaragoza rural o los pagos con transferencia en Teruel rural.

	Aragón	Huesca Capital	Huesca Urbano	Huesca Rural	Zaragoza Capital	Zaragoza Urbano	Zaragoza Rural	Teruel Capital	Teruel Urbano	Teruel Rural	Brecha
Utiliza tarjeta de crédito o débito (sobre compradores)	74,58%	70,08%	74,04%	81,58%	81,46%	65,26%	54,55%	77,67%	71,88%	51,67%	-8,16
Utiliza tarjeta o cuenta prepago (sobre compradores)	31,50%	40,94%	31,73%	23,68%	32,45%	29,47%	37,88%	28,16%	31,25%	20,00%	-5,65
Utiliza medios de pago como contra-reembolso (sobre compradores)	16,47%	11,02%	14,42%	17,11%	11,92%	23,16%	25,76%	12,62%	25,00%	10,00%	1,69
Paga con transferencia (sobre compradores)	6,05%	3,15%	9,62%	2,63%	6,62%	4,21%	6,06%	4,85%	3,13%	36,67%	9,75
Ha tenido problemas al comprar en el último año (sobre compradores)	3,64%	3,15%	5,77%	5,26%	3,31%	2,11%	7,58%	2,91%	4,17%	1,67%	-1,81

Tabla. La relación entre la provincia y los medios de pago utilizados para comprar en Internet

7.5 Uso del móvil

La tabla siguiente muestra la relación entre el uso del teléfono móvil y la zona geográfica. Huesca capital tiene el mayor porcentaje de usuarios de móvil, 96,50%, y el inferior corresponde a Teruel rural, con 90,24%. Se aprecian varias brechas, en primer lugar la situación del ámbito rural que ya ha sido expuesta en el apartado anterior. Pero ahora podemos matizar que esa brecha es especialmente profunda en el caso de Teruel rural y Zaragoza rural, ya que Huesca rural se encuentra prácticamente en el nivel de Teruel urbano e incluso le supera en aspectos como el leer el correo electrónico con el móvil, el envío de fotografías y descarga de vídeos o el uso de la banca electrónica móvil. En cuanto a las provincias, los mayores porcentajes corresponden a Huesca, prácticamente empatado con Zaragoza y finalmente Teruel, que salvo la capital se mueve en porcentajes algo alejados de la media. Cabe señalar que Huesca capital supera a Zaragoza capital en algunos puntos. En resumen, se aprecia brecha digital en el uso del móvil en el ámbito rural y en Teruel urbano.

	Aragón	Huesca Capital	Huesca Urbano	Huesca Rural	Zaragoza Capital	Zaragoza Urbano	Zaragoza Rural	Teruel Capital	Teruel Urbano	Teruel Rural	Brecha
Utiliza el teléfono móvil	93,99%	96,50%	96,05%	91,30%	94,38%	92,94%	94,66%	92,94%	93,77%	90,24%	-2,30
Navega por Internet con el móvil (sobre usuarios de móvil)	55,23%	58,06%	56,79%	49,74%	56,74%	60,76%	42,05%	58,65%	50,62%	40,54%	-4,93
Lee el correo con el móvil (sobre usuarios de móvil)	50,35%	53,63%	51,85%	43,92%	51,30%	57,38%	37,95%	54,01%	45,64%	36,76%	-4,33
Envía fotografías con el móvil (sobre usuarios de móvil)	49,50%	50,00%	52,26%	48,15%	50,52%	54,43%	35,90%	52,32%	46,47%	37,30%	-4,77
Descarga vídeos con el móvil (sobre usuarios de móvil)	44,22%	46,77%	46,91%	43,92%	43,26%	51,48%	34,36%	48,95%	43,57%	35,68%	-3,14
Utiliza banca electrónica móvil (sobre usuarios de móvil)	18,74%	18,55%	22,63%	18,52%	18,65%	22,78%	10,77%	20,68%	14,52%	13,51%	-3,66

Tabla. La relación entre la provincia y el uso del móvil

8 Un modelo predictivo de la brecha digital a partir de los factores determinantes

En este apartado realizamos estudios estadísticos que permiten analizar y modelizar la relación entre la brecha digital y cada uno de los factores que la determinan, así como el grado de asociación. Por tanto esta parte del estudio trata de aportar mayor precisión a lo que ya sabemos por los estudios anteriores. En primer lugar se han obtenido seis variables índices: el nivel de uso de Internet, el nivel de compra por Internet, el nivel de uso del móvil, el nivel de uso de redes sociales, el nivel de uso administración electrónica y, por último, un índice que es la suma de los cinco índices anteriores. Para obtener esos índices se han sumado un conjunto de preguntas que se muestran en la tabla siguiente. Son en total 63 preguntas.

Índice	Variables utilizadas
Nivel de uso de Internet (25 preguntas)	<i>Usa Internet para utilizar banca electrónica</i> <i>Usa Internet para escuchar música</i> <i>Usa Internet para descargar películas o vídeos</i> <i>Usa Internet para leer periódicos o revistas</i> <i>Usa Internet para informarse sobre cursos</i> <i>Usa Internet para descargar software</i> <i>Usa Internet para realizar cursos</i> <i>Usa Internet para concertar citas médicas</i> <i>Usa Internet para informarse sobre empleo</i> <i>Usa Internet para tomar decisiones de compra</i> <i>Usa Internet para leer el correo electrónico</i> <i>Usa Internet para informarse sobre espectáculos</i> <i>Usa Internet para escuchar radio o televisión</i> <i>Usa Internet para leer blogs</i> <i>Usa Internet para acceder a redes sociales</i> <i>Usa Internet para informarse sobre viajes</i> <i>Para informarse sobre sociedad y economía</i> <i>Usa Internet para descargar archivos P2P</i> <i>Usa Internet para informarse sobre historia</i> <i>Usa Internet para telefonar o videollamadas</i> <i>Usa Internet para informarse sobre cultura</i> <i>Usa Internet para jugar o descargar juegos</i> <i>Usa Internet para informarse sobre meteorología</i> <i>Usa Internet para informarse sobre productos</i> <i>Usa Internet para informarse sobre salud</i>
Nivel de uso de las redes sociales (12)	<i>La usa para contactar con amigos</i> <i>Publica comentarios</i>

preguntas)	<p><i>Utiliza el móvil para acceder</i></p> <p><i>Sabe configurar el nivel de privacidad</i></p> <p><i>Envía mensajes privados</i></p> <p><i>Sube fotos o vídeos</i></p> <p><i>Juega y utiliza aplicaciones</i></p> <p><i>Crea eventos y grupos</i></p> <p><i>Las usa por motivos de aficiones</i></p> <p><i>Las usa por motivos profesionales</i></p> <p><i>Para buscar recomendaciones de productos</i></p> <p><i>Las usa para buscar pareja</i></p>
Nivel de uso administración electrónica (6 preguntas)	<p><i>Usa Internet para buscar información administraciones</i></p> <p><i>Usa Internet para obtener formularios administraciones</i></p> <p><i>Usa Internet para enviar formularios administraciones</i></p> <p><i>Usa Internet para realizar pagos administraciones</i></p> <p><i>Utiliza el DNI electrónico</i></p> <p><i>Utiliza DNI electrónico para realizar gestiones por Internet</i></p>
Nivel de compra por Internet (14 preguntas)	<p><i>Compra ropa, complementos y material deportivo</i></p> <p><i>Compra billetes de transporte</i></p> <p><i>Compra alojamiento para viajes</i></p> <p><i>Compra aparatos electrónicos</i></p> <p><i>Compra entradas para espectáculos</i></p> <p><i>Compra equipos informáticos</i></p> <p><i>Compra libros</i></p> <p><i>Compra productos para el hogar y el automóvil</i></p> <p><i>Compra productos de alimentación y limpieza</i></p> <p><i>Compra películas y música</i></p> <p><i>Compra productos farmacéuticos</i></p> <p><i>Compra juegos de ordenador</i></p> <p><i>Compra acciones, seguros y productos financieros</i></p> <p><i>Compra lotería</i></p>
Nivel de uso del móvil (6 preguntas)	<p><i>Usa el móvil para leer el correo</i></p> <p><i>Usa el móvil para navegar</i></p> <p><i>Usa el móvil para fotos</i></p> <p><i>Usa el móvil para videos</i></p> <p><i>Usa el móvil para banca electrónica</i></p> <p><i>Usa el móvil para otros usos</i></p>
Nivel de uso global (63 preguntas)	<p><i>La suma de todas las anteriores</i></p>

Tabla. Variables utilizadas para construir los seis índices

8.1 Regresión lineal simple

Como técnica de análisis se ha utilizado en primer lugar la regresión lineal simple, técnica que permite estudiar la relación entre dos variables cuantitativas, una de ellas es la llamada variable dependiente, que es la que se pretende explicar o predecir, y la otra la variable independiente, que también se denomina variable explicativa. Se han realizado 132 regresiones lineales simples, cada una de ellas incluye como variable dependiente el índice o nivel de uso, que es la variable que queremos explicar y como variable independiente uno de los factores socioeconómicos, que usaremos como variable explicativa. En total son 22 los factores socioeconómicos analizados y 6 los índices, de ahí que sean 132 las regresiones realizadas. La tabla siguiente muestra los resultados de dichas regresiones.

	<i>Nivel de uso de Internet</i>	<i>Nivel de compra por Internet</i>	<i>Nivel de uso del móvil</i>	<i>Nivel de uso de redes sociales</i>	<i>Nivel de uso administración electrónica</i>	<i>Nivel de uso global</i>
Edad	p= (0,000)*** R ² = 0,460 B= -0,540 beta= -0,678	p= (0,000)*** R ² = 0,131 B= -0,030 beta= -0,362	p= (0,000)*** R ² = 0,387 B= -0,068 beta= -0,622	p= (0,000)*** R ² = 0,387 B= -0,154 beta= -0,622	p= (0,000)*** R ² = 0,202 B= -0,028 beta= -0,449	p= (0,000)*** R ² = 0,429 B= -0,546 beta= -0,655
Estudios	p= (0,000)*** R ² = 0,219 B= 8,959 beta= 0,469	p= (0,000)*** R ² = 0,111 B= 0,824 beta= 0,334	p= (0,000)*** R ² = 0,101 B= 0,933 beta= 0,319	p= (0,000)*** R ² = 0,059 B= 1,682 beta= 0,244	p= (0,000)*** R ² = 0,255 B= 0,869 beta= 0,506	p= (0,000)*** R ² = 0,237 B= 7,973 beta= 0,487
Ingresos	p= (0,000)*** R ² = 0,152 B= 6,242 beta= 0,391	p= (0,000)*** R ² = 0,101 B= 0,681 beta= 0,318	p= (0,000)*** R ² = 0,094 B= 0,735 beta= 0,308	p= (0,000)*** R ² = 0,033 B= 0,992 beta= 0,184	p= (0,000)*** R ² = 0,166 B= 0,586 beta= 0,408	p= (0,000)*** R ² = 0,167 B= 5,665 beta= 0,409
Hombre	p= (0,000)*** R ² = 0,035 B= 5,576 beta= 0,187	p= (0,000)*** R ² = 0,1 B= 0,315 beta= 0,102	p= (0,000)*** R ² = 0,022 B= 0,612 beta= 0,149	p= (0,000)*** R ² = 0,14 B= 1,102 beta= 0,119	p= (0,000)*** R ² = 0,039 B= 0,470 beta= 0,197	p= (0,005)*** R ² = 0,003 B= 1,551 beta= 0,059
Autónomo	p= (0,600) R ² = 0,0 B= 0,587 beta= 0,011	p= (0,502) R ² = 0,0 B= 0,096 beta= 0,014	p= (0,344) R ² = 0,0 B= 0,161 beta= 0,020	p= (0,518) R ² = 0,0 B= -0,261 beta= -0,647	p= (0,002)*** R ² = 0,004 B= 0,310 beta= 0,065	p= (0,500) R ² = 0,0 B= 0,641 beta= 0,014
Completa	p= (0,000)*** R ² = 0,041 B= 6,621 beta= 0,205	p= (0,000)*** R ² = 0,033 B= 0,759 beta= 0,182	p= (0,000)*** R ² = 0,021 B= 0,733 beta= 0,148	p= (0,099)* R ² = 0,001 B= 0,405 beta= 0,035	p= (0,000)*** R ² = 0,085 B= 0,849 beta= 0,292	p= (0,000)*** R ² = 0,050 B= 6,248 beta= 0,225

Estudia	p= (0,000)*** R ² = 0,057 B= 12,578 beta= 0,239	p= (0,560) R ² = 0,0 B= 0,081 beta= 0,012	p= (0,000)*** R ² = 0,052 B= 1,819 beta= 0,229	p= (0,000)*** R ² = 0,128 B= 6,782 beta= 0,358	p= (0,001)*** R ² = 0,004 B= -0,310 beta= -0,067	p= (0,000)*** R ² = 0,057 B= 12,578 beta= 0,239
Estudia y trabaja	p= (0,000)*** R ² = 0,10 B= 16,065 beta= 0,103	p= (0,805) R ² = 0,0 B= 0,1 beta= 0,005	p= (0,000)*** R ² = 0,008 B= 2,059 beta= 0,089	p= (0,000)*** R ² = 0,017 B= 7,370 beta= 0,131	p= (0,035)** R ² = 0,002 B= 0,597 beta= 0,044	p= (0,000)*** R ² = 0,041 B= 9,045 beta= 0,204
Jubilado	p= (0,000)*** R ² = 0,127 B= -15,074 beta= -0,356	p= (0,000)*** R ² = 0,026 B= -0,892 beta= -0,162	p= (0,000)*** R ² = 0,096 B= -2,023 beta= -0,310	p= (0,000)*** R ² = 0,072 B= -4,099 beta= -0,269	p= (0,000)*** R ² = 0,053 B= -0,883 beta= -0,231	p= (0,000)*** R ² = 0,131 B= -13,233 beta= -0,363
Sus labores	p= (0,000)*** R ² = 0,086 B= -13,430 beta= -0,294	p= (0,000)*** R ² = 0,02 B= -0,859 beta= -0,145	p= (0,000)*** R ² = 0,056 B= -1,675 beta= -0,237	p= (0,000)*** R ² = 0,046 B= -3,563 beta= -0,217	p= (0,000)*** R ² = 0,052 B= -0,949 beta= -0,229	p= (0,000)*** R ² = 0,090 B= -11,861 beta= -0,301
Parcial	p= (0,258) R ² = 0,0 B= 1,799 beta= 0,024	p= (0,577) R ² = 0,0 B= -0,129 beta= -0,012	p= (0,026)** R ² = 0,002 B= 0,609 beta= 0,046	p= (0,468) R ² = 0,0 B= 0,471 beta= 0,015	p= (0,975) R ² = 0,0 B= 0,005 beta= 0,001	p= (0,276) R ² = 0,0 B= 1,699 beta= 0,023
Desempleado	p= (0,000)*** R ² = 0,015 B= 5,345 beta= 0,124	p= (0,051)* R ² = 0,001 B= 0,225 beta= 0,041	p= (0,000)*** R ² = 0,007 B= 0,551 beta= 0,084	p= (0,000)*** R ² = 0,011 B= 1,663 beta= 0,107	p= (0,018)** R ² = 0,002 B= 0,190 beta= 0,049	p= (0,000)*** R ² = 0,016 B= 4,725 beta= 0,129
Urbano	p= (0,000)*** R ² = 0,003 B= 1,816 beta= 0,055	p= (0,000)*** R ² = 0,003 B= 0,182 beta= 0,053	p= (0,000)*** R ² = 0,003 B= 0,272 beta= 0,060	p= (0,124) R ² = 0,0 B= 0,232 beta= 0,023	p= (0,000)*** R ² = 0,003 B= 0,150 beta= 0,057	p= (0,000)*** R ² = 0,017 B= 3,924 beta= 0,132
Zaragoza capital	p= (0,095)* R ² = 0,0 B= 0,947 beta= 0,025	p= (0,044)** R ² = 0,001 B= 0,118 beta= 0,030	p= (0,332) R ² = 0,0 B= 0,076 beta= 0,970	p= (0,897) R ² = 0,0 B= 0,023 beta= 0,002	p= (0,025)** R ² = 0,001 B= 0,101 beta= 0,033	p= (0,094)* R ² = 0,001 B= 1,197 beta= 0,035
Huesca capital	p= (0,543) R ² = 0,0 B= 0,402 beta= 0,009	p= (0,114) R ² = 0,0 B= 0,108 beta= 0,023	p= (0,498) R ² = 0,0 B= 0,062 beta= 0,010	p= (0,476) R ² = 0, B= -0,147 beta= -0,011	p= (0,200) R ² = 0,0 B= 0,068 beta= 0,019	p= (0,018)** R ² = 0,002 B= 2,064 beta= 0,049
Teruel capital	p= (0,074)* R ² = 0,0 B= 1,228	p= (0,169) R ² = 0,0 B= 0,098	p= (0,105) R ² = 0,0 B= 0,153	p= (0,175) R ² = 0,0 B= 0,290	p= (0,031)** R ² = 0,001 B= 0,118	p= (0,015)** R ² = 0,002 B= 2,121

	beta= 0,026	beta= 0,020	beta= 0,024	beta= 0,020	beta= 0,032	beta= 0,051
Zaragoza urbano	p= (0,722) R ² = 0,0 B= 0,241 beta= 0,005	p= (0,833) R ² = 0,0 B= -0,15 beta= -0,003	p= (0,101) R ² = 0,0 B= 0,153 beta= 0,024	p= (0,546) R ² = 0,0 B= 0,128 beta= 0,009	p= (0,759) R ² = 0,0 B= 0,017 beta= 0,005	p= (0,345) R ² = 0,0 B= 0,824 beta= 0,020
Huesca urbano	p= (0,453) R ² = 0,0 B= 0,511 beta= 0,011	p= (0,358) R ² = 0,0 B= 0,065 beta= 0,014	p= (0,127) R ² = 0,0 B= 0,143 beta= 0,022	p= (0,722) R ² = 0,0 B= 0,076 beta= 0,005	p= (0,616) R ² = 0,0 B= -0,027 beta= -0,007	p= (0,234) R ² = 0,0 B= 1,042 beta= 0,025
Teruel urbano	p= (0,790) R ² = 0,0 B= -0,181 beta= -0,004	p= (0,296) R ² = 0,0 B= -0,073 beta= -0,015	p= (0,359) R ² = 0,0 B= -0,086 beta= -0,013	p= (0,670) R ² = 0,0 B= 0,090 beta= 0,006	p= (0,594) R ² = 0,0 B= -0,029 beta= -0,028	p= (0,993) R ² = 0,0 B= -0,008 beta= 0,0
Zaragoza rural	p= (0,088)* R ² = 0,0 B= -1,277 beta= -0,025	p= (0,007)** R ² = 0,001 B= -0,209 beta= -0,040	p= (0,003)** R ² = 0,0 B= -0,304 beta= -0,043	p= (0,766) R ² = 0,0 B= -0,069 beta= -0,004	p= (0,013)** R ² = 0,001 B= -0,149 beta= -0,037	p= (0,003)** R ² = 0,003 B= -2,864 beta= -0,062
Huesca rural	p= (0,786) R ² = 0,0 B= -0,206 beta= -0,004	p= (0,738) R ² = 0,0 B= 0,026 beta= 0,005	p= (0,634) R ² = 0,0 B= -0,050 beta= -0,007	p= (0,876) R ² = 0,0 B= -0,037 beta= -0,002	p= (0,964) R ² = 0,0 B= -0,003 beta= -0,001	p= (0,106) R ² = 0,001 B= -1,547 beta= -0,034
Teruel rural	p= (0,000)** R ² = 0,003 B= -2,901 beta= -0,057	p= (0,001)** R ² = 0,002 B= -0,253 beta= -0,048	p= (0,004)** R ² = 0,002 B= -0,301 beta= -0,043	p= (0,053)* R ² = 0,001 B= -0,456 beta= -0,029	p= (0,001)** R ² = 0,002 B= -0,208 beta= -0,051	p= (0,000)** R ² = 0,012 B= -5,064 beta= -0,110

Tabla. Resultados de las regresiones lineales simples entre los índices y los factores socioeconómicos

Para cada regresión la tabla muestra en primer lugar el p-valor, que permite comprobar si la regresión entre una variable independiente y la dependiente es significativa. Si el p-valor asociado es mayor al nivel de significación (normalmente 0,05, es decir, un 5%) rechazaremos que la regresión sea significativa para las dos variables relacionadas. Se ha añadido un asterisco * si la relación es significativa al 10%, dos asteriscos ** si la relación es significativa al 5% y tres asteriscos *** si la relación es significativa al 1%. En otras palabras, en lo primero que nos fijaremos para interpretar la tabla anterior es en los asteriscos. Si hay tres asteriscos podemos interpretar que, en los datos analizados, hay relación estadísticamente significativa entre ambas variables. Por ejemplo, la tabla muestra que tanto la edad como el nivel de estudios son criterios que explican el nivel de uso de Internet, ya que hay tres asteriscos en la tabla. En cambio, el ser o no ser autónomo no influye.

Aunque la edad y el nivel de estudios influyen, no lo hacen en la misma medida. Para ello hemos calculado el coeficiente de determinación o R^2 , que mide la proporción de la variabilidad de la variable dependiente explicada por la variable independiente. Si lo multiplicamos por cien obtendremos el porcentaje de variabilidad explicada. La tabla presenta el valor del R^2 ajustado, que es más adecuado ya que tiene en cuenta el número de observaciones y el número de variables independientes incluidas en la ecuación. En otras palabras, buscaremos en la tabla los R^2 que sean más altos. Podemos apreciar que la edad explica un 46% de la variabilidad de la muestra mientras que el nivel de estudios explica menos el ser usuario habitual de Internet, ya que el R^2 es 0,219, lo que supone un 21,9%.

El siguiente dato es el coeficiente de regresión B, que indica el número de unidades que aumentará la variable dependiente o criterio por cada unidad que aumente la variable independiente. Además es importante observar el signo, cuando es negativo significa que al aumentar el valor de la variable independiente disminuye el valor de la variable dependiente. En otras palabras, nos fijaremos en primer lugar en el signo; en la tabla para facilitar la visualización los números negativos están en rojo, en nuestro caso la edad tiene un coeficiente B negativo, lo que significa que a mayor edad menos se usa Internet. Finalmente el coeficiente Beta es el coeficiente de regresión B estandarizado, que nos sirve para comparar distintos coeficientes B, ya que están medidos en unidades distintas.

En cuanto al nivel de uso de Internet, la tabla muestra que los hombres utilizan más Internet que las mujeres, pero no es el factor importante. La edad es el factor que más explica el nivel de uso. También hay diferencias en cuanto al ámbito urbano o rural, pero tampoco es el factor importante. El nivel de estudios es el segundo factor más importante que explica la brecha digital, cuanto mayor es el nivel de estudios mayor es el uso de Internet. El tercer factor en importancia es el nivel de ingresos. El tipo de empleo puede ser un factor importante, pero solo en algunas situaciones concretas, como el ser jubilado o pertenecer al colectivo sus labores. Situaciones laborales con mayor nivel de uso de Internet y diferencias estadísticamente significativas son estudiar, estudiar y trabajar, tener un trabajo a tiempo completo y ser desempleado, esto último merece ser destacado ya que los desempleados son simplemente personas que han perdido su puesto de empleo y sus niveles de uso de Internet son similares a los que trabajan a tiempo completo. No hay diferencias entre el resto de colectivos, es decir, autónomos y contratados a tiempo parcial. Se observa un menor uso de Internet en el ámbito rural y las diferencias son estadísticamente significativas pero apenas explican un porcentaje ínfimo de la variabilidad. Si desglosamos en la zona geográfica, el menor nivel de uso de Internet se da en los habitantes de la zona Teruel rural y, en menor medida, en los de Zaragoza rural.

En cuanto al nivel de compra por Internet los resultados son parecidos. El factor de mayor importancia que explica las compras por Internet es la edad, pero el coeficiente R^2 no es tan alto, explica un 13,1% de la variabilidad de la muestra. Lo que sucede es que la relación entre edad y compras por Internet no es lineal sino en forma de parábola invertida: los que más compran son adultos y los que menos los mayores y los más jóvenes, en este caso por

falta de dinero. Además de la edad el resto de factores que explican el nivel de compra por Internet son el nivel de estudios y el nivel de ingresos. En menor medida el ser mujer y estar jubilado o dedicarse a sus labores. A diferencia de lo que sucede en el caso de la variable anterior, nivel de uso de Internet, los estudiantes no destacan por sus elevadas compras por Internet, por motivos de su baja disponibilidad económica. El ámbito rural también influye y las dos zonas geográficas que presentan diferencias estadísticamente significativas y una relación negativa son de nuevo Teruel rural y Zaragoza rural.

En cuanto al uso del móvil los resultados son similares, en este caso nuevamente la edad es el factor más determinante y el R^2 es alto, explica un 38,7% de la variabilidad. Los siguientes factores por orden de importancia son el nivel de estudios y el nivel de ingresos. También existen diferencias estadísticamente significativas entre hombres y mujeres, aunque en este caso el coeficiente R^2 es muy bajo, explica un 2,2% de la variabilidad de la muestra. En cuanto a la actividad laboral, de nuevo los estudiantes se incorporan al grupo que presenta diferencias estadísticamente significativas ya que en este caso sí son usuarios notables del teléfono móvil. Se mantiene el patrón y tanto Teruel rural como Zaragoza rural presentan brecha digital en cuanto al uso del móvil.

La siguiente variable analizada es el nivel de uso de las redes sociales. En este caso todo se mantiene con la misma tónica, siendo la principal diferencia que no hay brecha apreciable entre el ámbito rural y el urbano.

En cuanto al nivel de uso de la administración electrónica, la única diferencia apreciable es el uso que los autónomos hacen de la misma, al mostrar diferencias estadísticamente significativas y positivas.

La última columna de la tabla muestra la relación entre cada una de los veintidós factores socioeconómicos y el nivel de uso global, índice que se ha construido a partir de la suma de los anteriores, por tanto es la suma de sesenta y tres preguntas de la encuesta. El factor más importante es la edad y el coeficiente R^2 es elevado (0,429), después el nivel de estudios (0,237), y a continuación el nivel de ingresos (0,167).

8.2 Regresión logística

En este apartado se analiza en detalle el comportamiento de cinco variables: “usa banca electrónica”, “usa DNI electrónico”, realiza “citas médica por Internet”, “tiene blog propio” y “tiene lector de libros electrónicos”. La diferencia metodológica con respecto al caso anterior es que la variable dependiente que queremos explicar no es continua sino que es una variable binaria, es decir, puede tomar solo dos valores: 1 si usa banca electrónica o 0 si no la usa. En este caso se emplea como técnica de análisis la regresión logística binaria. La interpretación de los resultados de la tabla es similar, en primer lugar se muestra el p-valor, que permite comprobar si la regresión entre la variable independiente y la dependiente es significativa. Si el p-valor asociado es mayor al nivel de significación (normalmente 0,05, es decir 5%) rechazaremos que la regresión sea significativa para las dos variables

relacionadas. Se ha añadido un asterisco * si la relación es significativa al 10%, dos asteriscos ** si la relación es significativa al 5% y tres asteriscos si la relación es significativa al 1%. En otras palabras, en lo primero que nos fijaremos para interpretar la tabla es en los asteriscos. Si hay tres asteriscos podemos interpretar que, en los datos analizados, hay relación estadísticamente significativa entre ambas variables. En la regresión logística se obtiene el coeficiente de Nagelkerke R^2N , cuya interpretación es semejante a la del coeficiente de determinación R^2 ya que explica la proporción de la variabilidad de la variable dependiente explicada por la variable predictora. Si lo multiplicamos por cien obtendremos el porcentaje de variabilidad explicada. El siguiente dato es el coeficiente de regresión B, cuya interpretación guarda cierta relación con el modelo de regresión lineal pero es algo más complejo. Lo que sí es idéntico es el signo, ya que si el coeficiente beta positivo aumenta la probabilidad de ocurrencia del suceso. Por ejemplo, en la tabla apreciamos que el coeficiente B de la variable estudios es positivo, eso significa que cuanto mayor es el nivel de estudios, mayor es la probabilidad de que el individuo use la banca electrónica. Finalmente el coeficiente Exp(B) es una medida que cuantifica el riesgo que representa poseer el factor correspondiente respecto a no poseerlo en el caso de que la variable independiente sea también binaria y cuando la variable es numérica, como puede ser por ejemplo la edad es una medida que cuantifica el cambio en el riesgo cuando se pasa de un valor del factor a otro.

	<i>Usa banca electrónica</i>	<i>Usa DNI electrónico</i>	<i>Cita médica por Internet</i>	<i>Tiene blog propio</i>	<i>Tiene lector libros electrónico</i>
Edad	p= (0,000)*** R ² N= 0,235 B= -0,061 Exp(B)= 0,941	p= (0,000)*** R ² N= 0,113 B= -0,053 Exp(B)= 0,948	p= (0,000)*** R ² N= 0,257 B= -0,067 Exp(B)= 0,935	p= (0,000)*** R ² N= 0,073 B= -0,049 Exp(B)= 0,952	p= (0,000)*** R ² N= 0,086 B= -0,033 Exp(B)= 0,967
Estudios	p= (0,000)*** R ² N= 0,185 B= 1,051 Exp(B)= 2,859	p= (0,000)*** R ² N= 0,076 B= 0,873 Exp(B)= 2,394	p= (0,000)*** R ² N= 0,099 B= 0,740 Exp(B)= 2,097	p= (0,001)*** R ² N= 0,024 B= 0,575 Exp(B)= 1,776	p= (0,000)*** R ² N= 0,084 B= 0,710 Exp(B)= 2,034
Ingresos	p= (0,000)*** R ² N= 0,158 B= 0,769 Exp(B)= 2,158	p= (0,000)*** R ² N= 0,049 B= 0,530 Exp(B)= 1,700	p= (0,000)*** R ² N= 0,088 B= 0,555 Exp(B)= 1,742	p= (0,308) R ² N= 0,004 B= 0,172 Exp(B)= 1,118	p= (0,000)*** R ² N= 0,092 B= 0,586 Exp(B)= 1,798
Hombre	p= (0,000)*** R ² N= 0,043 B= 0,845 Exp(B)= 2,327	p= (0,000)*** R ² N= 0,119 B= 0,756 Exp(B)= 2,130	p= (0,000)*** R ² N= 0,022 B= 0,619 Exp(B)= 1,856	p= (0,005)*** R ² N= 0,014 B= 0,766 Exp(B)= 2,151	p= (0,000)*** R ² N= 0,006 B= 0,316 Exp(B)= 1,371
Autónomo	p= (0,000)*** R ² N= 0,009 B= 0,571	p= (0,000)*** R ² N= 0,011 B= 0,755	p= (0,827) R ² N= 0,0 B= -0,033	p= (0,404) R ² N= 0,001 B= 0,342	p= (0,927) R ² N= 0,0 B= -0,015

	Exp(B)= 1,770	Exp(B)= 2,127	Exp(B)= 0,967	Exp(B)= 1,408	Exp(B)= 0,985
Completa	p= (0,000)*** R ² N= 0,078 B= 1,056 Exp(B)= 2,875	p= (0,008)*** R ² N= 0,007 B= 0,415 Exp(B)= 1,515	p= (0,000)*** R ² N= 0,057 B= 0,899 Exp(B)= 2,458	p= (0,633) R ² N= 0,0 B= 0,133 Exp(B)= 1,142	p= (0,000)*** R ² N= 0,020 B= 0,551 Exp(B)= 1,735
Estudia	p= (0,000)*** R ² N= 0,020 B= -0,940 Exp(B)= 0,391	p= (0,536) R ² N= 0,0 B= 0,154 Exp(B)= 1,166	p= (0,078)* R ² N= 0,002 B= -0,272 Exp(B)= 0,762	p= (0,504) R ² N= 0,001 B= 0,274 Exp(B)= 1,315	p= (0,739) R ² N= 0,0 B= 0,053 Exp(B)= 1,054
Estudia y trabaja	p= (0,124) R ² N= 0,001 B= 0,634 Exp(B)= 1,884	p= (0,938) R ² N= 0,0 B= 0,058 Exp(B)= 1,060	p= (0,244) R ² N= 0,001 B= 0,480 Exp(B)= 1,616	p= (0,597) R ² N= 0,001 B= 0,545 Exp(B)= 1,725	p= (0,031)** R ² N= 0,003 B= 0,891 Exp(B)= 2,438
Jubilado	p= (0,000)*** R ² N= 0,040 B= -1,095 Exp(B)= 0,335	p= (0,004)*** R ² N= 0,011 B= -0,822 Exp(B)= 0,439	p= (0,000)*** R ² N= 0,055 B= -1,394 Exp(B)= 0,248	p= (0,315) R ² N= 0,002 B= -0,437 Exp(B)= 0,646	p= (0,000)*** R ² N= 0,015 B= -0,715 Exp(B)= 0,491
Sus labores	p= (0,000)*** R ² N= 0,053 B= -1,441 Exp(B)= 0,237	p= (0,001)*** R ² N= 0,018 B= -1,357 Exp(B)= 0,258	p= (0,000)*** R ² N= 0,032 B= -1,099 Exp(B)= 0,333	p= (0,052)* R ² N= 0,012 B= -1,406 Exp(B)= 0,245	p= (0,000)*** R ² N= 0,014 B= -0,763 Exp(B)= 0,466
Parcial	p= (0,391) R ² N= 0,0 B= 0,202 Exp(B)= 1,224	p= (0,663) R ² N= 0,0 B= -0,204 Exp(B)= 0,815	p= (0,098)* R ² N= 0,002 B= 0,390 Exp(B)= 1,477	p= (0,929) R ² N= 0,0 B= 0,065 Exp(B)= 1,067	p= (0,945) R ² N= 0,0 B= 0,018 Exp(B)= 1,018
Desempleado	p= (0,135) R ² N= 0,001 B= 0,177 Exp(B)= 1,194	p= (0,782) R ² N= 0,0 B= -0,061 Exp(B)= 0,941	p= (0,003)*** R ² N= 0,005 B= 0,351 Exp(B)= 1,420	p= (0,358) R ² N= 0,002 B= 0,313 Exp(B)= 1,368	p= (0,560) R ² N= 0,0 B= 0,077 Exp(B)= 1,080
Urbano	p= (0,001)*** R ² N= 0,004 B= 0,289 Exp(B)= 1,335	p= (0,119) R ² N= 0,002 B= 0,287 Exp(B)= 1,332	p= (0,000)*** R ² N= 0,013 B= 0,561 Exp(B)= 1,753	p= (0,982) R ² N= 0,0 B= 0,007 Exp(B)= 1,007	p= (0,000)*** R ² N= 0,016 B= 0,603 Exp(B)= 1,828
Zaragoza capital	p= (0,108) R ² N= 0,001 B= 0,154 Exp(B)= 1,167	p= (0,263) R ² N= 0,001 B= 0,211 Exp(B)= 1,235	p= (0,000)*** R ² N= 0,004 B= 0,348 Exp(B)= 1,416	p= (0,953) R ² N= 0,0 B= 0,021 Exp(B)= 1,021	p= (0,000)*** R ² N= 0,007 B= 0,416 Exp(B)= 1,516
Huesca capital	p= (0,890) R ² N= 0,0 B= 0,016 Exp(B)= 1,016	p= (0,283) R ² N= 0,001 B= -0,278 Exp(B)= 0,757	p= (0,319) R ² N= 0,0 B= -0,124 Exp(B)= 0,883	p= (0,360) R ² N= 0,001 B= 0,335 Exp(B)= 1,398	p= (0,131) R ² N= 0,001 B= 0,165 Exp(B)= 1,179

Teruel capital	p= (0,593) R ² N= 0,0 B= 0,063 Exp(B)= 1,065	p= (0,324) R ² N= 0,001 B= 0,221 Exp(B)= 1,248	p= (0,461) R ² N= 0,0 B= -0,094 Exp(B)= 0,910	p= (0,242) R ² N= 0,002 B= 0,429 Exp(B)= 1,535	p= (0,000)*** R ² N= 0,007 B= 0,484 Exp(B)= 1,622
Zaragoza urbano	p= (0,622) R ² N= 0,0 B= 0,057 Exp(B)= 1,059	p= (0,388) R ² N= 0,001 B= 0,194 Exp(B)= 1,214	p= (0,001)*** R ² N= 0,004 B= 0,337 Exp(B)= 1,458	p= (0,319) R ² N= 0,002 B= -0,519 Exp(B)= 0,595	p= (0,142) R ² N= 0,001 B= 0,164 Exp(B)= 1,178
Huesca urbano	p= (0,114) R ² N= 0,001 B= 0,180 Exp(B)= 1,198	p= (0,161) R ² N= 0,001 B= 0,305 Exp(B)= 1,356	p= (0,134) R ² N= 0,001 B= 0,178 Exp(B)= 1,195	p= (0,578) R ² N= 0,001 B= -0,262 Exp(B)= 0,770	p= (0,477) R ² N= 0,0 B= -0,084 Exp(B)= 0,919
Teruel urbano	p= (0,922) R ² N= 0,0 B= -0,012 Exp(B)= 0,988	p= (0,198) R ² N= 0,001 B= -0,352 Exp(B)= 0,703	p= (0,534) R ² N= 0,0 B= 0,075 Exp(B)= 1,078	p= (0,559) R ² N= 0,001 B= -0,275 Exp(B)= 0,760	p= (0,002)*** R ² N= 0,004 B= -0,405 Exp(B)= 0,667
Zaragoza rural	p= (0,007)*** R ² N= 0,003 B= -0,391 Exp(B)= 0,676	p= (0,737) R ² N= 0,0 B= -0,092 Exp(B)= 0,912	p= (0,030)** R ² N= 0,002 B= -0,327 Exp(B)= 0,721	p= (0,610) R ² N= 0,0 B= -0,266 Exp(B)= 0,767	p= (0,003)*** R ² N= 0,003 B= -0,421 Exp(B)= 0,656
Huesca rural	p= (0,191) R ² N= 0,001 B= 0,166 Exp(B)= 1,181	p= (0,204) R ² N= 0,001 B= -0,401 Exp(B)= 0,670	p= (0,058)* R ² N= 0,001 B= -0,286 Exp(B)= 0,751	p= (0,614) R ² N= 0,0 B= 0,219 Exp(B)= 1,245	p= (0,017)** R ² N= 0,002 B= -0,339 Exp(B)= 0,713
Teruel rural	p= (0,000)*** R ² N= 0,005 B= -0,559 Exp(B)= 0,572	p= (0,409) R ² N= 0,001 B= -0,242 Exp(B)= 0,785	p= (0,000)*** R ² N= 0,010 B= -0,854 Exp(B)= 0,426	p= (0,983) R ² N= 0,0 B= -0,010 Exp(B)= 0,990	p= (0,000)*** R ² N= 0,009 B= -0,780 Exp(B)= 0,458

Tabla. Resultados de las regresiones logísticas simples entre las variables dependientes y los factores socioeconómicos

El factor más importante que explica el uso de banca electrónica es la edad. El porcentaje de variabilidad explicado por esta variable es del 23,5%. El siguiente factor es el nivel de estudios y a continuación el nivel de ingresos. En cuanto al sexo también existen diferencias. Los jubilados, el colectivo de sus labores y los estudiantes también sufren de brecha digital. Por el contrario hay diferencias estadísticamente significativas y positivas en cuanto a la utilización de banca electrónica por parte de los autónomos y los trabajadores a tiempo completo. También el ámbito rural sufre la brecha digital y en cuanto a las zonas geográficas Teruel rural y Zaragoza rural. Una vez más cabe señalar que Huesca rural no presenta diferencias estadísticamente significativas con el resto de zonas geográficas.

Similares resultados obtenemos al analizar la variable "uso del DNI electrónico", con la excepción de los estudiantes que en este caso presentan valores no distintos del resto de la

muestra y que tampoco existe brecha digital entre el ámbito rural y el urbano. En cuanto a los temas de salud como “pedir cita médica por Internet” lo más relevante es la brecha entre el ámbito urbano y el rural, destacando el mayor uso en Zaragoza capital y urbano. Lo más destacado en la variable “tiene blog propio” es que el nivel de ingresos no es relevante. Es un caso parecido al de las redes sociales. Finalmente, en cuanto a la variable “tiene lector de libros electrónicos” podemos destacar que el nivel de ingresos es el factor más importante, incluso más que la edad.

8.3 Regresión lineal múltiple

A continuación hemos realizado un análisis de regresión lineal múltiple, que tiene en cuenta el efecto de varias variables simultáneamente. En esta técnica se trata de modelizar el comportamiento de una variable dependiente –que es la que se pretende explicar o predecir- en función de un conjunto de variables independientes o explicativas. Se han obtenido seis regresiones, una para cada uno de las variables dependientes que queremos explicar, que son el nivel de uso de Internet, de compra, de uso del móvil, de las redes sociales, de administración electrónica y el nivel de uso global. Como variables independientes se han introducido los 22 factores socioeconómicos. Se ha aplicado el principio de parsimonia, es decir, ante dos posibles modelos similares, se prefiere el que sea más sencillo, por tanto que incluya menos variables explicativas. Para ello se ha seguido el procedimiento de regresión por pasos, que consiste en realizar una regresión con una sola variable explicativa, la más importante y paso a paso se añaden otras variables pero solo si mejoran significativamente el modelo. Añadir un número excesivo de variables aumenta innecesariamente la complejidad del modelo. La tabla siguiente muestra los modelos seleccionados y los resultados finales de cada una de las regresiones.

	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4	Modelo 5	Modelo 6
Índice a explicar:	<i>Nivel de uso de Internet</i>	<i>Nivel de compra por Internet</i>	<i>Nivel de uso del móvil</i>	<i>Nivel de uso de redes sociales</i>	<i>Nivel de uso administración electrónica</i>	<i>Nivel de uso global</i>
VARIABLES EXPLICATIVAS:						
Constante	p= (0,000)*** B= 12,612	p= (0,001)*** B= 0,932	p= (0,000)*** B= 4,980	p= (0,000)*** B= 8,008	p= (0,730) B= 0,087	p= (0,000)*** B= 27,593
EDAD	p= (0,000)*** B= -2,209 beta= -0,459	p= (0,000)*** B= -0,031 beta= -0,249	p= (0,000)*** B= -0,088 beta= -0,539	p= (0,000)*** B= -1,141 beta= -0,627	p= (0,000)*** B= -0,027 beta= -0,219	p= (0,000)*** B= -0,525 beta= -0,557
ESTUDIOS	p= (0,000)*** B= 2,066 beta= 0,235	p= (0,000)*** B= 0,328 beta= 0,150	p= (0,009)*** B= 0,192 beta= 0,067	p= (0,000)*** B= 0,328 beta= 0,083	p= (0,000)*** B= 0,703 beta= 0,320	p= (0,000)*** B= 3,590 beta= 0,216
INGRESOS	p= (0,000)*** B= 1,141 beta= 0,156	p= (0,000)*** B= 0,301 beta= 0,165	p= (0,000)*** B= 0,340 beta= 0,143	-	p= (0,000)*** B= 0,295 beta= 0,161	p= (0,000)*** B= 2,149 beta= 0,155
SUS LABORES	p= (0,000)*** B= -2,205 beta= -0,102	-	-	-	-	p= (0,000)*** B= -2,800 beta= -0,069
TIEMPO PARCIAL	-	p= (0,018)** B= -0,568	-	-	-	p= (0,018)** B= -3,144

	beta= -0,059			beta= -0,043		
JUBILADO	p= (0,021)** B= -1,052 beta= -0,058	-	-	-	-	-
COMPLETA	-	-	-	-	p= (0,000)*** B= 0,497 beta= 0,135	-
AUTÓNOMO	-	-	-	-	p= (0,001)*** B= 0,551 beta= 0,079	-
DESEMPLEADO	-	-	-	-	p= (0,001)*** B= 0,429 beta= 0,085	-
HOMBRE	-	-	-	-	p= (0,000)*** B= 0,288 beta= 0,080	-
URBANO	-	-	-	-	-	-
PROVINCIA	-	-	-	-	-	-
R2 ajustado	0,528	0,180	0,387	0,364	0,389	0,529
Número de observaciones	1.345	1.345	1.345	1.345	1.345	1.345

Tabla: Análisis de regresión. Número de observaciones * significativo al 1%; ** significativo al 5%; * significativo al 10%.**

La tabla nos muestra que la variable más importante es la edad. La edad se incluye como variable explicativa en todos los modelos, siempre es significativa al 1% y tiene coeficientes beta elevados. Lógicamente el signo es negativo, ya que a más edad menos nivel de uso de las tecnologías. Para investigar sobre esa relación no lineal que a veces tiene la edad con determinados usos de Internet se incluyó una variable que era el cuadrado de la edad y era también significativa en el uso de la administración electrónica y en las compras por Internet, lo que corrobora que efectivamente los más jóvenes no siempre son los mayores usuarios. El siguiente factor en importancia es el nivel de estudios, que también se incluye como variable explicativa de todos los índices. En este caso el signo de los coeficientes es positivo, indicativo de que a mayor nivel de estudios mayor es el uso que se hace de Internet. El tercer factor que explica el nivel de uso de las tecnologías es el nivel de ingresos, en todas ellas, excepto en el uso de las redes sociales. Las redes sociales son la tecnología más igualitaria, lo mismo sucede en las empresas, ya que son utilizadas en el mismo porcentaje por las empresas grandes o por las microempresas. En cuanto al tipo de empleo también es importante, especialmente el colectivo sus labores, cuyo coeficiente aparece con signo negativo al explicar el nivel de uso de Internet y el nivel de uso global de todas las tecnologías. Queda claro que este grupo sufre una importante brecha digital, y como en su mayor parte son mujeres (un 94,9%) explica una buena parte de la brecha de género. También el tipo de empleo a tiempo parcial explica la brecha digital y aparece como variable explicativa en cuanto al nivel de compra en Internet y el nivel de uso global. La situación de jubilado también explica la brecha digital, y aparece de forma expresa como variable explicativa del nivel de uso de Internet. Si no aparece más veces es por la correlación entre jubilación y edad, y al buscar modelos parsimoniosos, con pocas variables, la variable

elegida es la edad. Hay tres tipos de empleo que explican el mayor uso de la administración electrónica: trabajo a tiempo completo, autónomo y desempleados, estos últimos posiblemente para realizar trámites relacionados con el paro o la Seguridad Social. El sexo solo aparece como variable explicativa del nivel de uso de la administración electrónica. Sucede igual que con los jubilados y la edad: la variable se correlaciona con la del colectivo sus labores y desaparece de los modelos. Ni el ámbito rural ni urbano ni las provincias aparecen como variables explicativas en los modelos parsimoniosos.

En resumen, el nivel de uso global se explica bien con cinco variables: la edad, el nivel de estudios, el nivel de ingresos, el grupo sus labores y el empleo a tiempo parcial. El R^2 del modelo es 0,529, con lo que la brecha digital se explica bastante con estas variables, aunque queda por explicar parte de la brecha para lo que sería necesario estudiar otras variables socioeconómicas o de otro tipo. El nivel de uso de las redes sociales solo precisa de dos variables, la edad y el nivel de estudios, y el R^2 del modelo es 0,364. Para explicar el nivel de uso de la administración electrónica, además de edad, estudios e ingresos precisamos tener en cuenta el tipo de trabajo del individuo, así como el sexo. El nivel de estudios suele ser más importante que el nivel de ingresos, con un par de excepciones: comprar por Internet y usar el móvil.

9 Estudio pormenorizado de cada uno de los grupos y el uso que hacen de Internet

En este apartado profundizamos en el uso que cada uno de los grupos –los jóvenes, los desempleados, los varones, etc.- realiza de Internet. Además de los grupos habituales, obtenidos a partir de los factores socioeconómicos, se han realizado cruces de dos variables de forma que se obtienen subgrupos más detallados lo que permite estudiar, por ejemplo, el comportamiento de los jóvenes desempleados o de las mujeres jubiladas. También es posible realizar cruces de tres variables, un ejemplo sería el análisis de los jóvenes varones que están desempleados o de las mujeres jubiladas con formación universitaria. Pero obviamente al aumentar el número de cruces los resultados pierden robustez y el nivel de confianza baja. El caso extremo sería pretender analizar el uso que hacen de Internet las mujeres de entre 25 y 34 años, que tengan ingresos superiores a 2,700€, con formación de bachiller, trabajen a tiempo parcial y residan en Teruel capital. Posiblemente en Teruel capital apenas haya un puñado de mujeres que cumplan dichos requisitos, de las cuales seguramente ninguna haya sido entrevistada, o aunque las haya la muestra difícilmente sería representativa. Pero con dos cruces o incluso tres sí que hay datos suficientes para realizar un análisis que permita obtener conclusiones interesantes. Lo que perdemos en representatividad lo ganamos en la mayor profundidad del análisis. Aplicamos en este apartado técnicas de análisis multivariante, concretamente el análisis de componentes principales y el análisis de conglomerados. Ambas técnicas son utilizadas en el Marketing para segmentar a los clientes de una empresa y detectar semejanzas en los patrones analizados a partir de encuestas realizadas a consumidores. En el caso analizado se obtuvieron hasta 550 subgrupos o patrones fruto de realizar 19 cruces: los siete cruces

iniciales (sexo, edad, trabajo, nivel de estudios, nivel de ingresos, ámbito rural o urbano y zona geográfica), los seis que se obtienen al cruzar sexo con otro cruce (sexo y edad, sexo y trabajo, sexo y nivel de estudios, sexo y nivel de ingresos, sexo y ámbito rural o urbano y sexo y zona geográfica) y seis más con tres cruces que hemos considerado interesantes (sexo con zona geográfica y con edad, sexo con ámbito rural o urbano y edad, sexo con edad y trabajo, sexo con edad y nivel de ingresos, sexo con nivel de estudios y nivel de ingresos y finalmente edad con nivel de estudios y nivel de ingresos).

En resumen, la muestra consta de los valores promedio que los 550 grupos considerados como cruces interesantes han obtenido en 63 variables, que se corresponden con otras tantas preguntas de la encuesta y son las mismas que se utilizaron en el estudio anterior. Muchas de estas preguntas están relacionadas entre sí: el que compra mucho por Internet suele participar activamente en redes sociales, utilizar el móvil para subir fotos y realizar consultas de todo tipo en los principales buscadores. Posiblemente esas 63 variables puedan resumirse en unas pocas dimensiones, componentes o factores que expliquen la mayor parte de la variabilidad de un conjunto de datos. Para identificar estos factores se ha utilizado el análisis de componentes principales, técnica utilizada para reducir la dimensionalidad de un conjunto de datos que sirve para convertir un conjunto amplio de variables en unas pocas, ordenadas por importancia. Una máquina fotográfica es capaz de convertir un objeto en tres dimensiones en una imagen en dos dimensiones y si la fotografía está bien tomada podemos identificar perfectamente el objeto fotografiado. Esta técnica hace algo similar, puede tomar un objeto definido por 63 variables y obtener una buena fotografía en la que salgan solo los elementos más importantes. Esta fotografía que podemos llamar "mapa multidimensional" se realiza al visualizar en un gráfico las llamadas puntuaciones factoriales, es decir, la nota que saca cada uno de 550 patrones en los componentes principales. A continuación, para interpretar el significado de cada uno de los componentes principales y las diferentes zonas del mapa se utiliza una técnica llamada análisis de propiedades. Esta técnica se basa en regresiones y el resultado de su aplicación son unos vectores o flechas que se superponen al mapa e indican el rasgo –la pregunta de la encuesta en el caso aquí analizado- que destaca en la dirección del vector. Al aplicar esta técnica estamos en condiciones de interpretar el mapa que muestra los dos primeros componentes principales. Opera como la brújula que ayuda a interpretar los ejes en un mapa.

La figura siguiente muestra los resultados de aplicar a los datos el análisis de componentes principales. Como el número de patrones o grupos es elevado, 550, apenas se pueden distinguir, pero en las figuras siguientes se extraerán submuestras que sí permiten su correcta identificación y análisis. Dos componentes explican la mayor parte de la variabilidad de la muestra. El primer componente o eje X de la figura se interpreta como el "uso intensivo de Internet". La mayor de las variables están correlacionadas entre sí y forman el primer componente principal. En la figura, cuanto más a la derecha mayor es el uso que se hace de Internet. El segundo componente o eje Y de la figura permite distinguir entre las "compras online y uso profesional" versus "uso lúdico o social de Internet". La parte superior derecha de la figura se relaciona con las variables de compras a través de Internet y

usos profesionales como el uso de la banca electrónica o el uso de Internet para relacionarse electrónicamente con la administración. La parte de debajo a la derecha de la figura se explica con variables como el uso de las redes sociales, la descarga de juegos u oír música. Podemos visualizar cuatro cuadrantes en el mapa, el cuadrante de mayor uso de Internet es el cuadrante II, que incluye el uso profesional de Internet así como la realización de compras online; el cuadrante IV se corresponde con una utilización también intensa de Internet pero predominando los usos sociales y lúdicos; las personas o colectivos que se ubiquen en el cuadrante III sufren la brecha digital y en el extremo de este cuadrante incluso la exclusión digital; el cuadrante I se caracteriza por uso bajo de Internet y en todo caso por una mayor inclinación a la realización de alguna compra o algún trámite.

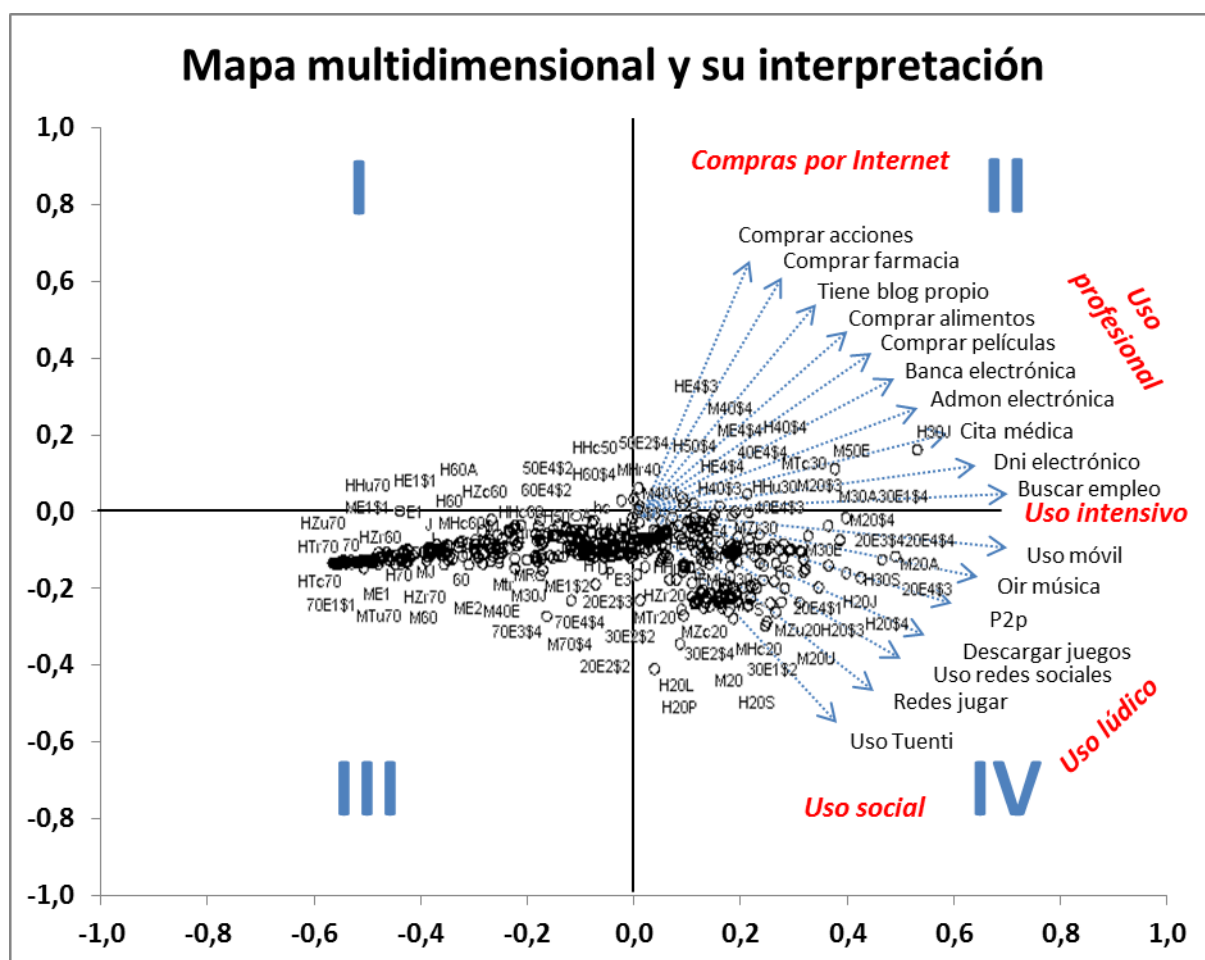


Figura. Resultados del análisis de componentes principales: mapa multidimensional y su interpretación.

Veamos, a continuación, las submuestras con los diferentes cruces y su representación en el mapa multidimensional.

9.1 Uso de Internet según la edad

La primera de las submuestras visualiza los seis grupos de edad, es decir, el patrón correspondiente al promedio en cada una de las 63 preguntas que han obtenido cada uno de los tramos de edad y su representación en el mapa multidimensional. Anteriormente hemos

comprobado cómo, de todas las brechas, la de edad es la de mayor importancia. La siguiente figura muestra claramente el efecto de la brecha de edad, recordemos que cuanto más a la derecha mayor es el uso que se hace de Internet. Se ha superpuesto una flecha de color rojo sobre la figura para facilitar la interpretación. A la izquierda se encuentra el patrón correspondiente a las personas entre 65 y 74 años, identificadas con el número 70 y ubicados en el grupo II, de exclusión digital. Conforme disminuye la edad nos acercamos a la derecha del mapa, en la zona de mayor uso. Los usuarios entre 15 y 24 años se ubican en el cuadrante III del mapa y forman un grupo aparte: son usuarios de Internet pero no realizan muchas de las funciones, como relacionarse con las administraciones públicas o incluso comprar, en este caso por falta de dinero. En cambio, sí utilizan intensivamente los teléfonos móviles y participan en redes sociales, descargan juegos o escuchan música: son usuarios que realizan un uso lúdico y social de Internet. Su contraparte son los de cuarenta años, son también usuarios activos de la red pero su orientación es profesional al estar más interesados en las compras que en el uso de las redes sociales, están ubicados en el cuadrante II. Los treintañeros forman el grupo que más usa Internet y lo hace de forma integral: se ubican en la zona más a la derecha del mapa, son usuarios intensivos de Internet y participan tanto del uso lúdico como del profesional. También se ubican en el cuadrante II.

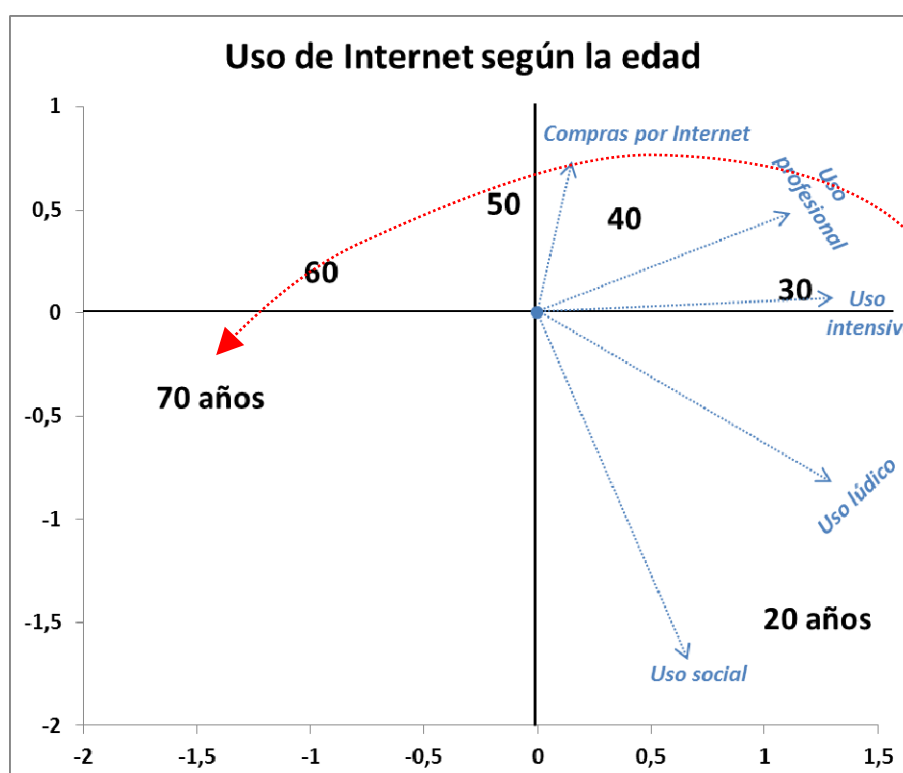


Figura. Grupos de edad y uso de Internet.

Se han obtenido cruces con los otros dos factores que más explican la brecha digital, es decir el nivel de estudios y el nivel de ingresos. La siguiente figura muestra solo los resultados correspondientes a las personas que tienen entre 15 y 24 años. Todos los grupos

de jóvenes, independientemente del dinero o la formación son usuarios de Internet y se ubican en el cuadrante IV en el que predomina el uso social y lúdico. En este grupo de edad se aprecia claramente el efecto combinado de los estudios (hacia la derecha) y el nivel de ingresos (hacia arriba). La interpretación es clara: los jóvenes con poca formación e ingresos se ubican en la parte del cuadrante que corresponde a menor uso de Internet y el uso que se hace es social y lúdico. Cuanto mayor es el nivel de estudios mayor es el uso de Internet, que en la figura de la derecha se visualiza mediante un desplazamiento en el eje X. Conforme aumenta el nivel de ingresos aumenta el poder de compra y también el uso más profesional de la red (uso de banca electrónica, relación con la administración vía Internet, etc.), que en el mapa de la izquierda se visualiza mediante un desplazamiento en el eje Y.

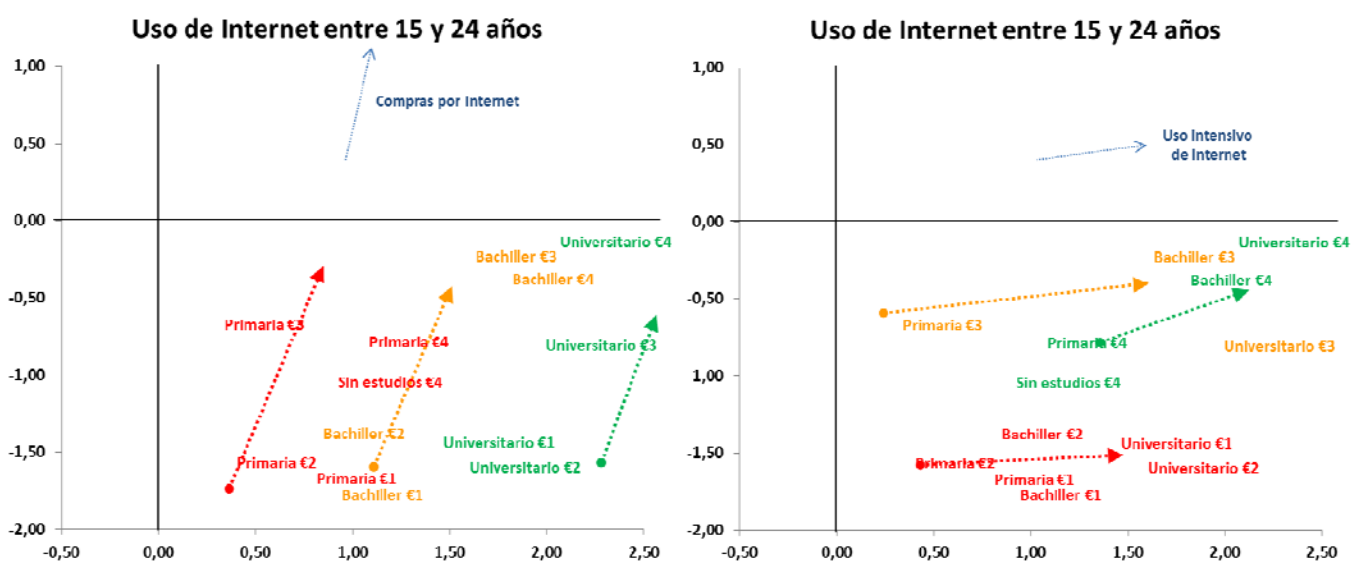


Figura. Uso de Internet entre 15 y 24 años.

Las figuras siguientes muestran el caso de los que tienen entre 25 y 34 años y el de los que tienen entre 35 y 44 años. En ambos casos se observan diferencias con los veinteañeros puesto que se ocupa el cuadrante II, el de mayor uso profesional y comercial. En los de 25 y 34 años, incluso con poca formación o bajos ingresos, se usa Internet mientras que entre los de 34 y 44 años ya hay cierta brecha digital asociada en el colectivo de los que tienen formación primaria y bajos ingresos. En ambos mapas se aprecia perfectamente la importancia de la educación y del nivel de ingresos como factores explicativos de la brecha digital y se aprecia la distinta importancia de la formación y del dinero: todos los universitarios se encuentran bastante juntos, independientemente del nivel de ingresos, pero entre los que tienen los mayores ingresos sí hay diferencias. Es decir, la mayor parte de las personas con formación accede y utiliza ampliamente Internet, incluso aquellos con ingresos bajos. En cambio, hay personas con dinero y sin formación que no son grandes usuarios de Internet. Además en el mapa se aprecia cómo los universitarios con el menor nivel económico están ubicados en una posición mejor que los que tienen ingresos altos pero menor formación.

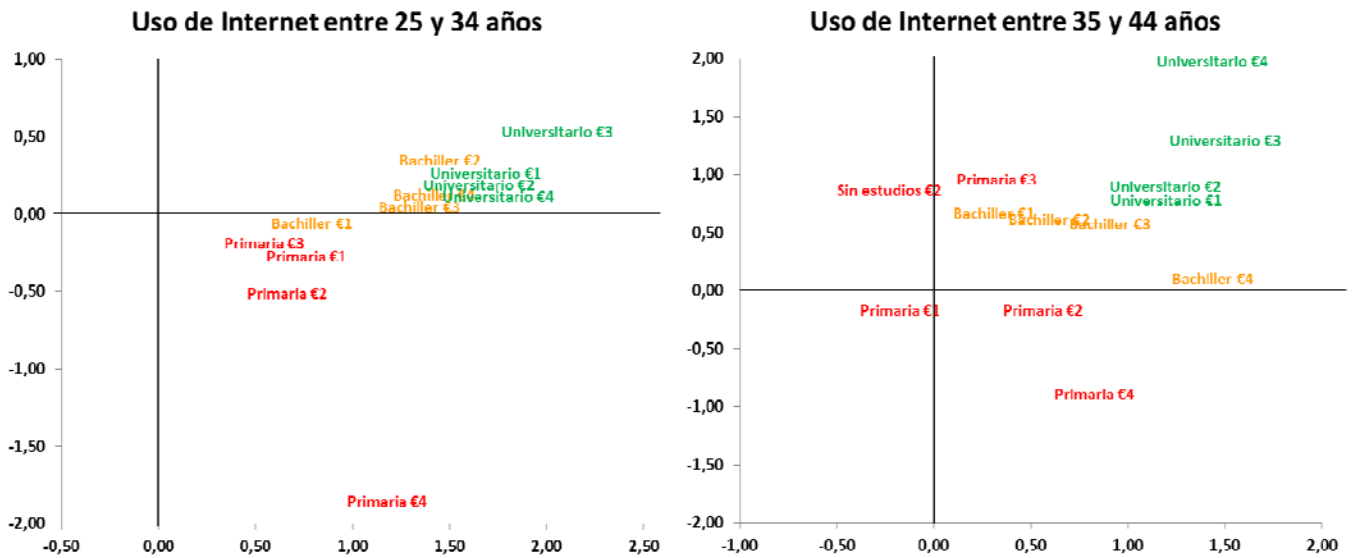


Figura. Izquierda: uso de Internet entre 25 y 34 años. Derecha: uso de Internet entre 35 y 44 años.

La interpretación de los resultados correspondientes a las personas entre 45 y 54 años y entre 55 y 64 años es similar, sin bien en el mapa se observa algún elemento discordante posiblemente por el reducido tamaño de alguna de las submuestras.

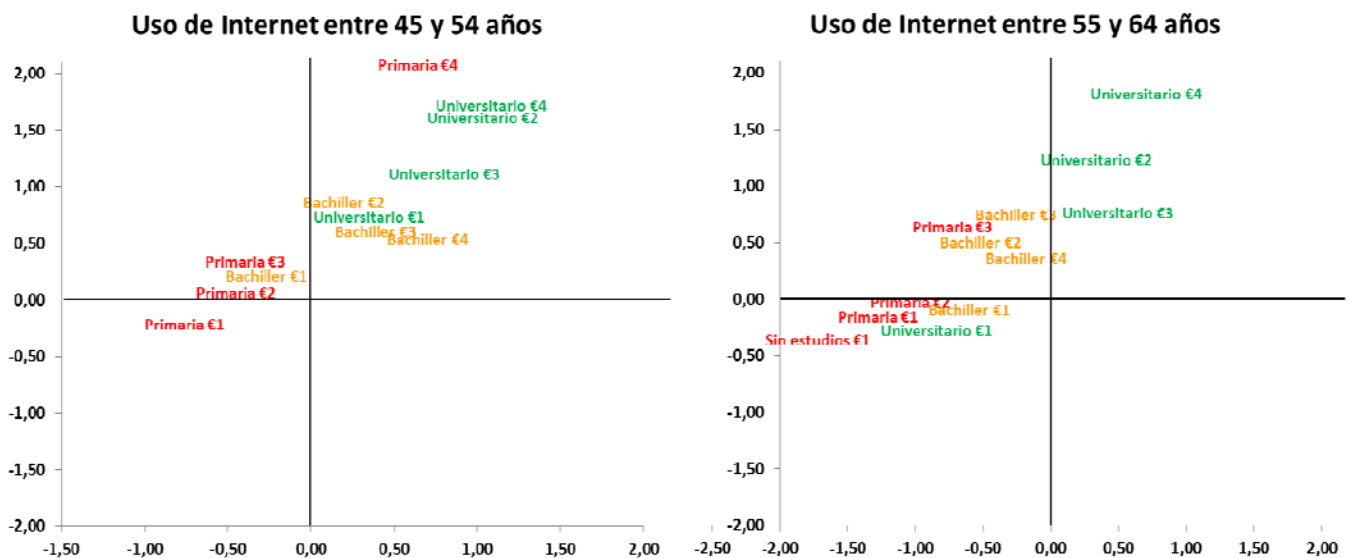


Figura. Izquierda: uso de Internet entre 55 y 64 años. Derecha: uso de Internet entre 65 y 74 años.

La interpretación de los resultados correspondientes a las personas entre 65 y 74 años es similar. Ocupan el extremo inferior a la izquierda del mapa, en la zona de exclusión digital. Los únicos que logran escapar de la exclusión digital son los que tienen formación universitaria e ingresos medios o altos, que se ubican en el cuadrante II o IV. Pero salvo esos colectivos, el resto sufren intensamente la brecha digital.

Uso de Internet entre 65 y 74 años

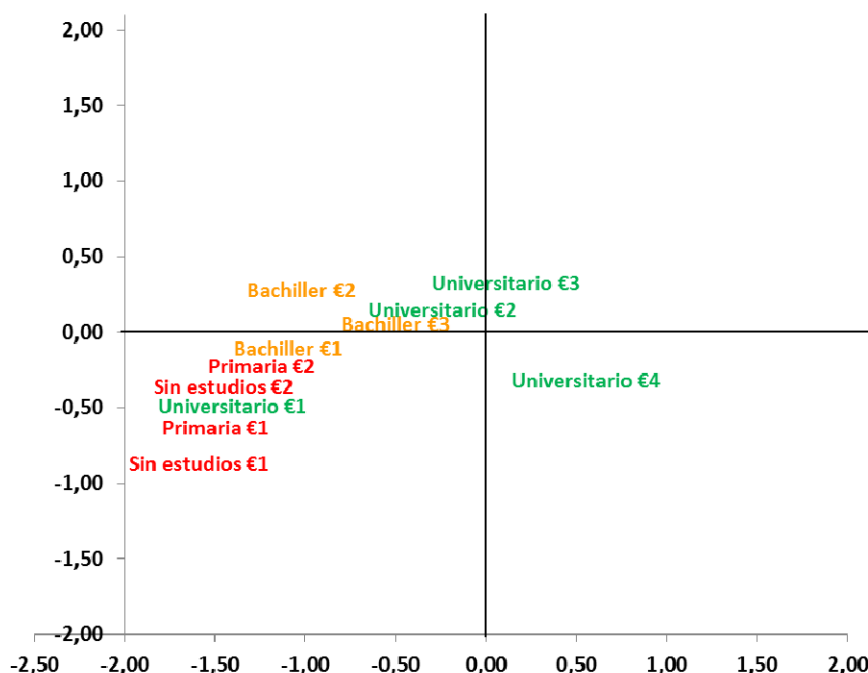


Figura. Uso de Internet entre 65 y 74 años.

9.2 Uso de Internet según el nivel de estudios e ingresos

Anteriormente hemos visto como después de la edad, los siguientes factores que explican la brecha digital son el nivel de estudios y el nivel de ingresos. La siguiente figura muestra cómo las personas con formación universitaria se ubican a la derecha del mapa mientras que las personas sin estudios se ubican a la izquierda. Se ha superpuesto una flecha de color rojo sobre la figura para facilitar la interpretación: conforme aumenta el nivel de estudios aumenta el uso de Internet. También se aprecia cómo conforme aumenta el nivel de ingresos aumenta el uso de Internet y se ha superpuesto una flecha verde para facilitar la visualización de los resultados. La tendencia es similar en el caso de los ingresos pero el nivel de ingresos se ubica ligeramente por encima, lo que se puede interpretar como un mayor efecto del nivel de ingresos sobre la compra en Internet, que es la zona superior del mapa.

Uso de Internet según la formación y el nivel de ingresos

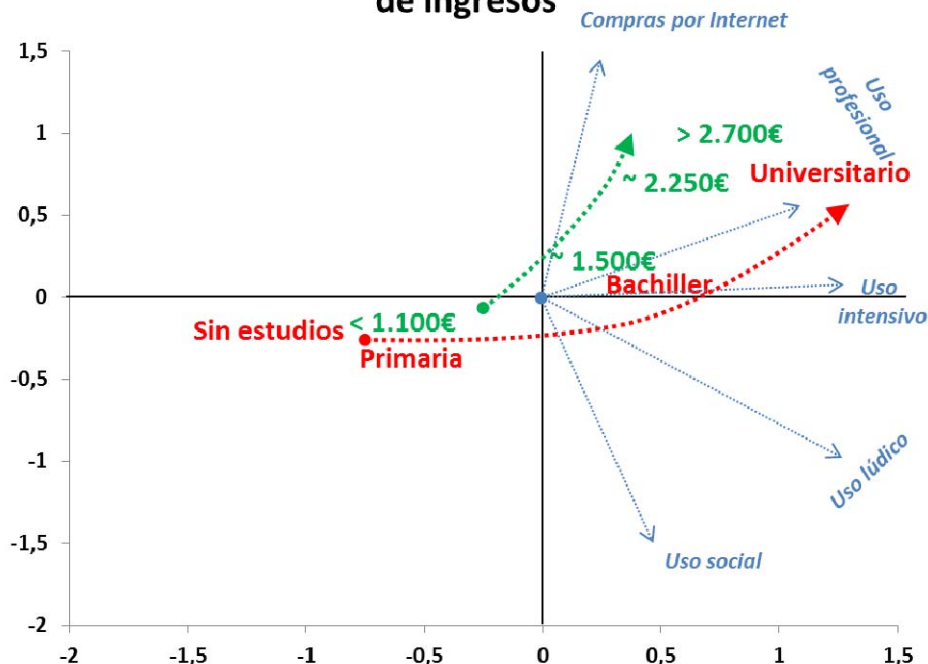


Figura. Uso de Internet según la formación y el nivel de ingresos.

Aunque escapa de los objetivos de un estudio sobre la sociedad de la información resulta inevitable analizar la relación entre nivel de estudios y nivel de ingresos. Para ello se ha realizado una tabla de doble entrada que muestra la relación entre ambas variables. La muestra es de tamaño pequeño para el grupo de sin estudios, solo 21 personas, pero 16 de ellas, el 76,2%, tiene ingresos inferiores a 1.100€. En cuanto a las personas con educación primaria, de las 466 que componen la muestra el 56% ingresan menos de 1.100€ y el 35,4% ingresan entre 1.100€ y 1.800€. Entre las 497 personas con formación de bachiller el 42,7% ingresan entre 1.100€ y 1.800€ y el 23,5% menos de 1.100€. Un 8% ingresan más de 2.700€. Finalmente de los 363 universitarios encuestados el 35,0% ingresa entre 1.800€ y 2.700€, el 27,5% ingresa entre 1.100€ y 1.800€ y el 26,4% ingresa más de 2.700€.

El coeficiente de correlación entre nivel de estudios y nivel de ingresos es 0,49, positivo y estadísticamente significativo.

		Ingresos				Total	
		< 1.100€	> 1.100€ < 1.800€	>1.800€ <2.700€	> 2.700€		
Estudios	Sin estudios	Número	16	3	0	2	21
		%	76,2%	14,3%	0,0%	9,5%	1,6%
	Primaria	Número	261	165	31	9	466
		%	56,0%	35,4%	6,7%	1,9%	34,6%
	Bachiller	Número	128	212	117	40	497
		%	25,8%	42,7%	23,5%	8,0%	36,9%
	Universitario	Número	40	100	127	96	363
		%	11,0%	27,5%	35,0%	26,4%	26,9%
Total		Número	445	480	275	147	1.347
		%	33,0%	35,6%	20,4%	10,9%	100,0%

Tabla. Tabla de doble entrada que muestra la relación entre ingresos y estudios.

9.3 Uso de Internet según el tipo de empleo

La siguiente figura ilustra el efecto del tipo de empleo en el uso que se hace de Internet así como lo que podemos denominar brecha laboral. Se detectan cuatro grupos, sobre los que se han superpuesto unas elipses para facilitar la interpretación. Los grupos laborales que menos uso hacen de Internet son los jubilados y el colectivo sus labores, que son los que sufren la brecha digital. Los estudiantes forman un grupo aparte, caracterizado por ser los mayores usuarios de Internet, pero sobre todo por el uso lúdico que hacen de la red, especialmente de las redes sociales. El resto, trabajadores a tiempo completo, autónomos, desempleados y trabajadores a tiempo parcial, tienen un nivel de uso de Internet similar, pero con una diferencia: los autónomos y especialmente los trabajadores a tiempo completo utilizan Internet de forma más profesional caracterizado por mayores compras y por relacionarse con las administraciones públicas, que los desempleados y los trabajadores a tiempo parcial.

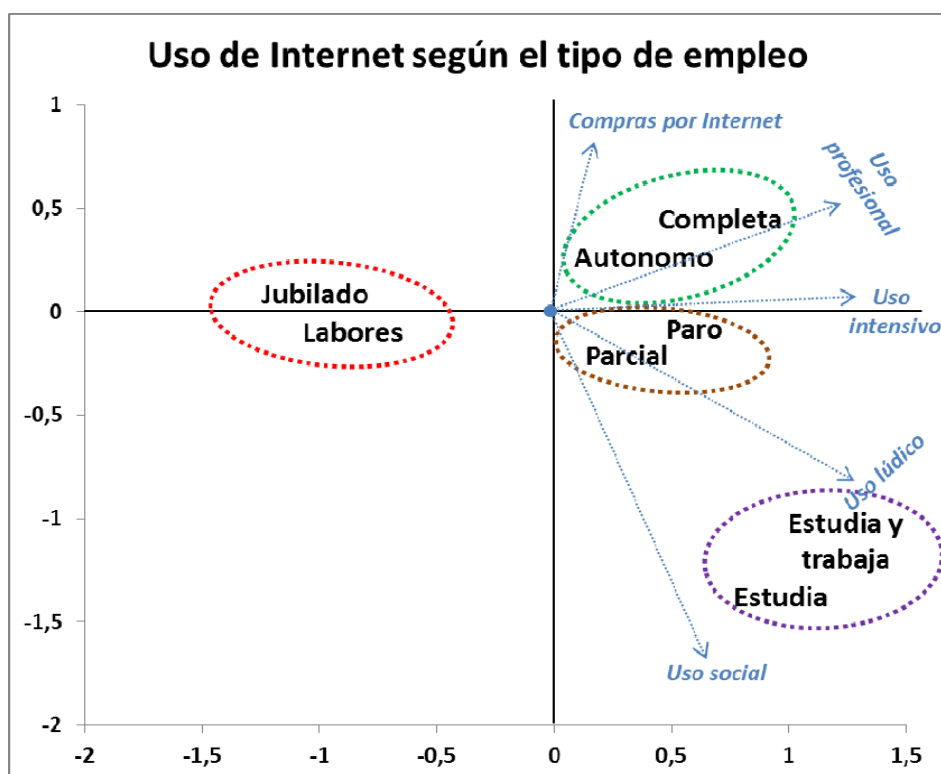


Figura. Uso de Internet según el tipo de empleo.

9.4 Uso de Internet según el ámbito urbano o rural y la provincia

El siguiente gráfico ilustra la brecha del ámbito urbano y rural. Se aprecian dos grupos, formados por Teruel rural, Zaragoza rural y Huesca rural frente al resto. Dentro de ese grupo también existe una brecha provincial, ya que Huesca rural tiene un nivel de uso similar a Teruel urbano. No obstante la brecha entre el ámbito rural y el urbano no es tan fuerte como las anteriores: edad, nivel de estudios y nivel de ingresos.

Uso de Internet según el ámbito rural o urbano

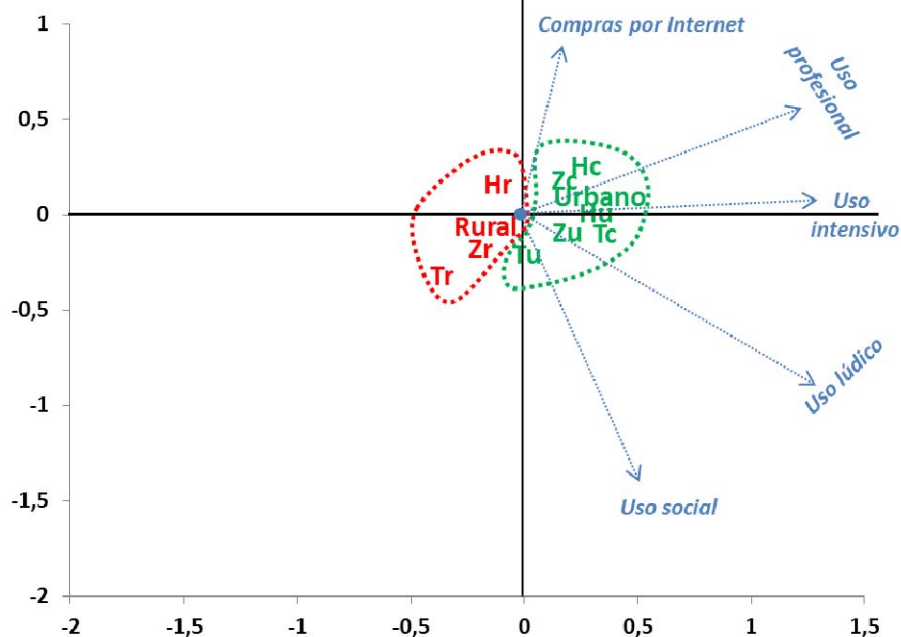


Figura. Uso de Internet según el ámbito urbano o rural.

9.5 Uso de Internet según el sexo

El siguiente gráfico permite apreciar la relación entre la brecha de género y la edad, así como la relación entre la brecha de género y el ámbito urbano o rural. Al considerar por tramos de edad, la brecha digital de género deja de existir en el colectivo de los que tienen entre 15 y 24 años, que en el mapa se identifican como M20 las mujeres y H20 los hombres. Tampoco entre los treintañeros existe brecha de género, de hecho ocupan exactamente el mismo punto en el mapa. Lo mismo puede decirse de los de cuarenta años. Sí se aprecia diferencia entre los hombres y mujeres de entre 45 y 64 años. En cuanto a los de 70 años, hombres y mujeres sufren igualmente de la brecha digital.

Prácticamente no hay diferencias entre mujeres y hombres rurales. Lo mismo puede decirse de hombres y mujeres urbanos, aunque los hombres urbanos realizan un uso más profesional ya que se ubican ligeramente en la zona superior.

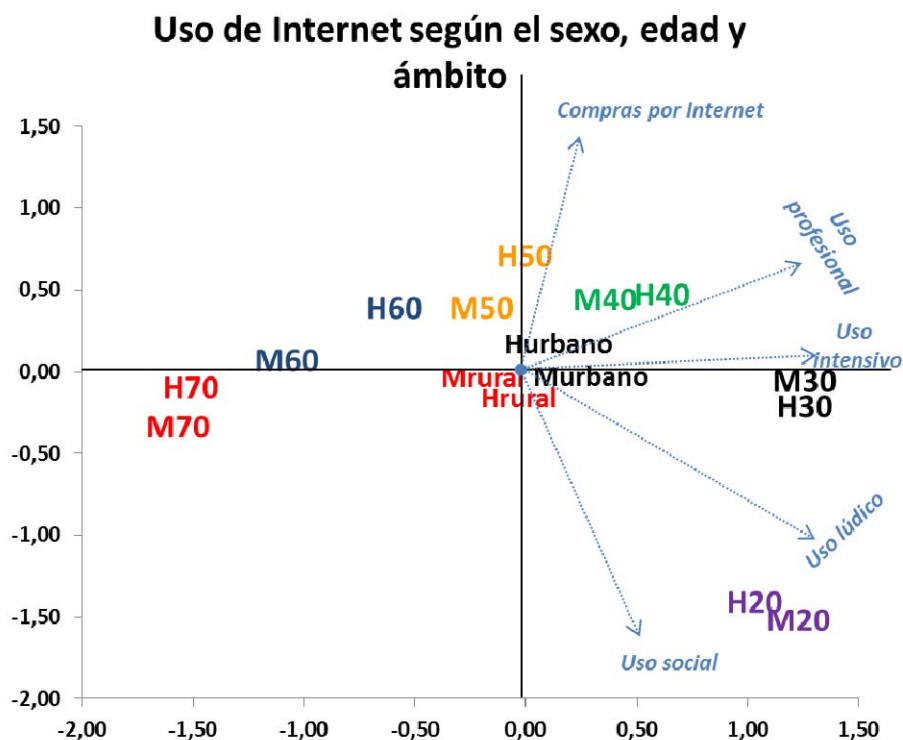


Figura. Uso de Internet según el sexo y la edad o ámbito.

La siguiente figura permite visualizar la brecha digital de género en relación con el nivel de estudios. Aunque se aprecian claramente cuatro grupos formados por otros tantos niveles educativos sí que podemos visualizar como a igualdad de nivel formativo los hombres se ubican siempre un poco más arriba, en la zona de uso más profesional de la red mientras que en la mujer predominaría el uso social. No obstante es un efecto muy leve.

Uso de Internet según sexo y nivel de estudios

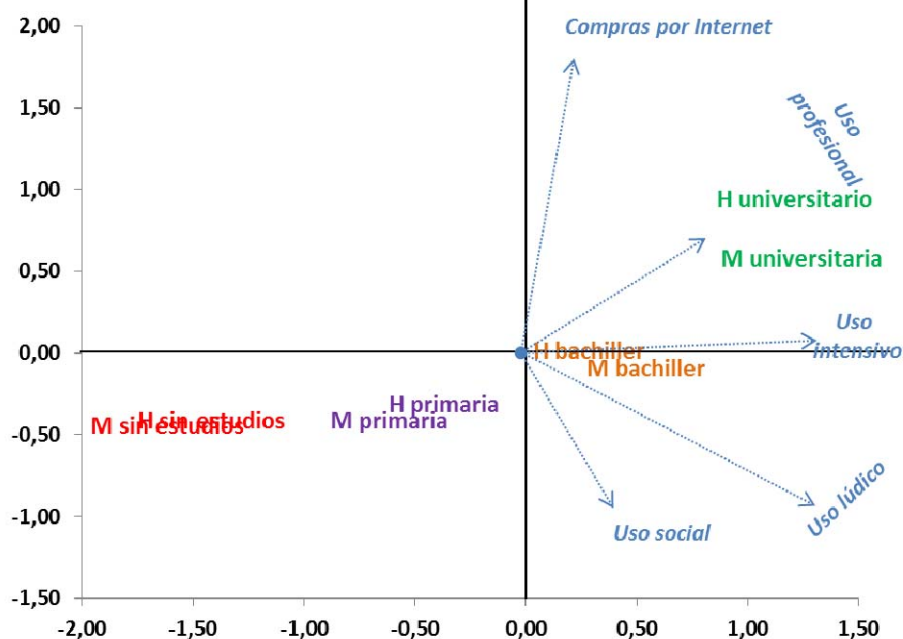


Figura. Uso de Internet según el sexo y el nivel de estudios.

La siguiente figura permite visualizar la relación entre la brecha de género y el nivel de ingresos. Se interpretan de forma similar al anterior gráfico. Si proyectamos en el eje X los resultados de hombres y mujeres prácticamente no se detectan diferencias, pero si nos fijamos en el eje Y sí que las hay. Los hombres destacan en el uso de las actividades más profesionales frente al mayor uso que las mujeres realizan de las redes sociales, especialmente cuando el nivel de ingresos aumenta.

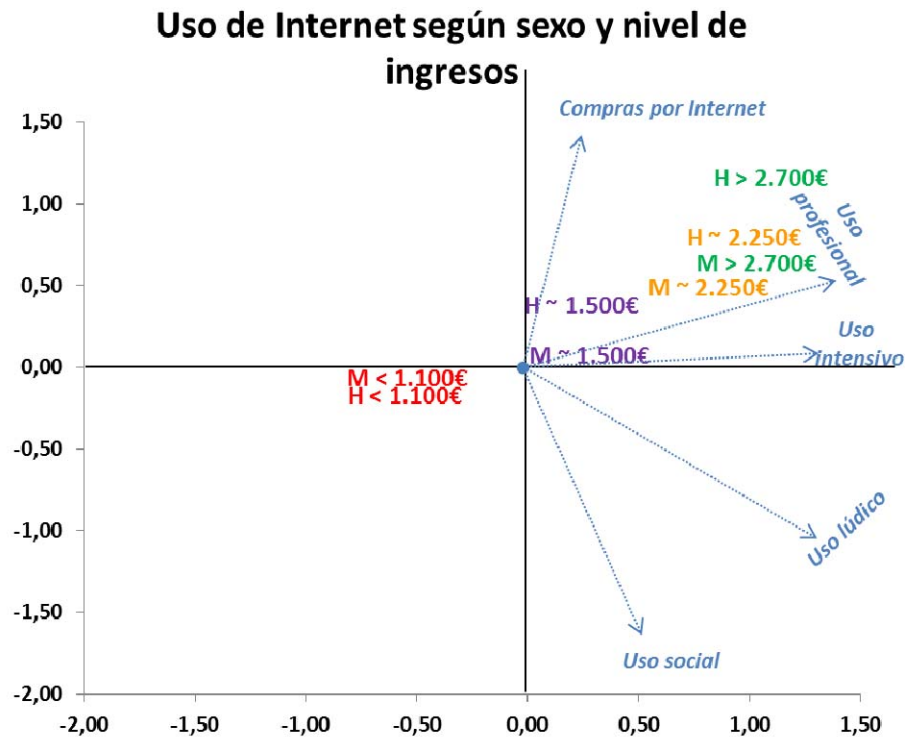


Figura. Uso de Internet según el sexo y el nivel de ingresos.

La figura siguiente considera el efecto conjunto del género y el tipo de trabajo realizado. No hay apenas diferencias entre un hombre y una mujer que estudia en el uso que hacen de Internet: ambos son por el tipo de empleo los mayores usuarios de Internet y destacan especialmente por el uso que hemos llamado lúdico o social de Internet. Tampoco hay diferencias entre hombres y mujeres jubiladas ni entre hombres y mujeres que pertenecen al colectivo sus labores: los cuatro grupos se ubican a la izquierda del mapa, en la zona de menor uso de Internet. El nivel y tipo de uso de Internet de hombres y mujeres autónomos es prácticamente idéntico como lo es también entre los trabajadores y las trabajadoras a tiempo completo. Sí se observa diferencia entre los hombres y las mujeres desempleadas, los primeros más tendentes al uso profesional de Internet y las segundas al lúdico. También hay diferencias entre los trabajadores y las trabajadoras a tiempo parcial, siendo los primeros usuarios más intensivos de Internet y con un uso más profesional.

Uso de Internet según sexo y empleo

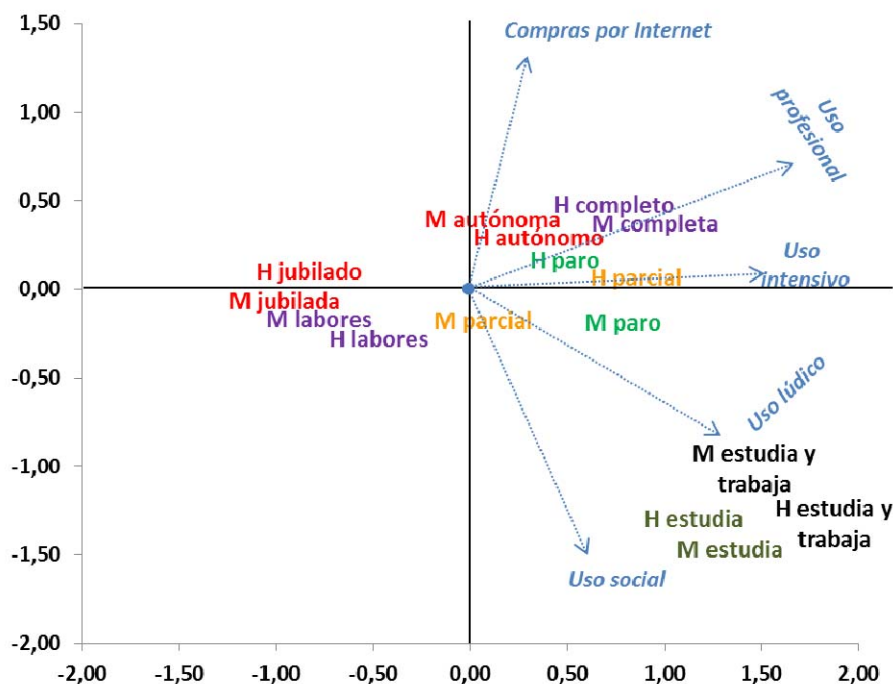


Figura. Uso de Internet según el sexo y el empleo.

La siguiente figura relaciona la brecha de género con la zona geográfica y el ámbito rural o urbano. Lo primero que destaca es que la brecha de ámbito rural vs urbano es más intensa que la brecha de género y que la brecha provincial ya que en el cuadrante inferior a la izquierda del mapa se ubican los hombres y mujeres de entorno rural, concretamente de Teruel y Zaragoza. Huesca rural, tanto en hombres como mujeres tienen una posición más próxima a lo urbano. En el medio rural no se aprecia una gran brecha de género ya que las diferencias entre hombres y mujeres de Teruel rural son escasas al igual que lo que sucede en Zaragoza rural. En cuanto a las tres capitales no se aprecia una gran brecha pero en cambio sí que se observa brecha de género, es decir, hay diferencias entre hombres y mujeres de Zaragoza, Huesca y Teruel capital.

Uso de Internet según sexo y zona geográfica

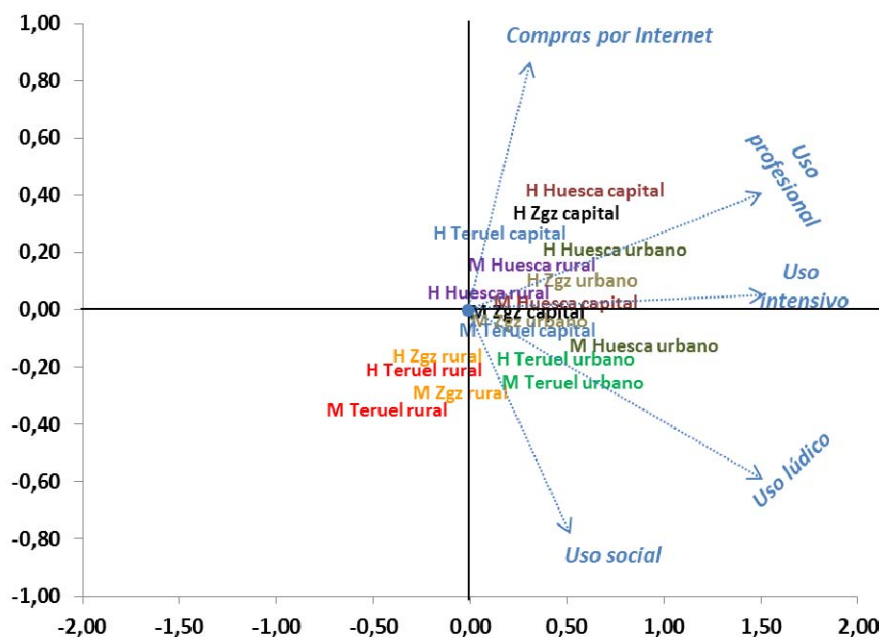
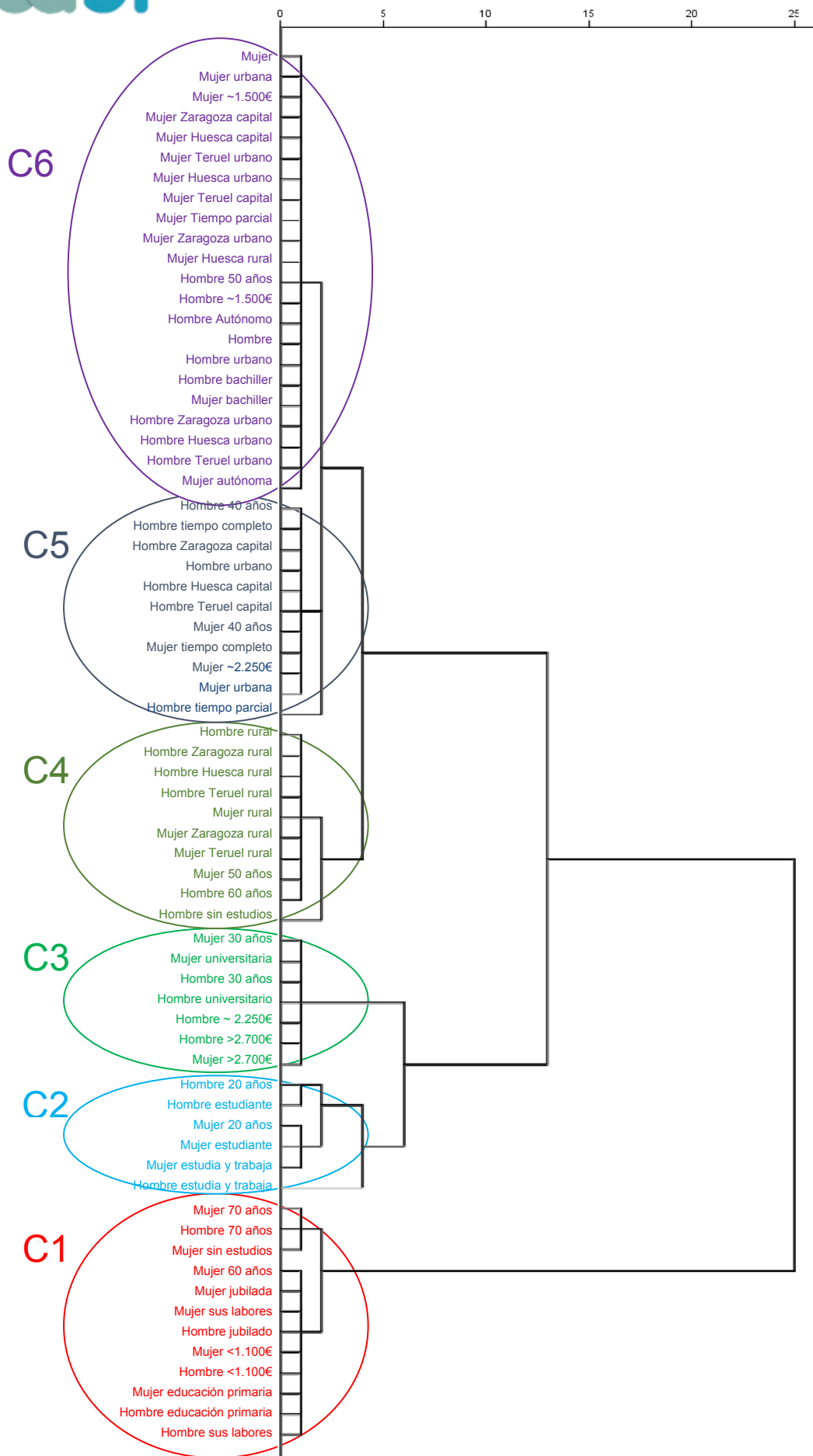


Figura. Uso de Internet según el sexo y la zona geográfica.

10 Los excluidos digitales, los que más padecen la brecha digital

En este apartado tratamos de identificar los excluidos digitales, que son los colectivos que más padecen la brecha digital. Para ello se parte de los promedios obtenidos en las 63 preguntas por parte de 68 colectivos, procedentes de los cortes que se han considerado más relevantes. A partir de esta tabla se ha realizado una técnica denominada análisis de conglomerados. El análisis de conglomerados o análisis clúster es una técnica multivariante utilizada en determinadas situaciones en las que estamos interesados en un agrupamiento de los patrones de entrada. Se emplea frecuentemente en estudios exploratorios. Con el análisis de conglomerados obtenemos una figura llamada dendrograma, gráfico que recuerda a un árbol o a un organigrama o a racimos de uva. Su objetivo será, en nuestro caso, agrupar los 68 colectivos en varios racimos de forma que los colectivos que sigan un patrón de comportamiento similar aparecerán en la figura formando parte del mismo racimo. En cuanto a los aspectos técnicos, se ha efectuado un análisis de conglomerados jerárquicos, tomando como algoritmo de agrupamiento el método de Ward y la medida de distancia elegida ha sido la distancia euclídea. La figura siguiente muestra el dendrograma obtenido, en el que se distinguen seis racimos o clústeres, identificados como C1, C2, C3, C4, C5 y C6.



El clúster C1 es un racimo aislado, se despega de todos los anteriores y está formado por los siguientes colectivos: "Mujer 70 años", "Hombre 70 años", "Mujer sin estudios", "Mujer 60 años", "Mujer jubilada", "Mujer sus labores", "Hombre jubilado", "Mujer <1.100€", "Hombre <1.100€", "Mujer educación primaria", "Hombre educación primaria" y "Hombre sus labores". En resumen, todas las personas mayores, que normalmente estarán jubiladas, las personas que tienen los ingresos más bajos, las personas sin estudios o con educación primaria, independientemente de su sexo. Los esfuerzos y las acciones de alfabetización digital para erradicar la brecha digital deben hacerse en estos colectivos. Nótese que la brecha de género no aparece como la más grave, si bien, como sabemos el colectivo "sus labores" está formado en su mayor parte por mujeres. Parecido es el caso de los jubilados y las personas de edad, dado que la esperanza de vida es superior en las mujeres que en los hombres. Tampoco hay distinción entre el ámbito rural o urbano o la provincia: la brecha afecta a estos colectivos independientemente de dónde vivan. Hay un colectivo que se echa en falta en este grupo: los "Hombres sin estudios". Ya se ha comentado que la muestra de personas sin estudios es muy pequeña y pueden surgir sesgos, en este caso algunos de los varones sin estudios de la muestra tenían unos ingresos elevados y eran usuarios de Internet. Aunque en la muestra están sobrerrepresentados todos conocemos personas con baja formación y elevados ingresos, normalmente varones, que manejan perfectamente Internet.

El segundo racimo C2 también es muy homogéneo y está perfectamente identificado: "Hombre 20 años", "Hombre estudiante", "Mujer 20 años", "Mujer estudiante", "Mujer estudia y trabaja" y "Hombre estudia y trabaja". Son las personas jóvenes y los estudiantes. Independientemente de su formación o del nivel de ingresos los jóvenes son usuarios avanzados en las nuevas tecnologías. En estos grupos no hay brecha de género ni de ámbito rural o provincia: los más jóvenes utilizan Internet y las tecnologías, independientemente del sexo o la zona geográfica. Lógicamente hay matices e incluso en el análisis de conglomerados se aprecian tres miniracimos que distinguen por sexo y entre aquellos que estudian y trabajan, ya que por su mayor nivel adquisitivo, además del uso lúdico y social, también realizan más compras por Internet o usan banca electrónica. Y como hemos visto anteriormente las personas que viven en pueblos compran más ropa por Internet que los que están en la capital. Y los varones tienen una mayor inclinación a asuntos como la descarga de juegos o software.

El tercer clúster, C3, está formado por "Mujer 30 años", "Mujer universitaria", "Hombre 30 años", "Hombre universitario", "Hombre entre 1.800€ y 2.700€", "Hombre con ingresos superiores a 2.700€" y "Mujer con ingresos superiores a 2.700€", es decir por todos los hombres y mujeres de unos 30 años, independientemente de su formación o nivel económico, por las personas con formación universitaria, independientemente de la edad u otros condicionantes, y por las personas con los ingresos más elevados, también independientemente de la edad a los que se suman los varones del segundo nivel de ingresos. Es el conglomerado que utiliza Internet con más amplitud, puesto que a diferencia



de los jóvenes estudiantes tienen dinero y compran por internet, usan la banca electrónica y se relacionan con las administraciones públicas. En el mapa multidimensional este clúster se ubicaba a la derecha, en la zona de máximo uso. Nótese cómo se incluyen en este clúster las mujeres que ganan más de 2.700€ o los hombres que ganan entre 1.800€ y 2.700€, dato que es indicativo de cierta brecha de género.

El cuarto conglomerado, C4, formado por "Hombre rural", "Hombre Zaragoza rural", "Hombre Huesca rural", "Hombre Teruel rural", "Mujer rural", "Mujer Zaragoza rural", "Mujer Teruel rural", "Mujer 50 años", "Hombre 60 años" y "Hombre sin estudios" también sufre de brecha digital, aunque no de forma tan acusada como el primero. Son los hombres y mujeres del medio rural, de cualquiera de las tres provincias, las mujeres de 50 años y los hombres de 60. El uso que hacen de Internet es muy escaso, esporádico. Todos estos colectivos necesitarían acciones formativas específicas para evitar la exclusión digital. Internet tiene mucho que ofrecer al medio rural. Gracias a la red, cualquier pequeño pueblo tiene no una sucursal bancaria sino acceso a todos los bancos, naturalmente mediante banca electrónica, así como la posibilidad de acceder a las administraciones sin desplazarse a la capital o incluso un Corte Inglés, al menos su escaparate online. Algunos de los mejores ejemplos de éxito en el comercio electrónico en Aragón han surgido en pequeñas localidades, desde Central de Reservas a Aceros de Hispania o Garden Center Ejea, pasando por Barrabés.

El quinto racimo, C5, está integrado por "Hombre 40 años", "Hombre tiempo completo", "Hombre Zaragoza capital", "Hombre urbano", "Hombre Huesca capital", "Hombre Teruel capital", "Mujer 40 años", "Mujer tiempo completo", "Mujer entre 1.800€ y 2.700€", "Mujer urbana" y "Hombre tiempo parcial". Estos colectivos están por encima de la media en cuanto al uso que hacen de Internet, las personas de cuarenta años, las que viven en capitales de provincia o las mujeres con sueldos elevados. Nótese como se incluyen en este grupo o bien las mujeres que trabajan a tiempo completo o los hombres a tiempo parcial, indicativo de cierta brecha de género.

El sexto racimo, C6, es el más numeroso y está integrado por "Mujer", "Mujer urbana", "Mujer entre 1.100€ y 1.800€", "Mujer Zaragoza capital", "Mujer Huesca capital", "Mujer Teruel urbano", "Mujer Huesca urbano", "Mujer Teruel capital", "Mujer Tiempo parcial", "Mujer Zaragoza urbano", "Mujer Huesca rural", "Hombre 50 años", "Hombre entre 1.100€ y 1.800€", "Hombre Autónomo", "Hombre", "Hombre urbano", "Hombre bachiller", "Mujer bachiller", "Hombre Zaragoza urbano", "Hombre Huesca urbano", "Hombre Teruel urbano" y "Mujer autónoma". Nótese como pertenecen al grupo tanto "Hombre" como "Mujer", que viene a ser el promedio de la muestra, porque efectivamente los colectivos que forman parte del clúster C6 representan la media tanto en ingresos como en formación y no destacan por ningún rasgo en especial.

Ficha metodológica

La encuesta sobre el "Uso de Internet en Aragón: hogares y personas", viene realizándose por el Observatorio Aragonés de Sociedad de la Información, de manera ininterrumpida desde el año 2005. Esta encuesta se dirige a hogares aragoneses y a personas físicas que habitan en la Comunidad Autónoma de Aragón, mediante entrevista telefónica asistida por ordenador (CATI), con periodicidad anual. El trabajo de campo de la encuesta que hemos analizado se realizó entre el 1 de octubre y el 29 de noviembre de 2013, en horario de 9:00 a 15:00 de lunes a viernes y de 16:00 a 18:00 de lunes a jueves. La duración media de cada entrevista en la que se ha cumplimentado todo el cuestionario fue de 10-15 minutos.

El tipo de muestreo es trietápico, estratificado por conglomerados, realizándose en el estudio de hogares según las zonas territoriales y el ámbito (urbano y rural), y en el estudio de personas según la edad y el sexo. Se lleva a cabo una distribución proporcional del número de encuestas según el número de hogares o ciudadanos correspondiente a cada uno de los grupos resultantes. Esta distribución permite que en el análisis de resultados se puedan distinguir los grupos definidos por la pertenencia a una zona territorial, a un ámbito, a un rango de edad y a uno de los dos sexos. El tamaño muestral se ha calculado a partir para un error muestral del $\pm 2,00\%$ para las personas, con un nivel de confianza del 95% y $p=q=0,5$, en ambos casos. El resultado de la muestra ha sido de 2.304 personas con la siguiente distribución en edad, nivel de estudios, renta familiar, ocupación, sexo ámbito y zona territorial:

	Número	Porcentaje
Edad:		
<i>15 a 24 años</i>	296	12,80%
<i>25 a 34 años</i>	420	18,20%
<i>35 a 44 años</i>	491	21,30%
<i>45 a 54 años</i>	463	20,10%
<i>55 a 64 años</i>	356	15,50%
<i>65 a 74 años</i>	278	12,10%
Nivel de estudios:		
<i>Sin estudios</i>	31	1,30%
<i>Primaria-ESO</i>	836	36,30%
<i>Bachillerato-FPII</i>	867	37,60%
<i>Estudios universitarios</i>	567	24,60%
<i>Ns/Nc</i>	3	0,10%
Renta familiar:		
<i>Menos de 1.100 euros</i>	448	19,40%
<i>De 1.100 a 1.800 euros</i>	480	20,80%
<i>De 1.800 a 2.700 euros</i>	275	11,90%
<i>Más de 2.700 euros</i>	147	6,40%
<i>Ns/Nc</i>	954	41,40%
Ocupación:		
<i>Cuenta ajena: completa</i>	780	33,90%
<i>Jubilado</i>	352	15,30%
<i>En paro</i>	345	15,00%
<i>Labores hogar</i>	292	12,70%

	<i>Estudia</i>	223	9,70%
	<i>Autónomo</i>	210	9,10%
	<i>Cuenta ajena: parcial</i>	76	3,30%
	<i>Estudia-trabaja</i>	24	1,00%
	<i>Ns/Nc</i>	2	0,10%
Sexo:			
	<i>Hombre</i>	1.175	51,00%
	<i>Mujer</i>	1.129	49,00%
Ámbito:			
	<i>Urbano</i>	1.686	73,20%
	<i>Rural</i>	618	26,80%
Localización:			
	<i>Zaragoza Urbano</i>	255	11,10%
	<i>Zaragoza Rural</i>	206	8,90%
	<i>Zaragoza Capital</i>	409	17,80%
	<i>Teruel Urbano</i>	257	11,20%
	<i>Teruel Rural</i>	205	8,90%
	<i>Teruel Capital</i>	255	11,10%
	<i>Huesca Urbano</i>	253	11,00%
	<i>Huesca Rural</i>	207	9,00%
	<i>Huesca Capital</i>	257	11,20%
	TOTAL	2.304	100%

Tabla. Muestra analizada

TABLA DE CONTENIDOS

<i>Resumen</i>	4
1 La brecha digital de edad	13
1.1 Uso de Internet	14
1.2 Las redes sociales	16
1.3 Relaciones con administraciones públicas	17
1.4 Compras por Internet	18
1.5 Uso del móvil	19
1.6 La evolución de la brecha digital de edad	20
2 La brecha digital de nivel educativo	20
2.1 Uso de Internet	21
2.2 Las redes sociales	23
2.3 Relaciones con administraciones públicas	23
2.4 Compras por Internet	25
2.5 Uso del móvil	26
3 La brecha digital de nivel de ingresos	26
3.1 Uso de Internet	27
3.2 Las redes sociales	28
3.3 Relaciones con administraciones públicas	29
3.4 Compras por Internet	29
3.5 Uso del móvil	30
4 La brecha digital de trabajo	31
4.1 Uso de Internet	31
4.2 Las redes sociales	33
4.3 Relaciones con administraciones públicas	34
4.4 Compras por Internet	34
4.5 Uso del móvil	35
5 La brecha digital de género	36
5.1 Uso de Internet	36
5.2 Las redes sociales	37
5.3 Relaciones con administraciones públicas	38
5.4 Compras por Internet	39

5.5	Uso del móvil	40
5.6	La brecha digital de género y la edad	40
5.7	La brecha digital de género y el trabajo	41
5.8	La brecha digital de género y el nivel de ingresos	42
5.9	La brecha digital de género y el nivel de estudios	43
5.10	La brecha digital de género y el ámbito rural o urbano	44
5.11	La brecha digital de género y la provincia	44
5.12	La evolución de la brecha digital de género	45
6	<i>La brecha digital del ámbito rural</i>	46
6.1	Uso de Internet	46
6.2	Las redes sociales	48
6.3	Relaciones con administraciones públicas	49
6.4	Compras por Internet	49
6.5	Uso del móvil	50
6.6	La evolución de la brecha digital de ámbito rural	50
7	<i>La brecha digital de zona geográfica</i>	51
7.1	Uso de Internet	51
7.2	Las redes sociales	53
7.3	Relaciones con administraciones públicas	54
7.4	Compras por Internet	54
7.5	Uso del móvil	55
8	<i>Un modelo predictivo de la brecha digital a partir de los factores determinantes</i>	56
8.1	Regresión lineal simple	58
8.2	Regresión logística	62
8.3	Regresión lineal múltiple	66
9	<i>Estudio pormenorizado de cada uno de los grupos y el uso que hacen de Internet</i>	68
9.1	Uso de Internet según la edad	70
9.2	Uso de Internet según el nivel de estudios e ingresos	74
9.3	Uso de Internet según el tipo de empleo	76
9.4	Uso de Internet según el ámbito urbano o rural y la provincia	77
9.5	Uso de Internet según el sexo	78
10	<i>Los excluidos digitales, los que más padecen la brecha digital</i>	83
	<i>Ficha metodológica</i>	87

El estudio "Las brechas digitales en Aragón-2014" ha sido elaborado por Carlos Serrano Cínca, catedrático de la Universidad de Zaragoza, y por José Félix Muñoz Soro, investigador de la Agencia Aragonesa para la Investigación y el Desarrollo (ARAID), por encargo de la Dirección General de Nuevas Tecnologías del Departamento de Industria e Innovación del Gobierno de Aragón

*Informe publicado bajo los términos de la licencia **Creative Commons-Atribución-NoComercial (CC BY-NC)***



observatorio aragonés
de la sociedad
de la información



*Dirección General
de Nuevas Tecnologías*

Departamento de
Industria e Innovación
del Gobierno de Aragón

Edificio Pignatelli.
Pº Mª Agustín 36,
puerta 30, planta 1ª
50004 Zaragoza

www.observatorioaragones.es

oasi@aragon.es

Teléfono: 976 71 5452

Fax: 976 71 4037