



Connected Women

La brecha de género móvil 2019





La GSMA representa los intereses de los operadores de telefonía móvil de todo el mundo, y une a cerca de 750 operadores con más de 350 empresas en el más amplio ecosistema de la telefonía móvil, entre ellos los fabricantes de móviles y dispositivos portátiles, empresas de software, proveedores de equipos y empresas de internet, así como organizaciones en sectores adyacentes de la industria. La GSMA también produce los eventos MWC líderes en la industria que se celebran anualmente en Barcelona, Los Ángeles y Shanghai, así como las conferencias regionales Mobile 360 Series.

Más información en el sitio web corporativo de la GSMA en: www.gsma.com
Siga a la GSMA en Twitter: @GSMA

GSMA Intelligence

GSMA Intelligence es la principal fuente de datos, análisis y pronósticos del sector mundial de operadores móviles y publica informes y estudios fidedignos sobre la industria. Nuestros datos abarcan a todos los grupos de operadores, redes y MVNO en todos los países del mundo, desde Afganistán hasta Zimbabue. Ofrecemos el conjunto de estadísticas más exacto y completo que existe sobre la industria y que incluye decenas de millones de datos individuales actualizados diariamente.

Los principales operadores, proveedores, reguladores, instituciones financieras y otros agentes de la industria confían en GSMA Intelligence para respaldar sus decisiones estratégicas y planificar sus inversiones a largo plazo. Los datos de GSMA Intelligence son un punto de referencia dentro de la industria y son citados con frecuencia en los medios de comunicación.

Nuestro equipo de analistas y expertos elaboran, con regularidad, informes de investigación con ideas novedosas sobre una variedad de temas que atañen a la industria.

www.gsmaintelligence.com
info@gsmaintelligence.com



La organización UK aid, del gobierno del Reino Unido, ha aportado ayuda financiera para la preparación de este material, sin embargo, las opiniones expresadas no reflejan necesariamente las políticas oficiales del gobierno del Reino Unido.

GSMA Connected Women

El programa Connected Women de la GSMA trabaja con operadores móviles y sus socios para eliminar las barreras que impiden a las mujeres el acceso y el uso de internet móvil y los servicios de dinero móvil. Connected Women tiene el objetivo de reducir la brecha de género en el uso de internet móvil y los servicios de dinero móvil para generar oportunidades comerciales para la industria móvil y beneficios socioeconómicos para las mujeres.

Puede consultar más información en www.gsma.com/connectedwomen



En Ipsos sentimos una inmensa curiosidad por las personas, los mercados, las marcas y la sociedad. Producimos información y análisis que facilitan y aceleran la comprensión del complejo mundo que habitamos y que ayudan a nuestros clientes a tomar decisiones más inteligentes.

Contamos con una sólida presencia en 88 países, más de 16 000 empleados y la capacidad de llevar a cabo programas de investigación en más de 100 países. Ipsos se fundó en Francia en 1975 y su control y administración están a cargo de profesionales de la investigación.

<https://www.ipsos.com>

Para este estudio, Ipsos trabajó con la GSMA como colaborador de investigación y como tal, no tiene responsabilidad alguna sobre el análisis ni las conclusiones que se exponen en este informe.



La producción de este documento ha sido financiada por Sida, la Agencia Sueca de Cooperación Internacional para el Desarrollo. Las opiniones expresadas en esta publicación no coinciden necesariamente con las de la agencia Sida. La responsabilidad del contenido de este informe recae enteramente en su autor.

Autor: Oliver Rowntree **Colaboradores de la GSMA:** Kalvin Bahia, Helen Croxson, Anne Delaporte, Michael Meyer, Matthew Shanahan, Claire Sibthorpe

El equipo del programa Connected Women de la GSMA también desea dar las gracias a las siguientes organizaciones que compartieron generosamente sus conocimientos, experiencia y datos para la preparación de este informe: LIRNEAsia, Pew Research Centre, Research ICT Africa, VK

ÍNDICE

1. Introducción	2
<hr/>	
2. Hallazgos principales	3
<hr/>	
3. La magnitud de la brecha de género móvil	8
<hr/>	
4. El reto de conectar a las personas desconectadas	17
<hr/>	
5. Más allá del acceso: la brecha de género en el uso y el gasto en telefonía móvil	32
<hr/>	
6. Los beneficios de cerrar la brecha de género móvil	36
<hr/>	
7. Recomendaciones	39
<hr/>	
Apéndice 1: Metodología	43
<hr/>	
Apéndice 2: Tablas completas de datos	47

1. Introducción

La importancia de abordar el problema persistente de la brecha de género móvil

El crecimiento experimentado recientemente por la industria móvil ha generado un aumento sin precedentes de la inclusión digital en países de ingresos bajos y medios.¹ Desde el año 2014 los operadores móviles han conectado a 700 millones de nuevos suscriptores y otros 1000 millones de personas han obtenido acceso a internet a través de un teléfono móvil, muchas de ellas por primera vez.² En la actualidad, 1700 millones de mujeres en países de ingresos bajos y medios tienen un teléfono móvil y más de 1000 millones utilizan internet móvil. Esta expansión de la telefonía móvil está haciendo del teléfono móvil una herramienta cada vez más poderosa para llevar a millones de personas información, servicios y oportunidades a los que, hasta ahora, no podían acceder.

A pesar del crecimiento indicado, la posesión de teléfonos móviles aún está muy lejos de ser universal. En los países de ingresos bajos y medios todavía hay un 15 por ciento de adultos que no tienen un teléfono móvil, y un 45 por ciento que no utilizan internet móvil. Estos suelen pertenecer a los grupos más marginados, que son desproporcionadamente personas mayores, analfabetas o de medios rurales. Además, en su mayoría son mujeres.

Si bien la posesión de teléfonos móviles y el uso de internet móvil han aumentado de forma considerable entre las mujeres, todavía hay una brecha de género persistente. El hecho de que las mujeres tengan y utilicen teléfonos móviles en menor medida no solo es un reflejo de las desigualdades de género, sino que además pueden incrementarlas. Si no se aborda el problema de la brecha de género móvil existe el riesgo de que las mujeres queden excluidas de la digitalización de las sociedades y las economías.

Se observan claramente varias barreras para la posesión y el uso de teléfonos móviles que afectan a las mujeres de un modo desproporcionado. Los obstáculos que impiden la conectividad móvil universal no van a desaparecer por sí solos, al contrario, es necesario un esfuerzo concertado y cooperación para impulsar la inclusión digital de las mujeres.

Es importante que todas las partes interesadas emprendan acciones para que las mujeres, sus familias, las comunidades y la economía se puedan beneficiar de las grandes ventajas de la telefonía móvil y del internet. La telefonía móvil puede ayudar a empoderar a las mujeres al ofrecerles una mayor conexión, seguridad y la capacidad de acceder a información y servicios. Al cerrar la brecha de género móvil también se crean importantes oportunidades comerciales y económicas.

A fin de ofrecer información sobre la cual sustentar estas acciones, este informe presenta una actualización de los datos reportados en anteriores estudios de la GSMA sobre la brecha de género móvil, realizados en 2015 y 2018, por ejemplo:

- cálculos actualizados de la magnitud de la brecha de género en la posesión de teléfonos móviles y el uso de internet móvil, y si dicha brecha se está cerrando;
- el perfil de las personas desconectadas y las barreras que les impiden tener un teléfono móvil y utilizar internet móvil; y
- por primera vez, una estimación del efecto económico de eliminar la brecha de género en el uso de internet móvil en los países de ingresos bajos y medios, así como un cálculo actualizado de la oportunidad comercial que tendría la industria móvil con la eliminación de la brecha de género móvil.

En su mayoría, los datos se han obtenido de la encuesta al consumidor de 2018 de GSMA Intelligence, en la que participaron más de 20 000 personas de 18 países de ingresos bajos y medios.³ Como base para las conclusiones de este informe también se emplearon análisis de otros estudios y datos de la GSMA, así como de otras organizaciones involucradas en la investigación de la brecha de género móvil.⁴

1. Esta denominación se basa en la clasificación de países del Banco Mundial e incluye a países que dicha institución clasifica como de ingresos bajos, ingresos medios-bajos e ingresos medios-altos.

2. GSMA Intelligence, 4.º trimestre de 2018

3. Por coherencia en el análisis, Argentina se incluye en estos 18 países, a pesar de que en 2018 el Banco Mundial clasificó al país como de ingresos altos. Todas las menciones a los datos de los países de ingresos bajos y medios que figuran en este informe incluyen a Argentina.

4. Para este estudio se utilizaron informes y datos de organizaciones como After Access, Gallup, Pew Global Attitudes and Trends, Intermedia, Alliance for Affordable Internet, Harvard Kennedy School Evidence for Policy Design y otras.

2. Hallazgos principales

1. **El número de mujeres que tienen teléfonos móviles ha aumentado significativamente en países de ingresos bajos y medios** desde 2014. El número de mujeres que tienen un móvil se ha incrementado en más de 250 millones; esto significa que actualmente el 80 por ciento de las mujeres en esos mercados posee un teléfono móvil.
2. **En los países de ingresos bajos y medios el acceso a internet se realiza principalmente a través de teléfonos móviles, en particular en el caso de las mujeres.** Hoy en día, el 48 por ciento de las mujeres en esos países hacen uso de internet móvil.
3. A pesar de eso, sigue existiendo una brecha de género móvil. **En los países de ingresos bajos y medios las mujeres tienen un 10 por ciento menos de probabilidades que los hombres de poseer un teléfono móvil;** esto significa que hay 197 millones de mujeres menos que hombres con teléfonos móviles. El crecimiento de suscriptores móviles se está desacelerando pero la brecha de género en la posesión de teléfonos móviles no se está reduciendo.
4. **En los países de ingresos bajos y medios 313 millones de mujeres menos que hombres usan internet móvil, lo que representa una brecha de género de un 23 por ciento.** Existe evidencia de que esta gran brecha de género se ha reducido gracias al rápido aumento en la adopción de servicios de internet móvil.
5. **La brecha de género móvil varía según la región y el país, pero es más amplia en Asia del Sur,** donde las mujeres tienen un 28 por ciento menos de probabilidades de poseer un teléfono móvil en comparación con los hombres y un 58 por ciento menos de probabilidades de usar internet móvil.
6. **La asequibilidad, la alfabetización y las habilidades digitales, la percepción de falta de relevancia, y las preocupaciones relativas a la seguridad personal y la protección de la información son las barreras más importantes que obstaculizan** la posesión de teléfonos móviles y el uso de internet móvil entre las mujeres. La asequibilidad –en particular de los dispositivos móviles– es la principal barrera para la posesión de teléfonos móviles, mientras que la alfabetización y las habilidades digitales son los factores más determinantes que limitan del uso de internet móvil entre quienes conocen su existencia.⁵
7. **A pesar de que en la mayoría de los mercados está aumentando el número de personas que tienen conocimiento sobre internet móvil, ese número sigue siendo mucho más bajo entre las mujeres que entre los hombres.**
8. La brecha de género móvil abarca más que solo la posesión y el acceso: incluso **cuando las mujeres tienen un teléfono móvil utilizan menos servicios móviles que los hombres.** Ese es el caso en casi todos los países de ingresos bajos y medios.
9. La brecha en el uso también se ve reflejada en el gasto en telefonía móvil. **En los países de ingresos bajos y medios, las mujeres que poseen un teléfono móvil gastan en servicios móviles, en promedio, un 17 por ciento menos que los hombres.**⁶ Esta brecha en el gasto se manifiesta incluso en países en los que no existe una brecha de género en la posesión de teléfonos móviles ni en el uso de internet móvil. Para los operadores de todos los mercados esto supone una oportunidad de incrementar el ARPU⁷ mediante la equiparación en el uso.
10. Cerrar las brechas de género en relación con la posesión y el uso de teléfonos móviles presenta una oportunidad comercial importante para la industria móvil. **Si los operadores móviles lograsen cerrar esas brechas de género en los países de ingresos bajos y medios para el año 2023, la industria móvil se beneficiaría de unos 140 000 millones de dólares adicionales en ingresos durante los próximos cinco años.**
11. La GSMA calcula que **al cerrar la brecha de género en el uso de internet móvil en los países de ingresos bajos y medios se podría generar en esos países un crecimiento del PIB de 700 000 millones de dólares durante los próximos cinco años** (es decir, un 0,7 por ciento adicional de crecimiento del PIB).⁸

5. Se refiere a las principales barreras al uso de internet móvil para las personas encuestadas que habían utilizado un teléfono móvil en los últimos tres meses y que tenían conocimiento sobre internet móvil pero no la habían usado.

6. Se refiere al gasto entre propietarios de teléfonos móviles tanto masculinos como femeninos.

7. Promedio de ingresos por usuario

8. Estimaciones de GSMA Intelligence basadas en modelos

EN LOS PAÍSES DE INGRESOS BAJOS Y MEDIOS:

 El **80%**

de las mujeres ahora posee un teléfono móvil

Esto supone un aumento de

250 millones 

de mujeres desde 2014

El **48%**



de las mujeres ahora usa internet móvil



y los móviles son el **principal medio** de acceso a internet

Aún existe una **brecha de género** en la posesión de teléfonos móviles: las mujeres tienen un

 **10%** menos de probabilidades

de tener uno que los hombres

197 millones

de mujeres menos que hombres poseen un teléfono móvil



313 millones

de mujeres menos que hombres usan internet móvil

Las mujeres tienen un



23% menos de probabilidades

que los hombres de usar internet móvil

La **brecha de género** móvil es más grande en **Asia del Sur** donde las mujeres tienen un

 **28%** menos de probabilidades

que los hombres de poseer un móvil

y un **57%** menos de probabilidades

de usar internet móvil



El número de personas que tienen **conocimiento sobre** internet móvil está creciendo en la mayoría de los mercados






pero **sigue siendo más bajo** entre las mujeres

EN LOS PAÍSES DE INGRESOS BAJOS Y MEDIOS:

Posesión de teléfonos móviles





Principales barreras para las mujeres:

-  1. Asequibilidad
-  2. Alfabetización y habilidades digitales
-  3. Seguridad personal y protección de la información
-  4. Relevancia



Uso de internet móvil

Principales barreras para las mujeres que tienen conocimiento sobre internet móvil:

-  1. Alfabetización y habilidades digitales
-  2. Asequibilidad
-  3. Relevancia
-  4. Seguridad personal y protección de la información




Incluso entre quienes poseen un teléfono móvil existe una brecha de género en cuanto al uso:



Las mujeres usan **menos** servicios móviles

Las mujeres que tienen un teléfono móvil gastan un

17%  menos

que los hombres en servicios móviles, lo que para los operadores supone una oportunidad para aumentar el ARPU mediante la equiparación en el uso

Eliminar la brecha de género en la posesión y el uso de teléfonos móviles para el año 2023 generaría unos



\$140
mil millones
adicionales en ingresos
para la industria móvil
a lo largo de 5 años

Cerrar la brecha de género en el uso de internet móvil para el año 2023 generaría un crecimiento del PIB de unos

 **\$700**
mil millones

en estos países a lo largo de 5 años



DEFINICIONES PERTINENTES A ESTE INFORME



BRECHA DE GÉNERO

La brecha de género en la posesión de teléfonos móviles y en el uso de internet móvil se calcula de acuerdo a la siguiente fórmula:

Brecha de género
en la posesión /
el uso (%)

=



Propietarios / usuarios
masculinos (% de
población masculina)

—



Propietarias / usuarias
femeninas (% de
población femenina)



Propietarios / usuarios masculinos
(% de población masculina)



PROPIETARIOS DE TELÉFONOS MÓVILES

En este informe se emplean indistintamente los términos «propietarios de teléfonos móvil» y «propietarios de móviles» para referirse a las personas que utilizan de forma exclusiva o predominante una tarjeta SIM o un teléfono móvil que no requiera una tarjeta SIM, y que la/lo utilice al menos una vez al mes. La gran mayoría de propietarios de tarjetas SIM también utilizan de forma exclusiva o predominante un solo equipo móvil (en promedio en 94 por ciento en los países de la muestra).



PERSONAS DESCONECTADAS

«Personas desconectadas» o «población desconectada» se refiere a las personas que no son propietarias de teléfonos móviles, según la definición anterior.



USUARIOS DE INTERNET MÓVIL

Los «usuarios de internet móvil» son las personas que han utilizado internet en un teléfono móvil al menos una vez en el transcurso de los últimos tres meses.⁹ Los usuarios de internet móvil no tienen por qué ser propietarios de un teléfono móvil, basta con que accedan a internet móvil a través de, por ejemplo, el teléfono móvil de otra persona.

9. A los encuestados se les preguntó: «¿Alguna vez has utilizado internet en un teléfono móvil? Piensa en todas las maneras distintas de usar internet en un teléfono móvil. Por ejemplo, las personas usan internet en sus teléfonos móviles para visitar sitios web (p. ej. Google o Amazon), entrar a redes sociales (p. ej. Facebook, Twitter, YouTube, Weibo), enviar correos electrónicos o mensajes instantáneos (p. ej. WhatsApp, Snapchat, WeChat, LINE) o descargar aplicaciones móviles». Son usuarios de internet móvil las personas que respondieron «Sí, he usado internet en un teléfono móvil en el transcurso de los últimos tres meses».

3. La magnitud de la brecha de género móvil

El acceso y el uso de la telefonía móvil han crecido de forma drástica en los países de ingresos bajos y medios durante los últimos años, pero ese crecimiento no ha sido equitativo. En esos mercados sigue existiendo una brecha de género tanto en la posesión de teléfonos móviles como en el uso de internet móvil. Esa brecha es considerablemente más

amplia en ciertas regiones, en particular en Asia del Sur y en África Subsahariana. La brecha de género puede variar de forma considerable incluso dentro de un mismo país o región, de modo que es importante tener conocimiento de la brecha en el contexto local antes de tomar medidas para eliminarla.

La brecha de género en la posesión de teléfonos móviles

Ha aumentado el número de mujeres que son propietarias de un teléfono móvil, pero sigue existiendo una brecha de género de un 10 por ciento

Desde el año 2014 el número de mujeres en los países de ingresos bajos y medios que tienen un teléfono móvil ha aumentado en más de 250 millones, esto quiere decir que el 80 por ciento de las mujeres en esos mercados ahora son propietarias de teléfonos móviles. No obstante, los porcentajes de posesión de móviles varían según la región. En Asia del Sur solo un 62 por ciento de las mujeres tienen un teléfono móvil (véase la figura 1). En los países de ingresos bajos y medios las mujeres tienen un 10 por ciento menos de probabilidades que los hombres de poseer un móvil.

Esto significa que persiste la brecha de género a pesar de los esfuerzos continuos y las intervenciones de la industria móvil y de otras partes interesadas, que han contribuido a aumentar de forma importante la posesión de teléfonos móviles entre las mujeres.¹⁰ Las partes interesadas tendrán que trabajar de forma concertada y coordinada para que los 433 millones de mujeres que siguen desconectadas en los países de ingresos bajos y medios lleguen a poseer un teléfono móvil.

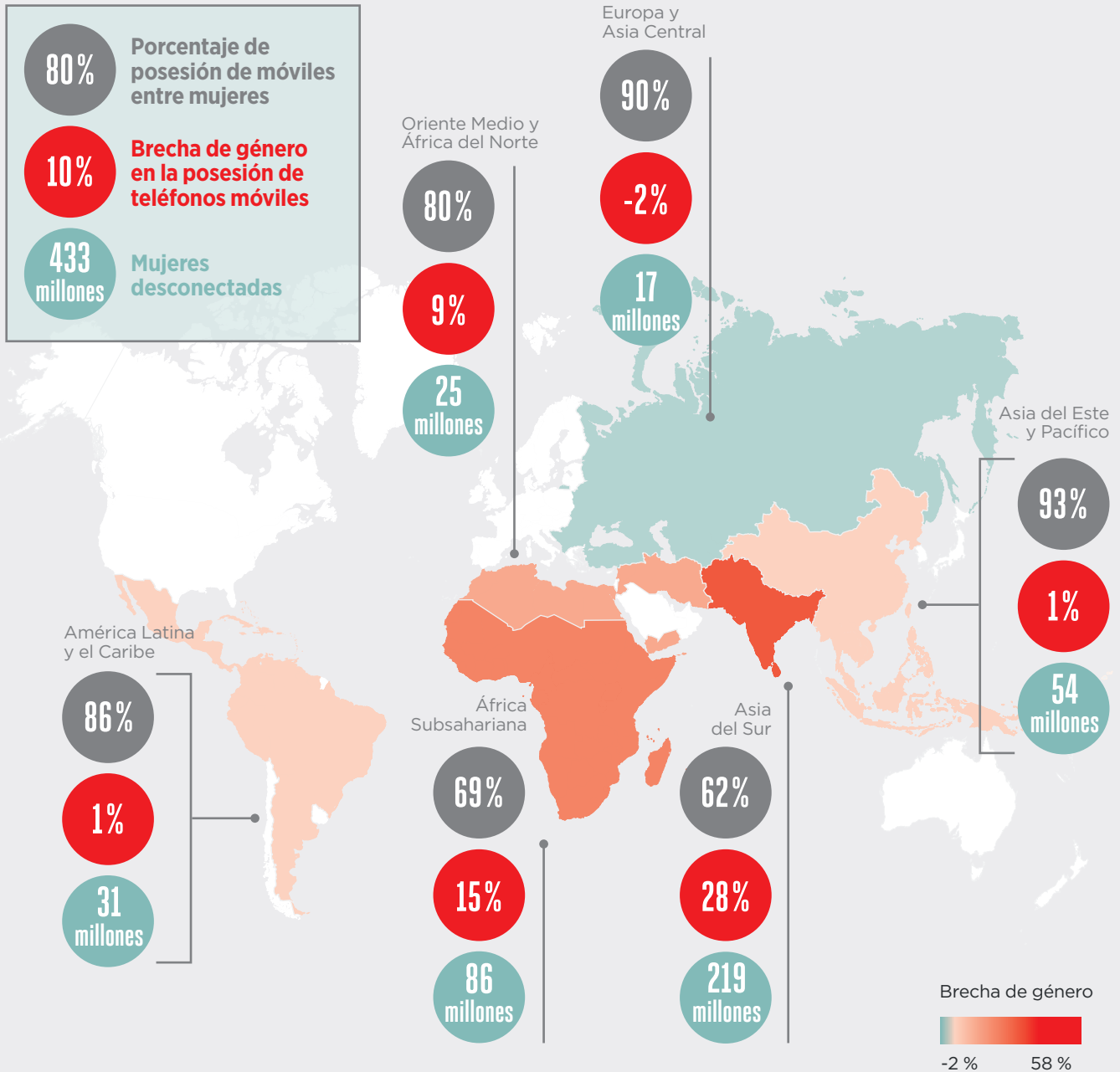
10. Entre 2017 y 2018 44 millones de mujeres se convirtieron en propietarias de teléfonos móviles en los países de ingresos bajos y medios, aumentando la penetración de suscriptoras únicas del 79 al 80 por ciento.

Figura 1

La brecha de género en la posesión de teléfonos móviles en los países de ingresos bajos y medios, por región

Muestra: Población adulta total

EN TOTAL



Fuente: GSMA Intelligence, 2018

La brecha de género indica la magnitud de la diferencia entre mujeres y hombres con respecto a la menor probabilidad de las mujeres de poseer un teléfono móvil.

«Poseer un teléfono móvil» se define como hacer uso, de forma exclusiva o predominante, de una tarjeta SIM (o de un teléfono móvil que no requiera una tarjeta SIM), y utilizarla al menos una vez al mes.

En base a resultados de encuestas o datos modelizados para adultos mayores de 18 años de edad.

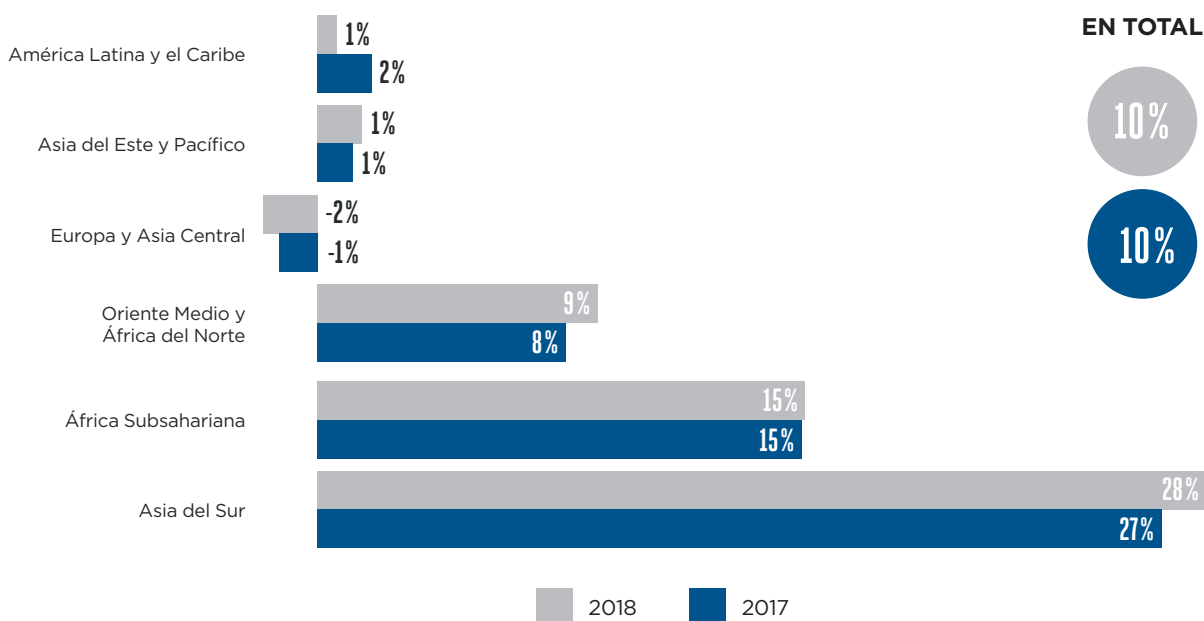
Entre 2017 y 2018 la brecha de género general en la posesión de teléfonos móviles en los países de ingresos bajos y medios permaneció igual, salvo por unos cambios mínimos a nivel regional (véase la figura 2). Si bien es posible que no se detecten cambios significativos a lo largo de un periodo de solo un año, la revisión de diversos conjuntos de datos longitudinales desglosados por género aportados por terceros dio pocos indicios de que la brecha de género

en la posesión de teléfonos móviles se esté reduciendo a nivel nacional o regional.¹¹ Además, varias fuentes también indicaron una variación considerable y volatilidad interanual en las brechas de género móviles a nivel nacional. En general, existen escasas pruebas de que la brecha de género en la posesión de teléfonos móviles haya disminuido de manera significativa durante los últimos cinco años.

Figura 2

La brecha de género en la posesión de teléfonos móviles por región: comparación entre 2017 y 2018

Muestra: Población total en países de ingresos bajos y medios



Fuente: GSMA Intelligence, 2018

La brecha de género indica la magnitud de la diferencia entre mujeres y hombres con respecto a la menor probabilidad de las mujeres de poseer un teléfono móvil.

«Poseer un teléfono móvil» se define como hacer uso, de forma exclusiva o predominante, de una tarjeta SIM (o de un teléfono móvil que no requiera una tarjeta SIM), y utilizarla al menos una vez al mes.

Los promedios regionales se calcularon a partir de datos obtenidos a nivel nacional.

En base a resultados de encuestas o datos modelizados para adultos mayores de 18 años de edad.

11. Los datos revisados para determinar esto procedieron, entre otras fuentes, de After Access, Financial Inclusion Insights (FII) de Intermedia, Gallup World Poll y Pew Global Attitudes and Trends. En el apéndice I se pueden consultar más detalles sobre el método empleado para esta revisión.



Brecha de género también en el uso de internet móvil

La brecha de género en el uso de internet móvil es más amplia que la que existe en la posesión de teléfonos móviles en todas las regiones.

La brecha de género va más allá de la posesión de teléfonos móviles. Incluso entre propietarios de móviles existe una brecha de género en el uso de los servicios móviles, que se incrementa aún más en el caso de los servicios basados en internet (esto se analiza en más detalle en la sección 5).

El acceso a internet móvil ha ido en aumento y desde el año 2014 se han registrado mil millones nuevos suscriptores de internet móvil en los países de ingresos bajos y medios. No obstante, los índices de penetración de internet móvil se mantienen muy por debajo de los de posesión de teléfonos

móviles. Por ejemplo, en los países de ingresos bajos y medios el 80 por ciento de las mujeres tienen un móvil, pero sólo el 48 por ciento utiliza internet móvil. Además, a pesar del aumento en la adopción de servicios de internet móvil en dichos países, las mujeres de esos mercados tienen un 23 por ciento menos de probabilidades de usarlos que los hombres. Esto significa que en los países de ingresos bajos y medios 313 millones de mujeres menos que hombres utilizan internet móvil, lo que representa un total de 1100 millones de mujeres que todavía no tienen acceso a internet móvil (véase la figura 3).

La brecha de género de internet móvil sigue siendo amplia, pero parece haberse reducido con el incremento en la adopción

El servicio de internet móvil es relativamente nuevo en comparación con el servicio básico de voz o el de mensajes de texto y los índices de siguen siendo bajos, además de estar concentrados en las zonas urbanas con mayores ingresos. Los primeros usuarios del servicio han sido, de manera desproporcionada, hombres, lo que ha generado una brecha de género de magnitud considerable.

No obstante, existen indicios de que esta brecha se ha reducido. En los países de ingresos bajos y medios las mujeres todavía tienen un 23 por ciento menos de probabilidades que los hombres de usar internet móvil, pero esto representa una reducción de la brecha de género, pues en 2017 esa cifra era del 26 por ciento.¹² En gran medida, esto se debe a la disminución de la brecha de género en

el uso de internet móvil en la India, donde los cambios en la dinámica del mercado han hecho que ese servicio sea más asequible. Según el Índice de Conectividad Móvil de la GSMA, que hace un seguimiento de los diferentes países en cuanto a los factores clave que facilitan el acceso a internet móvil y su uso, entre 2014 y 2017 se registró en la India un incremento de 26 puntos porcentuales en la asequibilidad de internet móvil; se trata del incremento más alto registrado en cualquier país en ese periodo.¹³ Es probable que esto haya contribuido a la reducción de la brecha de género en la India durante el último año. No obstante, sin disponer de más datos longitudinales comparativos resulta difícil determinar si esta reducción en la brecha de género en el uso de internet móvil podrá continuar a nivel nacional o regional.



Los países de ingresos bajos y medios dependen de los teléfonos móviles para el acceso a internet

En 18 países de ingresos bajos y medios donde llevamos a cabo encuestas mediante entrevistas personales, un promedio de un 57 por ciento de los encuestados que habían usado internet en los tres meses anteriores habían accedido exclusivamente a través de un teléfono móvil. En el caso de las encuestadas que habían usado internet en los tres meses anteriores, este promedio ascendió a 61 por ciento y en casi todos los países del estudio se observó que las mujeres dependen en mayor proporción de los móviles para acceder a internet.¹⁴ Esta dependencia en los teléfonos móviles para el acceso a internet demuestra la importancia de abordar el problema de la brecha de género en el uso de internet móvil.

Esta tendencia de acceso a internet a través de teléfonos móviles está mucho más extendida en países con niveles más bajos de penetración de internet. Por ejemplo, en Bangladés el 89 por ciento de las personas que acceden mensualmente a internet lo hacen solo a través de un teléfono móvil, en comparación con el 30 por ciento en Argentina, donde la penetración de internet es más alta. Por lo tanto, la telefonía móvil está desempeñando un papel importante en el aumento del acceso a internet en las economías digitales menos desarrolladas.

12. The Mobile Gender Gap Report 2018, GSMA, 2018

13. <https://www.mobileconnectivityindex.com>; «State of Mobile Internet Connectivity 2018», GSMA, 2018

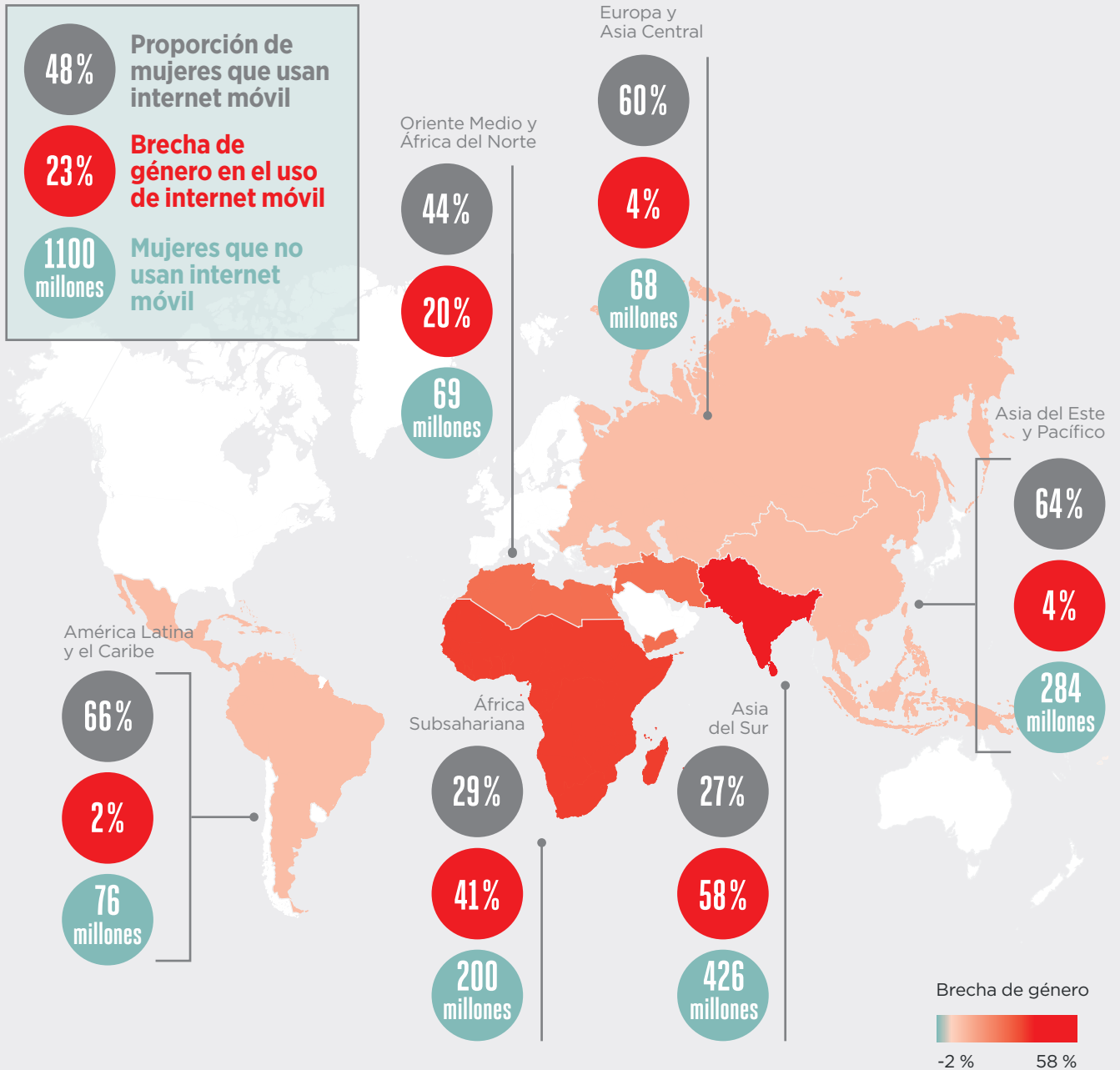
14. Se preguntó a los encuestados «¿Alguna vez has utilizado internet en un teléfono móvil? Piensa en todas las maneras distintas de usar internet en un teléfono móvil» y «En cuanto a otros dispositivos distintos a un teléfono móvil, ¿alguna vez has utilizado internet en una computadora, computadora portátil o en una tableta?». Se compararon las respuestas para determinar la variedad de dispositivos empleados para acceder a internet y si habían utilizado internet en un teléfono móvil. Las excepciones fueron Argelia y la India. En este último país, el 68 por ciento de los hombres que usan internet mensualmente accedieron exclusivamente a través del teléfono móvil, en comparación con el 61 por ciento de las mujeres usuarias.

Figura 3

La brecha de género en el uso de internet móvil en países de ingresos bajos y medios, por región

Muestra: Población adulta total

EN TOTAL



Fuente: GSMA Intelligence, 2018

La brecha de género indica la magnitud de la diferencia entre mujeres y hombres con respecto a la menor probabilidad de las mujeres de usar internet móvil.

Se considera que una persona hace «uso de internet móvil» cuando ha utilizado internet en un teléfono móvil al menos una vez en el transcurso de los últimos tres meses.

Los usuarios de internet móvil no tienen por qué ser propietarios de un teléfono móvil, por lo que las cifras anteriores también incluyen a quienes han usado internet móvil en el teléfono móvil de otra persona.

En base a resultados de encuestas o datos modelizados para adultos mayores de 18 años de edad.

Las brechas de género a nivel nacional son más amplias en los lugares donde la penetración móvil es más baja

Asia del Sur y África Subsahariana presentan las brechas de género más grandes en la posesión de teléfonos móviles y en el uso de internet móvil

Dentro de los países de ingresos bajos y medios, los mercados de América Latina y los más desarrollados de Asia, como China, presentan los índices más altos de posesión de teléfonos móviles y de uso de internet móvil, mientras que los del África Subsahariana y Asia del Sur tienen los índices más bajos de posesión de móviles y unos índices particularmente bajos de uso de internet móvil.

Las brechas de género en la posesión de teléfonos móviles y en el uso de internet móvil también tienden a ser más marcadas en los lugares donde la penetración es más baja, como en África Subsahariana y Asia del Sur. Por ejemplo, Mozambique tiene el índice más bajo de penetración móvil de todos los mercados analizados, con un 52 por ciento en total, y la tercera brecha de género más grande en cuanto a la posesión de teléfonos móviles, de un 24 por ciento.¹⁵ Esta situación se observa también en las zonas rurales y urbanas (véase la figura 4). Las zonas rurales suelen tener una penetración móvil más baja que las zonas urbanas y,

tal como lo han demostrado estudios anteriores de la GSMA, la brecha de género rural también es más amplia en casi todos los países analizados.¹⁶

Las diferencias entre la posesión de teléfonos móviles y el uso de internet móvil también reflejan este fenómeno. En la mayoría de los países el uso de internet móvil es considerablemente más bajo que el índice de posesión de móviles, y la brecha de género en el uso de internet móvil es sustancialmente más amplia. Las excepciones son aquellos países en los que la penetración es más alta, por ejemplo, los de América Latina y China, donde las brechas de género tanto en la posesión de móviles como en el uso de internet móvil son insignificantes o inversas.¹⁷ No obstante, es importante tener en cuenta no solo la posesión de móviles sino también el nivel de uso, dado que incluso en esos mercados más desarrollados se observan algunas brechas de género. Este punto se abordará de forma más detallada en la sección 5.



15. La brecha de género más marcada en cuanto a la posesión de móviles se observó en Pakistán, donde las mujeres tienen un 37 por ciento menos de probabilidades que los hombres de poseer un teléfono móvil; en Bangladés se observó la segunda brecha de género más grande, de un 33 por ciento.

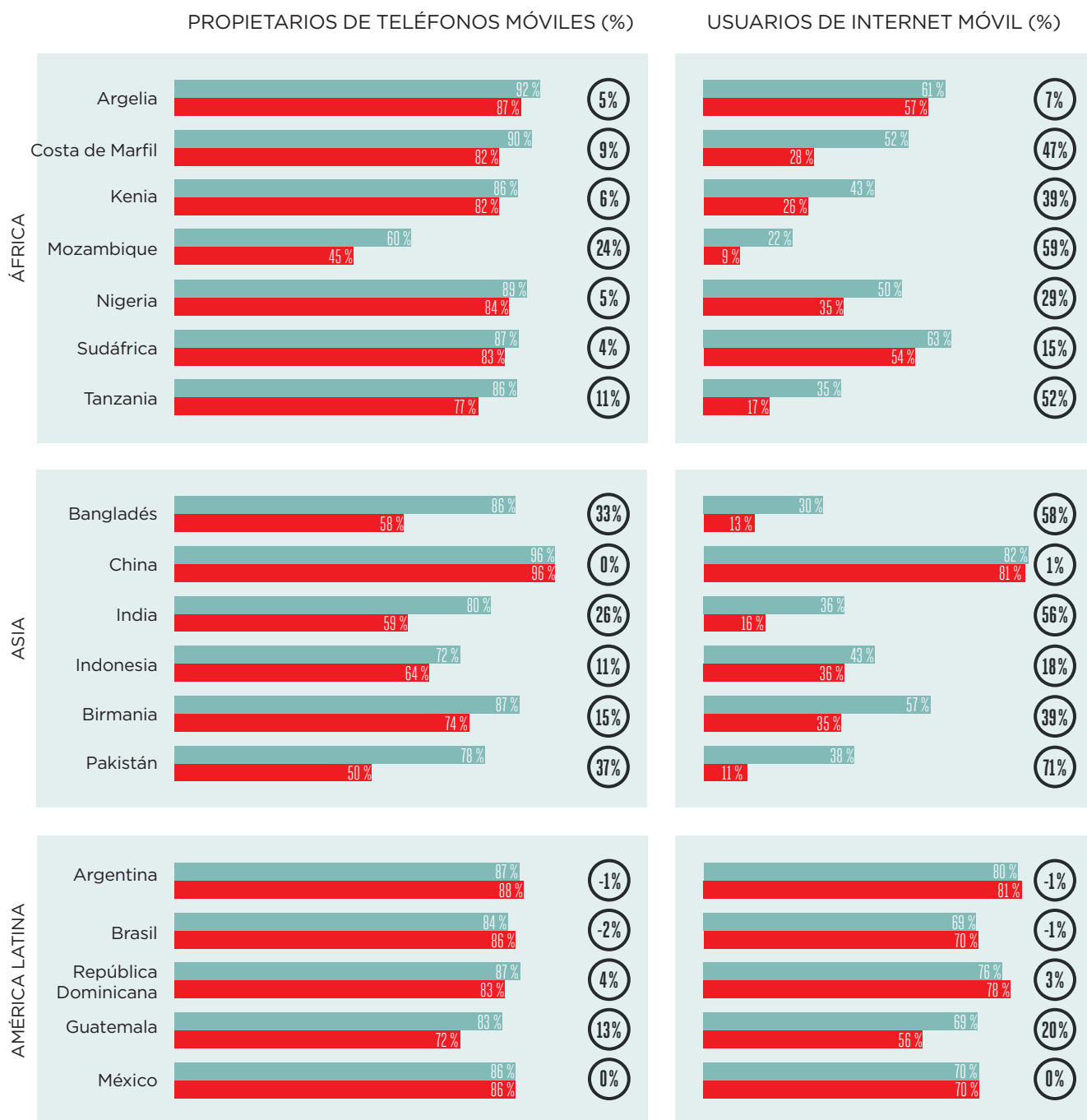
16. Véase «[Cerrando la brecha de género: Uso y acceso móvil en países de ingresos bajos y medios](#)», GSMA, 2015, y «[The Mobile Gender Gap Report 2018](#)», GSMA, 2018

17. Una brecha de género inversa significa que el índice de posesión o de uso es más alto entre las mujeres que entre los hombres.

Figura 4

Penetración de teléfonos móviles y de internet móvil

Porcentaje de población adulta total, por país y por género



= Brecha de género

Fuente: Encuesta al consumidor de GSMA Intelligence, 2018

Muestra: Población total mayor de 18 años de edad

Los «propietarios de teléfonos móviles» son aquellas personas que hacen uso, de forma exclusiva o predominante, de una tarjeta SIM (o un teléfono móvil que no requiera una tarjeta SIM) y que la utiliza al menos una vez al mes.

Un «usuario de internet móvil» es una persona que ha utilizado internet en un teléfono móvil al menos una vez en el transcurso de los últimos tres meses.

Los usuarios de internet móvil no tienen que ser necesariamente propietarios de un teléfono móvil. La brecha de género en la posesión de teléfonos móviles y en el uso de internet móvil indica la magnitud de la diferencia entre mujeres y hombres con respecto a la menor probabilidad de las mujeres de poseer un teléfono móvil (o de usar internet móvil).

n= de 508 a 1118 para las mujeres y n= de 438 a 1228 para los hombres

La brecha de género móvil es más grande en los países de ingresos más bajos

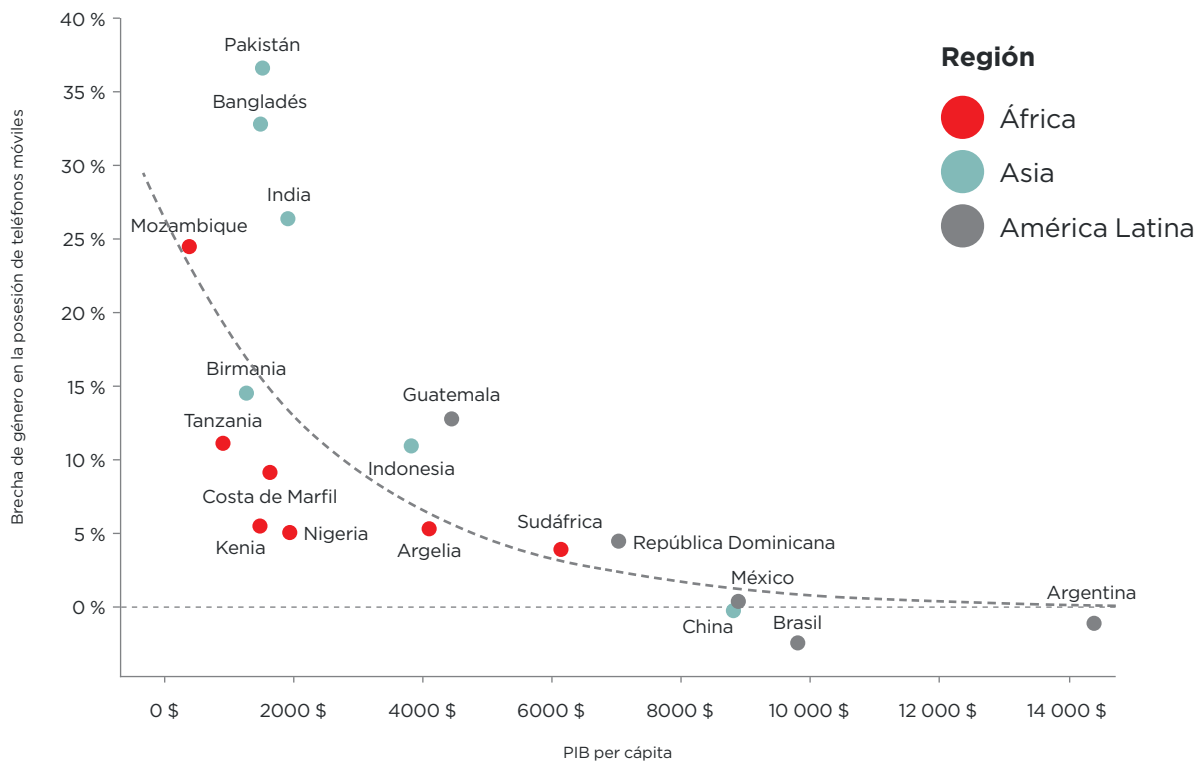
La brecha de género en la posesión de teléfonos móviles está estrechamente vinculada al PIB per cápita y las brechas más amplias normalmente se observan en países con los niveles de ingresos más bajos (véase la figura 5). No obstante, la brecha es desproporcionadamente amplia en Asia del Sur en relación con el PIB de esos mercados. La causa probablemente sean las normas sociales que limitan la posibilidad de las mujeres de tener un teléfono móvil.

Esto respalda las conclusiones de estudios anteriores sobre la brecha de género móvil, como los realizados por After Access,¹⁸ según los cuales la brecha de género móvil se relaciona de forma general con el producto interno bruto (PIB) per cápita.

Figura 5

El PIB per cápita y la brecha de género en la posesión de teléfonos móviles

Muestra para la posesión de teléfonos móviles: Población adulta femenina total



Fuente: GSMA Intelligence, 2018, y datos del Banco Mundial: Indicadores del desarrollo mundial

La brecha de género indica la magnitud de la diferencia entre mujeres y hombres con respecto a la menor probabilidad de las mujeres de poseer un teléfono móvil.

«Poseer un teléfono móvil» se define como hacer uso, de forma exclusiva o predominante, de una tarjeta SIM (o de un teléfono móvil que no requiera una tarjeta SIM), y utilizarla al menos una vez al mes.

En base a resultados de encuestas o datos modelizados para adultos mayores de 18 años de edad.

18. «Understanding the gender gap in the Global South», After Access, 2018

4. El reto de conectar a las personas desconectadas

La desaceleración del crecimiento del número de suscriptores móviles pone en riesgo la inclusión digital de las mujeres

Los niveles de penetración móvil ya se sitúan por encima de las dos terceras partes de la población mundial, pero estudios anteriores de la GSMA indican¹⁹ que el crecimiento en el número de suscriptores móviles se ha desacelerado en todo el mundo y eso constituye un obstáculo importante para la eliminación de la brecha de género móvil. Dado que

las mujeres suponen una parte desproporcionadamente grande de la población que sigue desconectada, si el número de suscriptores móviles no aumenta de forma continua no será posible cerrar la brecha de género en la posesión de teléfonos móviles en los países de ingresos bajos y medios.

Características demográficas de las personas desconectadas

El resto de la población desconectada en los países de ingresos bajos y medios está conformada principalmente por grupos demográficos sujetos a desigualdades estructurales que dificultan la adopción y el uso de la tecnología móvil. Las personas desconectadas tienen una probabilidad mucho mayor que los propietarios de móviles de ser:

- de zonas rurales;
- desempleadas;
- analfabetas o semianalfabetas; y
- mayores de 45 años (véase la figura 6).

La mayoría de las personas desconectadas son mujeres

Las personas desconectadas también tienen una probabilidad desproporcionadamente alta de ser mujeres: en los países de ingresos bajos y medios las mujeres representan el 60 por ciento de la población desconectada. La mayoría de las personas que no poseen un teléfono móvil son mujeres por dos motivos principales:

1. Los grupos demográficos enumerados arriba están formados por una mayoría de mujeres. Además, los obstáculos que impiden a las mujeres poseer teléfonos móviles se ven amplificados por los siguientes factores:
 - en comparación con los hombres, es menos probable que las mujeres tengan un empleo remunerado, lo cual limita su independencia económica;²⁰
 - cuando tienen un empleo remunerado ganan en promedio menos que los hombres;²¹ y
 - es menos probable que hayan recibido una educación completa, lo cual se traduce en unos niveles más bajos de alfabetización.

2. En muchos países existen normas sociales restrictivas que pueden influir sobre la posibilidad de las mujeres de poseer un móvil, por ejemplo:
 - considerar la posesión de un teléfono móvil algo inadecuado para las mujeres; o
 - limitar las posibilidades de las mujeres de visitar establecimientos para la recarga de sus móviles.

Estas normas sociales restrictivas son particularmente prevalentes en países en los que las desigualdades de género son más marcadas, como en Asia del Sur.²²

La brecha de género móvil probablemente persistirá a menos que las acciones de las partes interesadas tengan muy en cuenta los obstáculos a las que se enfrentan las mujeres para poseer un teléfono móvil y los factores demográficos y culturales que amplifican esos obstáculos.

19. «Unique subscribers and mobile internet users: Understanding the new growth story», GSMA, 2018

20. Encuesta al consumidor de GSMA Intelligence, 2018

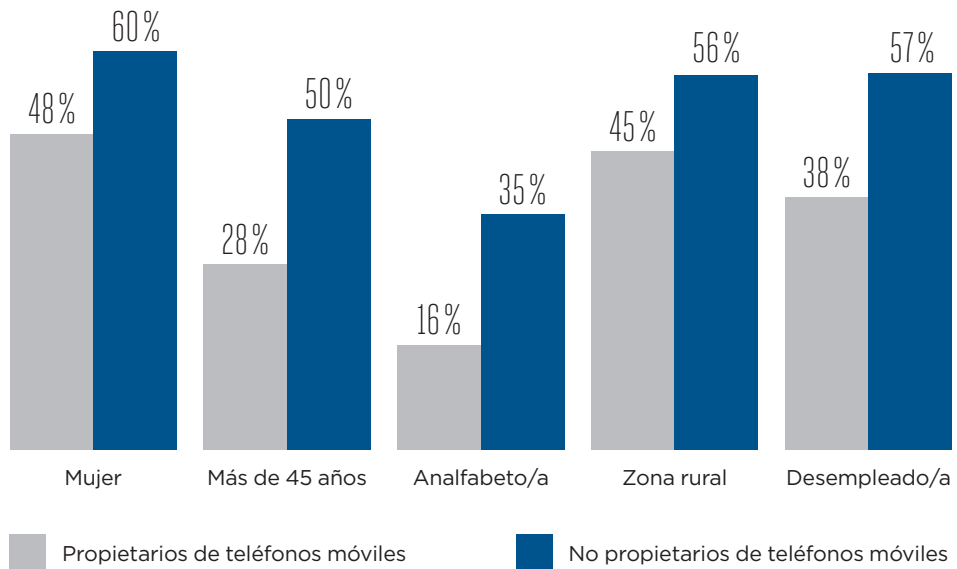
21. «Estado de la población mundial 2018», Fondo de Población de las Naciones Unidas, 2018

22. En «A Tough Call: Understanding barriers to the impacts of women's mobile phone adoption in India», Harvard Kennedy School, 2018, sobre el efecto de las normas sociales de la India en la posesión y el uso de teléfonos móviles por parte de mujeres.

Figura 6

Porcentaje de propietarios y no propietarios de teléfonos móviles según la característica demográfica

Muestra: Propietarios y no propietarios de teléfonos móviles, promedio de 18 mercados estudiados



Fuente: Encuesta al consumidor de GSMA Intelligence, 2018

Muestra: Propietarios de teléfonos móviles mayores de 18 años y no propietarios de teléfonos móviles mayores de 18 años

Los «propietarios de teléfonos móviles» son aquellas personas que hacen uso, de forma exclusiva o predominante, de una tarjeta SIM (o un teléfono móvil que no requiera una tarjeta SIM) y que la utiliza al menos una vez al mes.

Los datos se han promediado entre los 18 países estudiados.



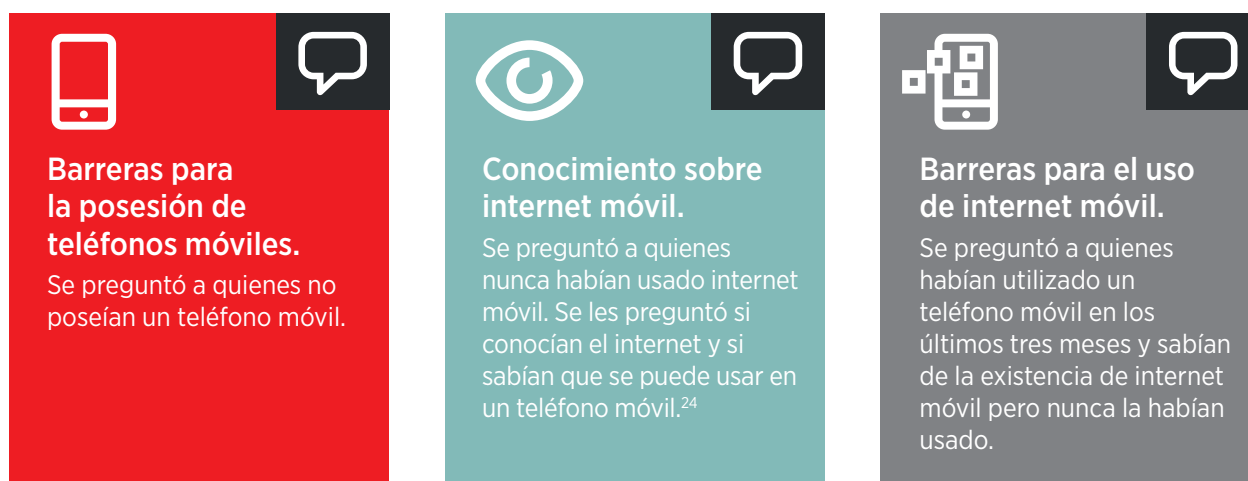
Principales barreras para la posesión de teléfonos móviles y el uso de internet móvil

Para eliminar la brecha de género móvil es necesario conocer y abordar las barreras

Es fundamental conocer los factores que impiden que las personas posean teléfonos móviles y usen internet móvil; solo así se podrán crear las estrategias necesarias para impulsar la adopción y el uso. Se pidió a encuestados en 18 países de ingresos bajos y medios que señalaran las barreras que les impiden tener un teléfono móvil o usar internet en un teléfono móvil. Las barreras relacionadas entre sí o con coincidencias temáticas se agruparon en conjuntos más amplios que se estudian en esta sección.²³

Se llevaron a cabo entrevistas personales cuantitativas en las que los encuestados seleccionaron barreras a partir de una lista preparada con anterioridad. Es posible que los resultados no reflejen plenamente la importancia de obstáculos estructurales sutiles y subyacentes, en particular aquellos relacionados con normas sociales que afectan de manera desproporcionada a las mujeres y que las personas encuestadas quizás no señalen directamente.

Se plantearon tres conjuntos de preguntas en relación con las barreras:



En relación con la posesión de teléfonos móviles y el uso de internet móvil, primero se pidió a los encuestados que nombraran todas las barreras pertinentes, después, que señalaran las que fuesen más importantes y, por último, que indicaran la barrera más importante. En esta sección se tienen en cuenta estos tres grupos de respuestas y después se analiza más detenidamente la barrera principal.









Si bien en casi todos los mercados hubo varias coincidencias en cuanto a las barreras señaladas como las más importantes para la posesión de móviles y el uso de internet móvil (véase la figura 7), existen diferencias importantes entre los países y las regiones. Por ese motivo, resulta esencial tener en cuenta el contexto local al determinar las barreras más importantes que deben combatirse a nivel nacional. Incluso dentro de un mismo mercado las mujeres no conforman un grupo homogéneo, de modo que no hay una acción única que pueda, por sí sola, eliminar las barreras para la posesión de móviles y el uso de internet móvil.

23. El conjunto se asignó conforme a las respuestas de las personas encuestadas: toda persona que citase una barrera dentro de la categoría como barrera principal se incluyó dentro de ese grupo. El valor del conjunto no es un promedio de los valores de todas las barreras individuales incluidas en esa categoría. En el apéndice 2 se pueden ver todas las barreras incluidas dentro de cada conjunto y los resultados completos para cada una de ellas.

24. El porcentaje de adultos de los que se considera tener conocimiento de internet móvil se calcula sumando a los que dicen haber usado alguna vez internet móvil y a los que dicen que no lo han usado pero que tienen conocimiento de él y de que se puede utilizar en un teléfono móvil (es decir, se asume que quienes han usado internet móvil tienen conocimiento de él).

Figura 7

Principales barreras en los países de ingresos bajos y medios estudiados

Posesión de teléfonos móviles	Uso de internet móvil entre quienes tienen conocimiento de internet
 1. Asequibilidad	 1. Alfabetización y habilidades digitales
 2. Alfabetización y habilidades digitales	 2. Asequibilidad
 3. Seguridad personal y protección de la información	 3. Relevancia
 4. Relevancia	 4. Seguridad personal y protección de la información

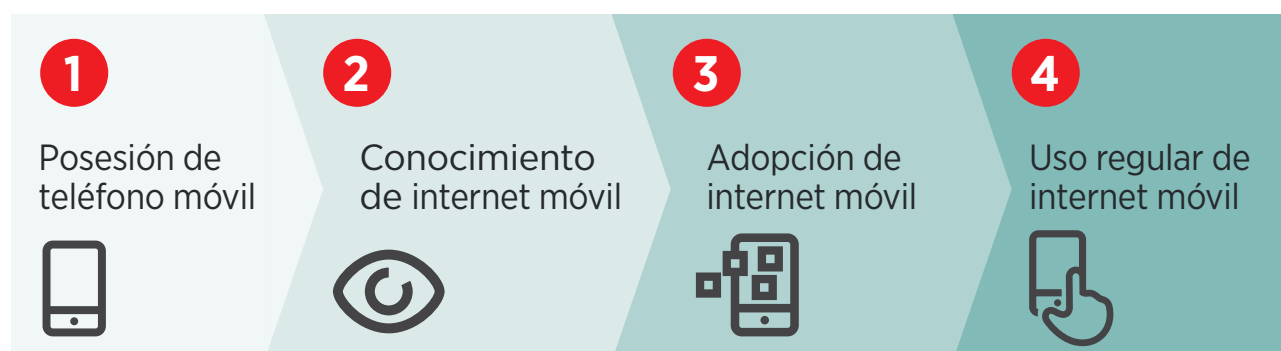
Fuente: Encuesta al consumidor de GSMA Intelligence, 2018

A la hora de emprender acciones concretas dirigidas a eliminar la brecha de género móvil resulta útil entender el modo en que las distintas barreras afectan a hombres y mujeres en las diferentes etapas del recorrido del usuario hacia el uso del internet (véase el marco general en la figura 8). En cada etapa, desde la posesión de un móvil hasta el conocimiento de internet móvil, la adopción y el uso regular,

las barreras que influyen sobre el avance son diferentes. Por ejemplo, la posesión de un teléfono móvil normalmente es un requisito previo para la adopción de internet móvil, de modo que deben eliminarse las barreras concretas que dificultan la posesión de teléfonos móviles para lograr la igualdad de géneros en la adopción de internet móvil.²⁵

Figura 8

Recorrido general del usuario hacia la adopción de internet móvil



25. Si bien es posible ser usuario de internet móvil sin necesidad de poseer personalmente un teléfono móvil (por ejemplo, se puede usar uno prestado), en todos los países del estudio, en promedio, el 98 por ciento de los usuarios de internet móvil son dueños de un teléfono móvil. El uso de internet móvil entre personas que no poseen un teléfono móvil es más común en la India, donde el 94 por ciento de los usuarios de internet móvil son dueños de un teléfono móvil.



Barreras que impiden poseer un teléfono móvil

En la mayoría de los mercados, la asequibilidad es la principal barrera que impide poseer un móvil, aunque las barreras de la alfabetización y las habilidades digitales son las más importantes en Asia (véase la figura 9).

Figura 9

Principales barreras que impiden a hombres y mujeres poseer un teléfono móvil en los países de ingresos bajos y medios, por región

En base a la barrera más importante que impide poseer un teléfono móvil según encuestados que no tienen uno; los resultados son un promedio de todos los mercados estudiados

Clasificación	Todos los países		África		Asia		América Latina	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
1	Asequibilidad	Asequibilidad	Asequibilidad	Asequibilidad	Alfabetización y habilidades digitales	Alfabetización y habilidades digitales	Asequibilidad	Asequibilidad
2	Alfabetización y habilidades digitales	Alfabetización y habilidades digitales	Alfabetización y habilidades digitales	Alfabetización y habilidades digitales	Asequibilidad	Asequibilidad	Seguridad personal y protección de la información	Seguridad personal y protección de la información
3	Seguridad personal y protección de la información	Seguridad personal y protección de la información	Seguridad personal y protección de la información	Seguridad personal y protección de la información	Relevancia	Relevancia	Alfabetización y habilidades digitales	Alfabetización y habilidades digitales
4	Relevancia	Relevancia	Cobertura de red	Relevancia	La familia no lo aprueba	Seguridad personal y protección de la información	Relevancia	Relevancia

Fuente: Encuesta al consumidor de GSMA Intelligence, 2018

Muestra: Personas mayores de 18 años que no tienen un teléfono móvil

«Poseer un teléfono móvil» se define como hacer uso, de forma exclusiva o predominante, de una tarjeta SIM (o de un teléfono móvil que no requiera una tarjeta SIM), y utilizarla al menos una vez al mes.

Los porcentajes indican la proporción de encuestados que no tienen un teléfono móvil y que respondieron «Esta es la razón más importante que me lo impide» a la pregunta «¿Cuál de estos factores consideras que es la razón más importante que te impide tener un teléfono móvil o una tarjeta SIM con conexión a la red de un operador móvil?».

Las barreras regionales se calcularon mediante un promedio de los datos de cada uno de los 18 países encuestados.





Asequibilidad: es la principal barrera que impide, tanto a hombres como a mujeres, poseer un teléfono móvil en casi todos los mercados estudiados (véase la figura 9). El principal problema es el precio de los dispositivos que, a pesar de haberse reducido, sigue siendo prohibitivamente alto para la población desconectada, incluso cuando se trata de dispositivos de bajo costo.²⁶



Alfabetización y habilidades digitales: es la segunda barrera más importante que impide a las personas tener teléfonos móviles en los países estudiados. Ambos factores son importantes en la mayoría de los mercados. La población que todavía está desconectada presenta unos índices de analfabetismo desproporcionadamente altos o tiene unos niveles bajos de alfabetización, de modo que es importante que los dispositivos sean accesibles y adecuados para usuarios con un grado alfabetización más bajo. En estudios anteriores de la GSMA se ha observado que, con frecuencia, las mujeres tienen menos confianza en sí mismas para adquirir de manera independiente las habilidades digitales necesarias para utilizar un teléfono móvil, y que les preocupan más las consecuencias de cometer errores.²⁷ La alfabetización y las habilidades digitales fueron la barrera más importante en toda la región de Asia, donde las mujeres son las más afectadas por esos factores.



Seguridad personal y protección de la información: las preocupaciones con respecto a la seguridad constituyen la tercera barrera más importante en general. Las cuestiones relacionadas con la seguridad personal y la protección de la información son más importantes en América Latina y las personas encuestadas de esa región las consideraron la segunda barrera más importante después de la asequibilidad (véase la figura 9). La seguridad personal y protección de la información también es un factor importante en varios mercados de Asia y África. Por ejemplo, en Sudáfrica un 21 por ciento de mujeres que no poseen un teléfono móvil citaron la seguridad o un asunto relacionado con la seguridad como el factor más importante que les impide tener un móvil.²⁸



Relevancia: es la cuarta barrera más importante a la posesión de teléfonos móviles en los países de ingresos bajos y medios. La percepción de que un teléfono móvil no sería relevante o útil en su vida puede impedir a las personas que no tienen uno apreciar las ventajas de comprarlo incluso si lo pueden costear.



Barreras relacionadas con la accesibilidad: los factores como la cobertura móvil, la posibilidad de cargar el equipo o la aprobación de la familia son demasiado dispares para agruparlos en una sola categoría. Si bien, tanto hombres como mujeres citaron pocas veces los factores relacionados con la accesibilidad como las principales barreras para la posesión de un teléfono móvil, en algunos mercados se señalaron como factores importantes. Por ejemplo, en la mayoría de los países el hecho de que la familia desaprobe que alguien tenga un móvil no es una de las barreras principales, pero en los mercados en los que es un factor importante suele afectar a las mujeres de forma desproporcionada o exclusiva. Un 31 por ciento de las mujeres que no tienen un teléfono móvil en Pakistán dijeron que la desaprobación de sus familias es la principal barrera que les impide poseer uno. Solo un 4 por ciento de los hombres en Pakistán mencionaron esta barrera, y ninguno la señaló como la principal barrera que les impide tener un móvil.

Las medidas que se tomen para eliminar estas barreras beneficiarán mayoritariamente a las mujeres.

Si bien las principales barreras que impiden poseer teléfonos móviles son similares para los hombres y para las mujeres, debe tenerse en cuenta que las mujeres representan el 60 por ciento de la población adulta desconectada. Por ese motivo, las acciones que aborden de forma efectiva las principales barreras que afectan a los dos sexos normalmente beneficiarán a un mayor número de mujeres.

La figura 10 indica las principales barreras que impiden poseer un teléfono móvil a los encuestados de todos los países estudiados. Se han agrupado barreras relacionadas y se han creado las categorías de asequibilidad; alfabetización y habilidades digitales; relevancia y; seguridad personal y protección de la información. En el apéndice 2 se puede encontrar la lista completa de barreras desglosadas para hombres y para mujeres.

26. Un estudio realizado por la GSMA en 2017 en Tanzania demostró que incluso el equipo habilitado para el uso de internet más barato representaba al menos un cinco por ciento de los ingresos anuales para tres cuartas partes de la población y que, en promedio, el costo de un smartphone supondría un 16 por ciento de los ingresos anuales. «[Accelerating Affordable Smartphone Ownership in Emerging Markets](#)», GSMA, 2017

27. «[Accelerating Digital Literacy: Empowering women to use the mobile internet](#)», GSMA, 2015.

28. «[A framework to understand women's mobile-related safety concerns in low-and middle-income countries](#)», GSMA, 2018

Figura 10

Barreras que impiden poseer un teléfono móvil

Porcentaje de personas que no poseen un teléfono móvil que citaron barreras en las siguientes categorías como la barrera más importante que les impide poseer uno

Barreras para la posesión de teléfonos móviles	ASEQUIBILIDAD		ALFABETIZACIÓN Y HABILIDADES DIGITALES		RELEVANCIA		SEGURIDAD PERSONAL Y PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN		
	H	M	H	M	H	M	H	M	
ÁFRICA	Argelia	26 %	14 %	42 %	56 %	18 %	3 %	1 %	10 %
	Costa de Marfil	35 %	31 %	16 %	29 %	5 %	4 %	22 %	16 %
	Kenia	56 %	45 %	23 %	31 %	4 %	3 %	8 %	12 %
	Mozambique	33 %	37 %	21 %	31 %	0 %	2 %	9 %	7 %
	Nigeria	48 %	48 %	17 %	34 %	17 %	5 %	4 %	2 %
	Sudáfrica	54 %	40 %	18 %	18 %	8 %	2 %	15 %	21 %
	Tanzania	60 %	65 %	20 %	20 %	9 %	6 %	4 %	4 %
ASIA	Bangladés	23 %	20 %	39 %	30 %	16 %	23 %	0 %	3 %
	India	30 %	24 %	26 %	35 %	8 %	11 %	23 %	12 %
	Indonesia	37 %	28 %	24 %	36 %	11 %	12 %	16 %	10 %
	Birmania	26 %	25 %	33 %	37 %	31 %	28 %	7 %	5 %
	Pakistán	27 %	15 %	46 %	37 %	1 %	10 %	8 %	3 %
AMÉRICA LATINA	Argentina	39 %	37 %	16 %	18 %	25 %	24 %	17 %	16 %
	Brasil	30 %	45 %	23 %	16 %	16 %	10 %	21 %	25 %
	República Dominicana	55 %	45 %	16 %	17 %	5 %	11 %	19 %	17 %
	Guatemala	28 %	30 %	23 %	23 %	8 %	3 %	33 %	33 %
	México	23 %	26 %	11 %	19 %	16 %	14 %	40 %	32 %

Fuente: Encuesta al consumidor de GSMA Intelligence, 2018

Muestra: Personas mayores de 18 años que no tienen un teléfono móvil

«Poseer un teléfono móvil» se define como hacer uso, de forma exclusiva o predominante, de una tarjeta SIM (o de un teléfono móvil que no requiera una tarjeta SIM), y utilizarla al menos una vez al mes.

Los porcentajes indican la proporción de encuestados que no tienen un teléfono móvil y que respondieron «Esta es la razón más importante que me lo impide» a la pregunta «¿Cuál de estos factores consideras que es la razón más importante que te impide tener un teléfono móvil o una tarjeta SIM con conexión a la red de un operador móvil?».

Cuando fue relevante, se combinaron barreras relacionadas para crear una barrera general. Para ello se tuvieron en cuenta los datos de cada respuesta a fin de evitar la doble contabilización de los encuestados dentro de las barreras generales.

Se ha excluido a China porque el número de encuestados no resultó significativo para fines estadísticos.

n= de 49 a 313 para las mujeres y n= de 33 a 171 para los hombres

ACCESIBILIDAD

CARGAR LA BATERÍA		COBERTURA DE RED		LA FAMILIA NO LO APRUEBA		ACCESO A SOPORTE DE AGENTES		DOCUMENTO DE IDENTIDAD	
H	M	H	M	H	M	H	m	H	M
0 %	4 %	9 %	2 %	4 %	9 %	0 %	0 %	0 %	3 %
4 %	0 %	14 %	10 %	0 %	8 %	0 %	0 %	5 %	3 %
0 %	1 %	2 %	3 %	8 %	2 %	0 %	0 %	0 %	3 %
7 %	9 %	14 %	6 %	2 %	3 %	6 %	4 %	6 %	2 %
0 %	0 %	12 %	6 %	2 %	3 %	0 %	2 %	0 %	0 %
3 %	2 %	0 %	9 %	0 %	4 %	0 %	4 %	3 %	2 %
0 %	0 %	3 %	1 %	3 %	3 %	0 %	0 %	0 %	1 %
0 %	1 %	2 %	2 %	14 %	20 %	2 %	0 %	4 %	2 %
2 %	4 %	6 %	3 %	1 %	5 %	2 %	2 %	1 %	2 %
2 %	0 %	8 %	9 %	0 %	4 %	2 %	0 %	0 %	1 %
0 %	0 %	0 %	1 %	2 %	3 %	0 %	0 %	1 %	1 %
3 %	1 %	9 %	3 %	0 %	31 %	3 %	1 %	2 %	0 %
0 %	0 %	0 %	5 %	2 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
0 %	0 %	3 %	2 %	0 %	0 %	1 %	2 %	2 %	0 %
2 %	0 %	2 %	5 %	0 %	4 %	0 %	0 %	0 %	0 %
0 %	1 %	3 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	0 %	1 %
2 %	2 %	4 %	3 %	0 %	0 %	2 %	5 %	2 %	0 %

H M
Hombres Mujeres



La barrera menos citada en ese país

La barrera más citada en ese país

El escaso conocimiento sobre internet móvil limita su uso por parte de las mujeres

En los países de ingresos bajos y medios las mujeres tienen una probabilidad bastante más baja que los hombres de conocer internet móvil: tanto el internet en sí como el hecho de que pueda usarse en un teléfono móvil (véase la figura 11). Esa situación se observó en todos los mercados estudiados —excepto en China y Brasil— y, de forma desproporcionada, impide a las mujeres avanzar en el recorrido del usuario de internet móvil.

La brecha relacionada con el conocimiento sobre internet móvil es más amplia en los mercados en los que también existen diferencias de género considerables en cuanto al

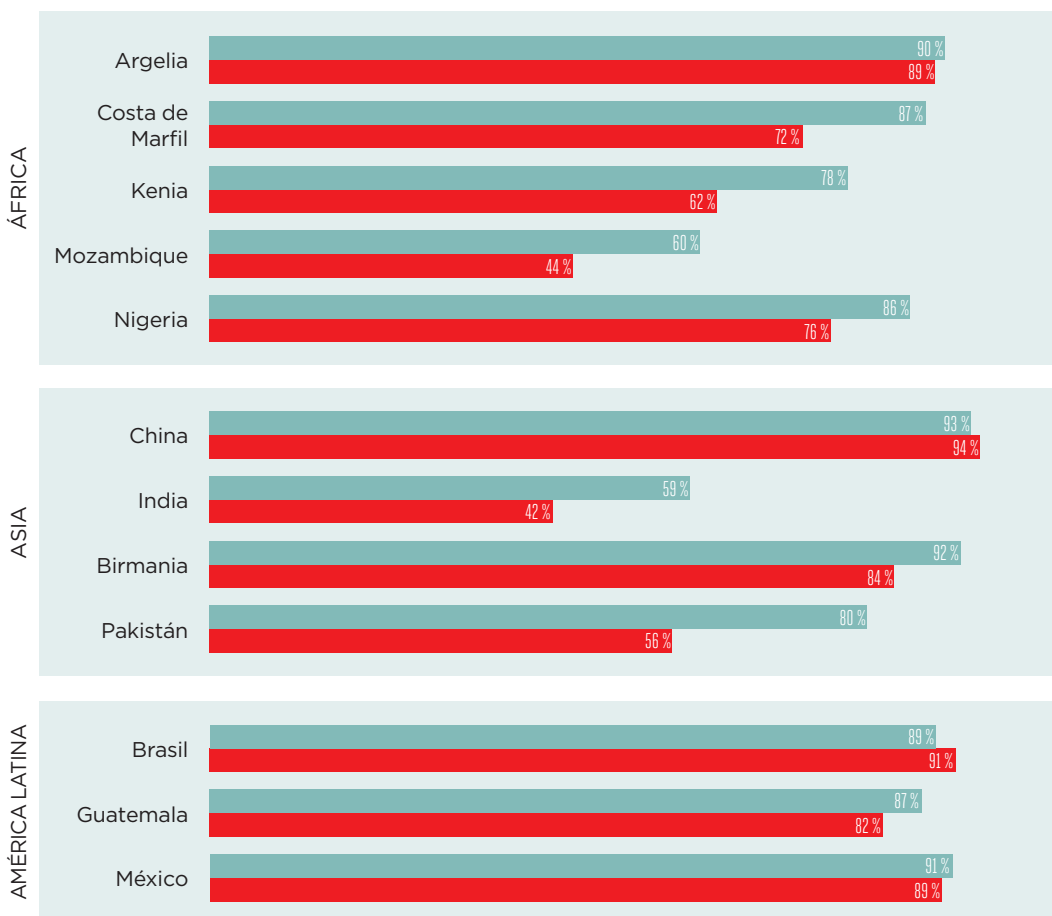
uso de internet móvil, en particular en Asia del Sur. Un dato alentador es que el conocimiento sobre internet móvil parece haber aumentado año tras año en todos los países, incluso en los que presentan unos niveles bajos de uso de internet móvil. Por ejemplo, en 2018 solo un 19 por ciento de mujeres en la India conocían el internet móvil, pero en 2019 esa cifra ha aumentado a 42 por ciento.

Se consideró que las personas encuestadas tenían conocimiento sobre internet móvil si afirmaron haberlo utilizado en algún momento o ser conscientes de su existencia y de que se puede usar en un teléfono móvil.

Figura 11

Conocimiento sobre internet móvil entre mujeres y hombres

Porcentaje de la población total



Fuente: Encuesta al consumidor de GSMA Intelligence, 2018

Muestra: Población total mayor de 18 años de edad

Se considera que una persona tiene conocimiento sobre internet móvil si lo ha utilizado en algún momento, o si no lo ha utilizado pero sabe que es posible acceder a internet en un teléfono móvil.

n = de 508 a 1118 para las mujeres y n = de 487 a 1228 para los hombres



Las barreras que impiden a los propietarios de móviles usar internet móvil

El bajo nivel de alfabetización y la falta de habilidades digitales son la principal barrera para el uso de internet móvil

Para los usuarios de móviles que conocen internet móvil pero no lo usan, las principales barreras que impiden dicho uso son similares a las que impiden la posesión de teléfonos móviles pero con algunas diferencias importantes (véase la figura 12).

Figura 12

Las principales barreras que impiden a hombres y mujeres utilizar internet móvil en los países de ingresos bajos y medios, por región

En base a la barrera más importante que impide usar internet móvil según los usuarios de móviles que conocen internet móvil pero no lo utilizan; los resultados son un promedio de todos los mercados estudiados

Clasificación	Todos los países		África		Asia		América Latina	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
1	Alfabetización y habilidades digitales	Alfabetización y habilidades digitales	Alfabetización y habilidades digitales	Alfabetización y habilidades digitales	Alfabetización y habilidades digitales	Alfabetización y habilidades digitales	Seguridad personal y protección de la información	Alfabetización y habilidades digitales
2	Asequibilidad	Asequibilidad	Asequibilidad	Asequibilidad	Relevancia	Asequibilidad	Alfabetización y habilidades digitales	Asequibilidad
3	Relevancia	Relevancia	Relevancia	Relevancia	Asequibilidad	Relevancia	Asequibilidad	Seguridad personal y protección de la información
4	Seguridad personal y protección de la información	Seguridad personal y protección de la información	Seguridad personal y protección de la información	Seguridad personal y protección de la información	Seguridad personal y protección de la información	Seguridad personal y protección de la información	Relevancia	Relevancia

Fuente: Encuesta al consumidor de GSMA Intelligence, 2018

Muestra: Personas adultas mayores de 18 años que han usado un teléfono móvil en el transcurso de los últimos tres meses pero que nunca han usado internet móvil a pesar de tener conocimiento de él (se excluye a los usuarios de móviles que no tienen conocimiento de internet móvil). Se considera que una persona hace «uso de internet móvil» cuando ha utilizado internet en un teléfono móvil al menos una vez en el transcurso de los últimos tres meses.

Los usuarios de internet móvil no tienen por qué ser propietarios de un teléfono móvil, por lo que las cifras anteriores también incluyen a quienes han usado internet móvil en el teléfono móvil de otra persona.

Los porcentajes indican la proporción de encuestados que respondieron «Esta es la razón más importante que me lo impide» a la pregunta «¿Cuál de estos factores consideras que es la razón más importante que te impide usar internet en un teléfono móvil?».

Las barreras regionales se calcularon mediante un promedio de los datos de cada uno de los 18 países encuestados.



La alfabetización y las habilidades digitales se señalaron como la barrera más importante que impide el uso de internet móvil a hombres y mujeres en general en los países de la encuesta. Los bajos niveles de alfabetización, la falta de habilidades digitales y la falta de tiempo y ayuda para aprender a usar internet móvil son los factores que, conjuntamente, conforman una de las principales barreras en casi todos los países del estudio.²⁹ Esto coincide con observaciones de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), que en una muestra de mercados desarrollados y en desarrollo encontró que las habilidades digitales son siempre más bajas entre las mujeres y que esa situación guarda relación con las desigualdades de género en general.³⁰



La asequibilidad fue la segunda barrera más importante que impide el uso de internet móvil tanto a hombres como a mujeres. El costo de dispositivos habilitados para el uso de internet fue el factor más determinante en casi todos los casos³¹ y, en muchos mercados, la barrera más significativa en general. No obstante, los costos de los servicios de datos también son un factor prioritario en varios países y muchos encuestados lo citaron como la segunda barrera más importante que impide el uso de internet móvil.³²



La relevancia percibida de internet móvil se perfiló como una barrera significativa en muchos mercados, aunque se observó una variación considerable en cuanto a la importancia que le otorgaban los encuestados. En general, se encontró que es un factor mucho más importante que la posesión de un teléfono móvil en relación con el uso de internet móvil. En varios mercados asiáticos la relevancia es una barrera particularmente significativa para el uso de internet móvil por parte de las mujeres: en Bangladés, el 37 por ciento de las mujeres que no son usuarias de internet móvil dijeron que la percepción de que internet no es relevante para ellas es el principal factor que les impide utilizarlo.³³



Las consideraciones sobre **la seguridad personal y la protección de la información** son, normalmente, una barrera más importante para el uso de internet móvil en América Latina, donde para las mujeres es la principal barrera, pero para los hombres es apenas la tercera más importante. El 22 por ciento de las mujeres encuestadas en Guatemala dijeron que el temor a la exposición a contenidos nocivos en internet es la principal barrera para su uso.



En cuanto a **las barreras relacionadas con la accesibilidad**, la cobertura y la calidad de la red surgieron como factores importantes que impiden el uso de internet móvil en muchos países. En Indonesia, el 12 por ciento de los hombres y mujeres que no utilizan internet móvil citaron esas barreras como las principales (véase la figura 13).

La desaprobación de la familia rara vez se señaló como la principal barrera al uso de internet móvil, pero en los lugares donde sí constituye una barrera —en particular, en Pakistán, Bangladés y Nigeria— lo es casi exclusivamente para las mujeres.

29. Cabe señalar que si bien las barreras relacionadas con la alfabetización y habilidades digitales se combinaron para constituir la barrera más importante al uso de internet móvil, los factores individuales que la forman no eran los principales en la mayoría de los mercados. En el apéndice 2 se puede ver una lista completa de las barreras individuales por país.

30. «[Measuring the Information Society Report](#)», UIT, 2018

31. Para un estudio más detallado de la asequibilidad de los dispositivos, véase «[Accelerating affordable smartphone ownership in emerging markets](#)», GSMA, 2017

32. Para un estudio más detallado de la asequibilidad de internet, véase «[Alliance for Affordable Internet's 2018 Affordability Report](#)»

33. Véase «[Triggering mobile internet use among men and women in South Asia](#)», GSMA, 2017

Figura 13

Barreras para el uso de internet móvil

Porcentaje de usuarios de teléfonos móviles que tienen conocimiento de internet móvil pero no lo utilizan, y que señalaron una de las barreras dentro de las siguientes categorías como la barrera más importante que les impide el uso de internet móvil

	ASEQUIBILIDAD		ALFABETIZACIÓN Y HABILIDADES DIGITALES		RELEVANCIA		SEGURIDAD PERSONAL Y PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN		
	H	M	H	M	H	M	H	M	
ÁFRICA	Argelia	14 %	15 %	41 %	41 %	26 %	19 %	2 %	10 %
	Costa de Marfil	14 %	13 %	58 %	61 %	11 %	12 %	4 %	5 %
	Kenia	41 %	46 %	28 %	24 %	12 %	14 %	8 %	8 %
	Mozambique	14 %	12 %	45 %	33 %	6 %	10 %	11 %	12 %
	Nigeria	37 %	34 %	36 %	20 %	6 %	22 %	10 %	6 %
	Sudáfrica	33 %	51 %	22 %	16 %	16 %	9 %	16 %	11 %
	Tanzania	43 %	48 %	26 %	27 %	12 %	13 %	4 %	2 %
ASIA	Bangladés	13 %	8 %	40 %	27 %	32 %	40 %	4 %	5 %
	China	12 %	10 %	49 %	59 %	16 %	14 %	17 %	10 %
	India	21 %	20 %	31 %	36 %	13 %	16 %	14 %	5 %
	Indonesia	46 %	39 %	17 %	25 %	10 %	13 %	10 %	7 %
	Birmania	14 %	9 %	29 %	32 %	32 %	42 %	16 %	10 %
	Pakistán	16 %	13 %	49 %	40 %	18 %	17 %	7 %	5 %
AMÉRICA LATINA	Argentina	29 %	32 %	31 %	20 %	21 %	25 %	15 %	17 %
	Brasil	21 %	12 %	23 %	48 %	14 %	10 %	29 %	17 %
	República Dominicana	39 %	35 %	27 %	20 %	13 %	7 %	15 %	32 %
	Guatemala	16 %	18 %	29 %	19 %	8 %	3 %	30 %	48 %
	México	28 %	18 %	24 %	32 %	10 %	6 %	26 %	28 %

Fuente: Encuesta al consumidor de GSMA Intelligence, 2018

Muestra: Personas adultas mayores de 18 años que han usado un teléfono móvil en el transcurso de los últimos tres meses pero que nunca han usado internet móvil a pesar de tener conocimiento de él (se excluye a los usuarios de móviles que no tienen conocimiento de internet móvil).

Los porcentajes indican la proporción de encuestados que respondieron «Esta es la razón más importante que me lo impide» a la pregunta «¿Cuál de estos factores consideras que es la razón más importante que te impide usar internet en un teléfono móvil?».

Cuando fue relevante, se combinaron barreras relacionadas para crear una barrera general. Para ello se tuvieron en cuenta los datos de cada respuesta a fin de evitar la doble contabilización de los encuestados dentro de las barreras generales.

n= de 47 a 188 para las mujeres y n= de 40 a 168 para los hombres

ACCESIBILIDAD									
RED		INTERNET AGOTA MI BATERÍA		LA FAMILIA NO LO APRUEBA		ACCESO A SOPORTE DE AGENTES		NO TENGO ACCESO A UN MÓVIL HABILITADO PARA INTERNET	
H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
8 %	3 %	1 %	1 %	5 %	10 %	0 %	1 %	1 %	0 %
7 %	4 %	3 %	1 %	2 %	3 %	1 %	0 %	1 %	2 %
6 %	5 %	4 %	1 %	1 %	1 %	1 %	0 %	0 %	1 %
6 %	9 %	6 %	7 %	2 %	4 %	4 %	5 %	4 %	8 %
7 %	1 %	2 %	2 %	0 %	13 %	0 %	0 %	1 %	2 %
6 %	1 %	0 %	1 %	0 %	1 %	4 %	5 %	1 %	4 %
12 %	7 %	1 %	1 %	1 %	2 %	0 %	0 %	2 %	0 %
4 %	5 %	2 %	1 %	2 %	11 %	1 %	1 %	1 %	2 %
3 %	1 %	2 %	3 %	1 %	2 %	0 %	0 %	0 %	1 %
10 %	9 %	3 %	4 %	3 %	1 %	2 %	4 %	2 %	4 %
12 %	12 %	0 %	3 %	4 %	0 %	0 %	0 %	2 %	0 %
5 %	2 %	1 %	1 %	2 %	4 %	0 %	0 %	0 %	1 %
6 %	6 %	1 %	0 %	0 %	19 %	1 %	1 %	2 %	0 %
0 %	2 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	4 %	2 %
4 %	4 %	0 %	4 %	2 %	0 %	0 %	0 %	0 %	2 %
5 %	4 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %
2 %	6 %	2 %	3 %	4 %	1 %	5 %	0 %	4 %	0 %
2 %	7 %	6 %	0 %	1 %	2 %	0 %	2 %	3 %	5 %

H M
Hombres Mujeres



La barrera menos citada en ese país

La barrera más citada en ese país

5. Más allá del acceso: la brecha de género en el uso y el gasto de telefonía móvil

Este estudio encontró que la brecha de género en el uso de telefonía móvil abarca una variedad de servicios y que normalmente es más grande en el caso de los relacionados con internet. Incluso si tienen teléfonos móviles y utilizan internet móvil, las mujeres suelen usar menos tipos de servicios, lo que posiblemente limita el efecto que puede tener la telefonía móvil en sus vidas.

Esta situación se manifiesta también en una brecha de género en el gasto en telefonía móvil en los países de ingresos bajos y medios, donde las propietarias de teléfonos

móviles gastan, en promedio, un 17 por ciento menos que los hombres en el uso de sus teléfonos móviles. En gran parte, esta diferencia se explica por los índices más bajos de adopción de internet móvil, pero también indica que las mujeres que tienen un teléfono móvil no lo están utilizando para tantos servicios como los hombres. Por consiguiente, la equiparación en el uso de telefonía móvil es una oportunidad, tanto para que las mujeres se beneficien en mayor medida de los teléfonos móviles, como para que los operadores impulsen el aumento del ARPU.

El uso que hacen las mujeres de la telefonía móvil es menos diverso que el de los hombres

Poseer un teléfono móvil, en particular, un smartphone, puede facilitar el acceso a una variedad de servicios, productos y usos, sobre todo a través de internet. En la encuesta al consumidor realizada por la GSMA en 2018 se preguntó a los encuestados sobre su uso de 28 servicios móviles a los que se accede habitualmente a través de un teléfono móvil, incluyendo los servicios móviles principales, como llamadas de voz y mensajes de texto; así como servicios basados en internet, como la descarga de aplicaciones, que pueden requerir mayores habilidades digitales y generar costos más elevados por el uso de datos. Se incluyeron también varios servicios prácticos y que mejoran la calidad de vida, como servicios gubernamentales o educativos a los que se accede a través de un teléfono móvil.³⁴

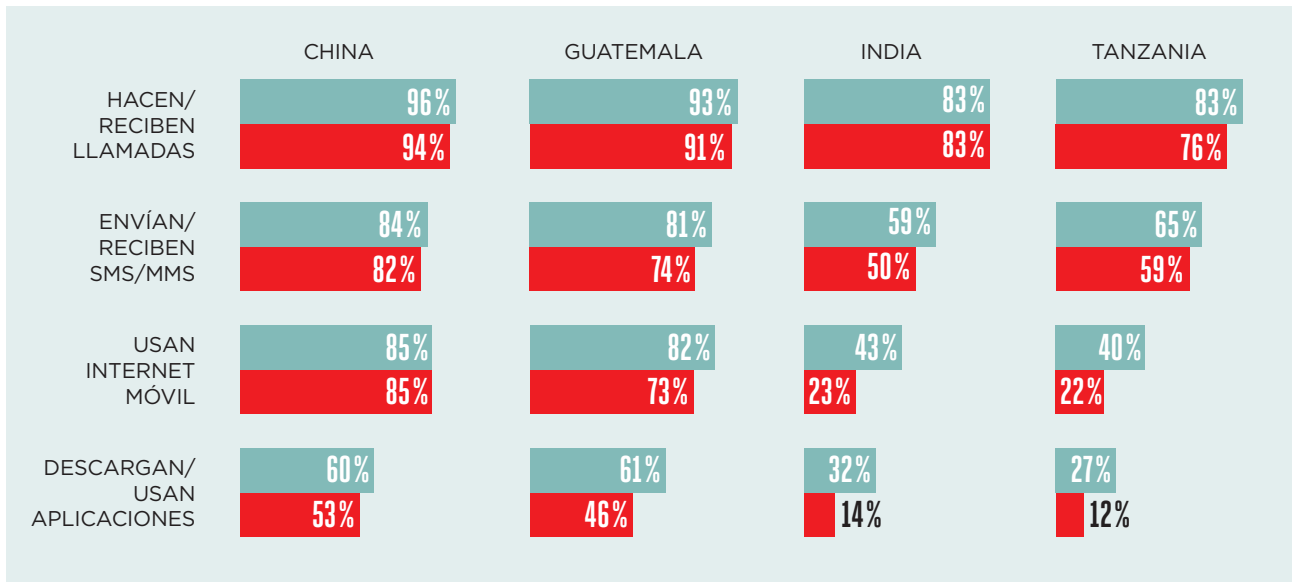
En el área de los servicios móviles básicos, en la mayoría de los países hay una paridad relativa entre hombres y mujeres en cuanto al uso general de las llamadas de voz, aunque la brecha de género se amplía un poco más en el uso de mensajes de texto. Por ejemplo, en la India, el mismo porcentaje de hombres que de mujeres que poseen un teléfono móvil hacen o reciben con regularidad llamadas telefónicas, pero solo un 50 por ciento de las mujeres usan mensajes de texto, al menos una vez al mes, en comparación con un 59 por ciento de los hombres. Esto podría deberse a que para las mujeres resulta más difícil usar mensajes de texto debido a que tienen unos índices de alfabetización más bajos. La brecha de género tiende a ampliarse en el uso de internet móvil, así como en el uso de muchos servicios móviles basados en internet, como la descarga de aplicaciones. En la figura 14 se pueden ver ejemplos de países en cada región en los que la brecha de uso es particularmente grande.

34. Los usos establecidos en la encuesta son los siguientes: Llamadas de red/Llamadas IP /Mensajes SMS y MMS/Videollamadas/Correo electrónico/Aplicaciones de mensajería instantánea/ Visitas a sitios de redes sociales/Navegación en internet/Usos de aplicaciones de mapas, horarios, información de tráfico/Búsqueda de información sobre bienes y servicios/Pedidos y compras de productos/Lectura de noticias/Reservaciones de transporte/Juegos/Descarga de aplicaciones/Visualización de videos gratuitos/Pago de TV y películas on-demand/Escuchar música en línea gratuita/Pagos para la descarga o reproducción de música en línea/Transferencias de dinero a través de la banca online/Usos de dinero móvil para enviar o recibir dinero/ Pago de productos con métodos de pago sin contacto/Pago de facturas de servicios básicos/ Acceso a servicios para el control o mejora de la salud/ Acceso a servicios gubernamentales/ Búsqueda y solicitud de empleo/ Acceso a información de apoyo educativo/ Acceso a información sobre servicios para la agricultura o la pesca

Figura 14

Servicios usados por propietarios de teléfonos móviles en países seleccionados

Porcentaje de propietarios de teléfonos móviles que:



Fuente: Encuesta al consumidor de GSMA Intelligence, 2018

Muestra: Propietarios de teléfonos móviles mayores de 18 años de edad

Los «propietarios de teléfonos móviles» son aquellas personas que hacen uso, de forma exclusiva o predominante, de una tarjeta SIM (o un teléfono móvil que no requiera una tarjeta SIM) y que la utiliza al menos una vez al mes.

Uso de SMS, hacer/recibir llamadas y descargar/usar aplicaciones = «al menos una vez al mes»; uso de internet móvil = «al menos un vez en el transcurso de los últimos tres meses»

n = de 367 a 956 para las mujeres y n = de 381 a 1000 para los hombres

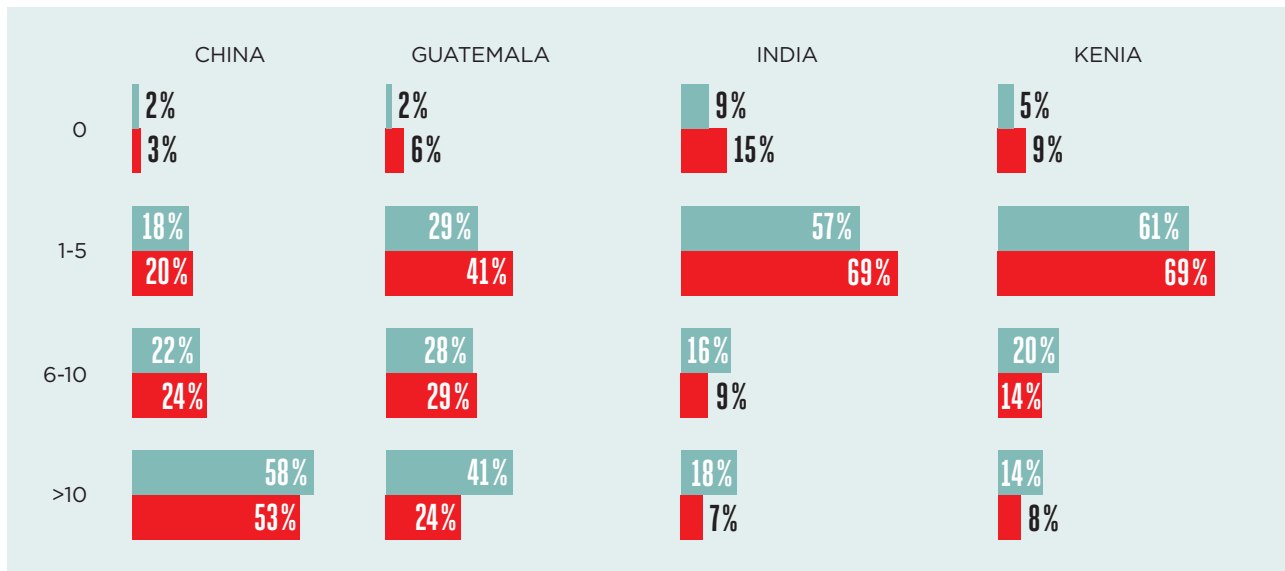
Si los propietarios de teléfonos móviles se dividen en cuatro categorías, en base a cuántos tipos de servicios móviles utilizan al menos una vez por semana, en la mayoría de los países estudiados las mujeres tienen una probabilidad mucho más alta que los hombres de estar en las categorías con una acotada variedad de servicios. Por ejemplo, en la India, el 69 por ciento de las propietarias de teléfonos móviles

usan entre uno y cinco tipos de servicios móviles a la semana, en comparación con el 57 por ciento de los hombres, mientras que el 18 por ciento de los hombres que tienen un teléfono móvil usan más de 10 tipos de servicios móviles a la semana, en comparación con solo un 7 por ciento de las mujeres. En la figura 15 se pueden ver ejemplos de países en los que esta situación es particularmente evidente.

Figura 15

Número de servicios móviles utilizados al menos una vez por semana en países seleccionados

Porcentaje de propietarios de teléfonos móviles, por país y por género



Fuente: Encuesta al consumidor de GSMA Intelligence, 2018

Muestra: Propietarios de teléfonos móviles mayores de 18 años de edad

Los «propietarios de teléfonos móviles» son aquellas personas que hacen uso, de forma exclusiva o predominante, de una tarjeta SIM (o un teléfono móvil que no requiera una tarjeta SIM) y que la utiliza al menos una vez al mes.

En algunos casos los encuestados pueden haber usado un servicio en un teléfono móvil que no les pertenecía. Solo se preguntó sobre el uso de servicios basados en internet a las personas que afirmaron haber utilizado internet en un teléfono móvil o en otro dispositivo en algún momento.

Se preguntó sobre el uso de servicios de internet móvil a los propietarios de teléfonos móviles que habían usado internet.

n = de 367 a 956 para las mujeres y n = de 409 a 1000 para los hombres

En todos los mercados existe una brecha de género en el gasto en telefonía móvil, lo que sugiere que también hay una brecha de género en cuanto a la intensidad de uso de la telefonía móvil

La brecha de género en el uso de telefonía móvil se refleja en el gasto más bajo que registran las mujeres en todas las regiones (véanse los ejemplos por país en la figura 16). Llama la atención que el gasto de las mujeres en servicios móviles es más bajo en todos los países estudiados, incluso en los que no existe una brecha de género en la posesión de teléfonos móviles o en el uso de internet móvil. Por ejemplo, en Brasil las mujeres que tienen un teléfono móvil gastan, en promedio, un 16 por ciento menos que los hombres en servicios móviles. Estudios anteriores de la GSMA encontraron que incluso cuando son usuarias de internet móvil, las mujeres de Asia del Sur a menudo tenían menos conocimiento de los distintos servicios que podían usar a través de internet móvil, lo que hacía que su uso del mismo fuese menos diverso e intenso.³⁵

El hecho de que las mujeres propietarias de teléfonos móviles usen menos servicios explica en cierta medida que su gasto en telefonía móvil sea inferior al de los hombres,

pero no parece ser el único motivo de ese menor gasto, sugiriendo que incluso las mujeres que usan servicios móviles semanalmente los usan menos que los hombres. Esto puede deberse también a que las mujeres son, en mayor medida, destinatarias de mensajes de texto o de llamadas de voz que no generan ingresos. Ese es el caso observado en Bangladés, donde la GSMA realizó un análisis del uso de telefonía móvil en base al género.³⁶

Por lo tanto, es importante que las partes interesadas tengan en cuenta los factores que impiden a las propietarias de teléfonos móviles utilizar los servicios de telefonía móvil en mayor medida, esto es fundamental para que las mujeres disfruten de todos los beneficios de poseer un teléfono móvil. Esto también es importante para aprovechar plenamente la oportunidad comercial de eliminar la brecha de género móvil y generar oportunidades de crecimiento para los operadores móviles.

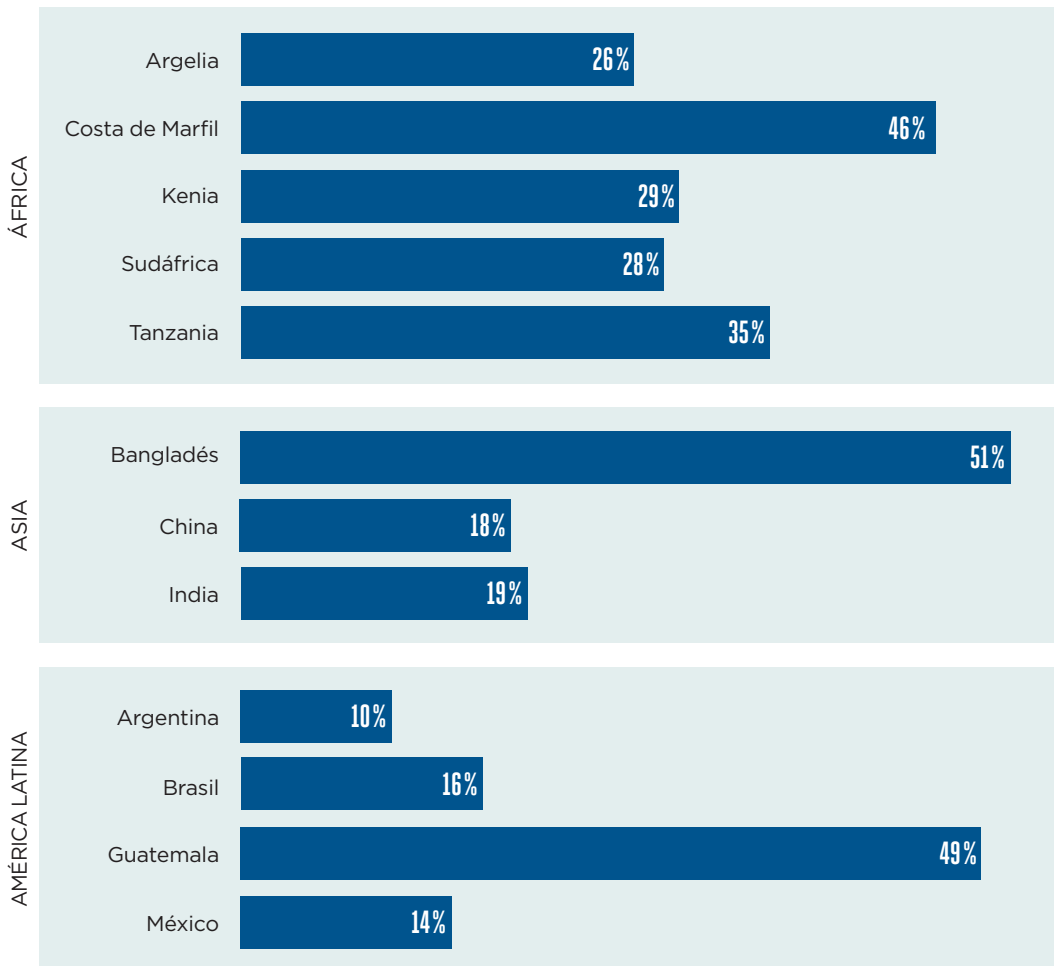
35. «Triggering mobile internet use among men and women in South Asia», GSMA, 2017

36. Más información sobre este análisis en «The Gender Analysis and Identification Toolkit», GSMA, 2018

Figura 16

Brecha de género en el gasto en telefonía móvil

Porcentaje de la diferencia entre hombres y mujeres en cuanto al gasto mensual en servicios móviles, sin incluir dispositivos, por país



Fuente: Encuesta al consumidor de GSMA Intelligence, 2018

Muestra: Propietarios de teléfonos móviles mayores de 18 años de edad

Los «propietarios de teléfonos móviles» son aquellas personas que hacen uso, de forma exclusiva o predominante, de una tarjeta SIM (o un teléfono móvil que no requiera una tarjeta SIM) y que la utiliza al menos una vez al mes.

n = de 299 a 956 para las mujeres y n = de 381 a 1000 para los hombres

6. Los beneficios de cerrar la brecha de género móvil

Al eliminar la brecha de género móvil se presentan importantes oportunidades comerciales y económicas

Es importante eliminar la brecha de género en la posesión y el uso de teléfonos móviles debido al efecto que podría tener sobre la vida de las mujeres y sobre sus familias y comunidades. Además, se podrían generar beneficios económicos y comerciales significativos y contribuir a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU.³⁷

Según un análisis de Gallup, la posesión de un teléfono móvil, sumada al acceso a internet, se relaciona con una mejora en la vida de las personas.³⁸ En líneas generales, este efecto positivo beneficia por igual a hombres y mujeres,³⁹ lo que significa que eliminar la brecha de género ofrece una oportunidad importante para apoyar el bienestar de las mujeres en un nivel individual.

Eliminar la brecha de género móvil presenta un oportunidad comercial importante para la industria móvil

La industria móvil puede explotar una oportunidad comercial considerable si se elimina la brecha de género en la posesión y el uso de teléfonos móviles. En efecto, la eliminación de la brecha de género móvil podría actuar como catalizador fundamental para un crecimiento comercial continuo y un incremento de suscriptores que beneficiarían a los operadores móviles en los países de ingresos bajos y medios.

Si los operadores móviles lograsen cerrar la brecha de género en la posesión y el uso de teléfonos móviles en los países de ingresos bajos y medios para el año 2023, la industria móvil se beneficiaría de unos 140 000 millones de dólares adicionales en ingresos durante los próximos cinco años (véase la figura 17).

La eliminación de la brecha de género móvil tiene el potencial de impulsar el crecimiento económico

Dado que los móviles constituyen el principal medio de acceso a internet en los países de ingresos bajos y medios, la eliminación de la brecha de género móvil es un factor clave para facilitar el crecimiento económico futuro. La GSMA calcula que al cerrar la brecha de género en el uso de internet móvil en los países de ingresos bajos y medios

se podría generar en esos países un crecimiento del PIB de 700 000 millones de dólares durante los próximos cinco años. Esto supone un 0,7 por ciento adicional de crecimiento del PIB en esos países hasta el año 2023. La oportunidad más importante estaría en Asia del Sur, donde se observa la mayor brecha de género móvil.⁴⁰

37. [El reporte del impacto de la industria móvil sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible \(GSMA, 2018\)](#) señaló el Objetivo 5: Igualdad de género como uno de los ODS sobre los que la industria móvil ejerce una mayor influencia.

38. Este es el caso incluso cuando se tienen en cuenta factores externos, como los ingresos, la educación y la salud. Véase [«The Impact of Mobile on People's Happiness and Well-Being»](#) de la GSMA y Gallup, 2018.

39. [The Impact of Mobile and Internet Technology on Women's Wellbeing Around the World](#) (próxima publicación de la GSMA y Gallup, 2019).

40. En el apéndice 1 se puede leer una explicación completa de cómo se calculó la oportunidad comercial y económica de eliminar la brecha de género móvil.

Figura 17

La oportunidad comercial y económica de cerrar la brecha de género móvil

En los países de ingresos bajos y medios...

LAS MUJERES TIENEN UN

10% menos de probabilidades que los hombres de poseer un teléfono móvil

Y UN

23% menos de probabilidades de usar internet móvil



\$140
mil millones

La **oportunidad comercial** asociada a lograr la igualdad entre hombres y mujeres en cuanto a la posesión y el uso de teléfonos móviles en los países de ingresos bajos y medios de aquí al año 2023

313
millones



de mujeres menos que hombres usan internet móvil

\$700
mil millones

La **oportunidad económica** asociada a eliminar la brecha de género móvil en los países de ingresos bajos y medios hasta el 2023

Fuente: Estimaciones de GSMA Intelligence basadas en modelos



7. Recomendaciones

En este informe se ha ilustrado la magnitud de la brecha de género en la posesión y el uso de teléfonos móviles en los países de ingresos bajos y medios, así como algunos de los importantes beneficios que aportaría la eliminación de esa brecha. La tecnología móvil sigue siendo un factor clave para facilitar el crecimiento económico, por lo que si las mujeres quedan excluidas del ámbito digital también estarán cada vez más excluidas en la esfera económica y social.

Son muchas las partes que deben contribuir a eliminar la brecha de género móvil. En esta sección se ofrecen recomendaciones para cuatro tipos de organizaciones: **los operadores de redes móviles, las compañías de internet, los responsables de políticas públicas y reguladores, y la comunidad de desarrollo** (véase la figura 18). Las acciones que emprendan esas partes serán más efectivas si son coordinadas y se fundamentan en el conocimiento de las barreras de cada país para la posesión de móviles y el uso de internet que afectan a un número desproporcionado de mujeres en los países de ingresos bajos y medios.

Estas recomendaciones están basadas en las conclusiones a las que se ha llegado en este informe, así como en los datos obtenidos en otros estudios de la GSMA. Aunque no pretenden ser completas ni exhaustivas, ponen de relieve algunas áreas importantes que las partes interesadas deben tener en cuenta al tomar medidas para eliminar la brecha de género móvil.⁴¹ No obstante, no existe una única solución para todos los casos; es necesario un enfoque polifacético para promover la adopción y el uso de la telefonía móvil entre las mujeres.

Las recomendaciones que se ofrecen a continuación presentan algunas medidas prácticas para contribuir a eliminar la brecha de género móvil. En cualquier caso, es importante tener en cuenta que también son necesarias acciones para eliminar las barreras estructurales y las desigualdades subyacentes a la brecha de género móvil, incluyendo las disparidades entre hombres y mujeres en relación con los ingresos, la educación y las normas sociales nocivas y restrictivas.

Recomendaciones para todas las partes interesadas para eliminar la brecha de género móvil

Trabajar para entender las necesidades de las mujeres y las barreras para la posesión y el uso de teléfonos móviles en el mercado de interés, y diseñar intervenciones concretas para eliminar esas barreras. Tener en cuenta el efecto de las normas sociales sobre las mujeres a la hora de diseñar e introducir políticas, productos y servicios.

Mejorar la calidad y la disponibilidad de los datos desglosados por género para fijar objetivos, crear estrategias y dar seguimiento al progreso.

Integrar en las estrategias y los planes cuestiones relacionadas con las mujeres y la igualdad de género, incluyendo la fijación de objetivos específicos de equidad de género y el seguimiento del progreso respecto a los mismos.

Consultar e involucrar a las usuarias en el diseño y la introducción de productos, servicios y políticas, incluyendo la participación de mujeres en las pruebas y pilotos, así como en el marketing y la distribución.

41. Estas recomendaciones centradas en el consumidor no abordan la cobertura, que es un factor esencial en la posesión y el uso de teléfonos móviles. Para consultar recomendaciones para mejorar la cobertura dirigidas a los responsables de políticas públicas véase «[Enabling rural coverage: regulatory and policy recommendations to foster mobile broadband coverage in developing countries](#)», GSMA, 2018.

Figura 18

Recomendaciones para eliminar la brecha de género móvil en países de ingresos bajos y medios, según el grupo interesado y la barrera que se quiere abordar

Colores: Barrera que se aborda con la medida	Operadores de redes móviles	Compañías de internet
Asequibilidad	<p>Respaldar los esfuerzos de la industria para reducir el costo de los dispositivos móviles, en particular de los smartphones. Por ejemplo: asociarse con un fabricante para ofrecer a los clientes smartphones básicos a un precio reducido.</p>	<p>Asociarse con operadores móviles para abordar la cuestión de la asequibilidad de los dispositivos. Por ejemplo: a través de subsidios para smartphones de bajo costo que ayuden a impulsar la adopción de internet móvil.</p>
Alfabetización y habilidades digitales	<p>Diseñar soluciones para reducir el pago del costo total que supone la adquisición de un smartphone para los consumidores y hacerlo más asequible. Por ejemplo: ofrecer micropréstamos o planes de reembolso de cuotas con terceros.</p>	<p>Buscar formas de adaptar el producto o servicio para hacerlo más asequible. Por ejemplo: crear versiones de las aplicaciones que requieran un menor uso de datos para reducir el gasto de los usuarios con menos poder adquisitivo.</p>
Relevancia	<p>Crear una estructura de precios clara y transparente para el crédito y los datos, e introducir esquemas de precios más creativos para atraer a los consumidores con menos poder adquisitivo. Por ejemplo: fomentar la oferta de servicios de internet móvil de bajo costo o pruebas gratuitas de los mismos a través de promociones especiales.</p>	<p>Garantizar que las aplicaciones móviles y los sistemas operativos sean fáciles de utilizar por quienes tienen menos conocimientos o se sienten más inseguros. Por ejemplo: menús de usuario más claros con menos pasos, contenido simplificado, terminología sencilla, lenguaje local, uso de iconos/símbolos/imágenes/videos/viñetas además de texto o sustituyéndolo.</p>
Seguridad personal y protección de la información	<p>Mejorar las habilidades digitales de los clientes, incluyendo la ayuda a nuevos usuarios que puedan necesitar más apoyo. Por ejemplo: capacitar a los agentes para que puedan impartir conocimientos y ofrecer ayuda a los clientes, por ejemplo, mediante el uso del manual de la GSMA «Mobile Internet Skills Training Toolkit».</p>	<p>Desarrollar e incorporar herramientas para facilitar el uso de los servicios digitales para aquellas personas con bajos niveles de alfabetización o que solo hablan el idioma local. Por ejemplo: incorporar la búsqueda por voz o la conversión de texto a voz.</p>
Accesibilidad	<p>Hacer que el marketing y los servicios sean accesibles para personas con niveles más bajos de alfabetización, habilidades digitales y conocimientos de internet. Por ejemplo: ofrecer contenidos y publicidad en idiomas locales, utilizar mensajes simples, evitar el uso de jerga técnica, considerar el uso de imágenes/iconos/videos.</p>	<p>Conocer e incorporar el contenido, las funciones y los servicios que las mujeres del mercado local encuentran útiles y relevantes.</p>
	<p>Comunicar la importancia de poseer teléfonos móviles y usar internet móvil para la vida cotidiana de las mujeres. Por ejemplo: exponer ejemplos de casos pertinentes en marketing dirigido a mujeres y/o incluir a mujeres más a menudo en las campañas publicitarias audiovisuales.</p>	<p>Ayudar a las mujeres a navegar en internet con confianza y seguridad, y a sentirse protegidas y en control al usar aplicaciones y servicios en internet. Por ejemplo: impartir capacitación sobre cómo evitar conductas negativas y amenazas y cómo responder ante ellas; crear herramientas que permitan a las usuarias controlar, con transparencia y facilidad, sus ajustes de privacidad y seguridad y administrar el uso de sus datos.</p>
	<p>Crear aplicaciones y servicios que ayuden a aumentar la seguridad para las mujeres. Por ejemplo: crear servicios de «seguridad», como aplicaciones para ayudar a las mujeres a alertar a sus contactos en caso de una emergencia o servicios de bloqueo de llamadas.</p>	<p>Crear aplicaciones, servicios y otras medidas para ayudar a las mujeres a sentirse más seguras cuando están en línea. Por ejemplo: facilitar la denuncia de abusos en línea y colaborar con las agencias gubernamentales pertinentes para que esas denuncias sean atendidas de manera rápida y efectiva.</p>
	<p>Considerar el rol de «guardián» a la hora de facilitar a las mujeres la posesión y el uso de teléfonos móviles. Por ejemplo: demostrar, a través del marketing, las ventajas de que las mujeres tengan acceso a teléfonos móviles y a internet móvil.</p>	<p>Aumentar la accesibilidad a internet móvil mediante el uso de idiomas locales en los sistemas operativos y servicios de internet.</p>

Responsables de políticas públicas y reguladores	Comunidad de desarrollo
<p>Implementar iniciativas que contribuyan a reducir el precio de los dispositivos y los servicios para el consumidor. Por ejemplo: asociarse con instituciones financieras y grupos de ahorro locales para ofrecer a las mujeres préstamos para la adquisición de dispositivos con intereses bajos.</p>	<p>Establecer asociaciones con el ecosistema móvil y ofrecer respaldo en proyectos que promuevan la asequibilidad de los dispositivos. Por ejemplo: programas de financiamiento de dispositivos, ofrecidos a través de redes de ONG locales y redes comunitarias locales dirigidas por mujeres, como grupos de ahorro.</p>
<p>Revisar los impuestos específicos al sector que puedan exacerbar la barrera del costo a la posesión y el uso de teléfonos móviles, que afecta a las mujeres de forma desproporcionada.</p>	<p>Financiar o facilitar capacitación en habilidades digitales móviles para mujeres. Por ejemplo: emplear redes locales para impartir capacitación en habilidades digitales para mujeres, potencialmente en asociación con un operador móvil.</p>
<p>Invertir en iniciativas de educación pública para aumentar los conocimientos y la confianza de las mujeres y niñas en relación con las habilidades digitales móviles, incluyendo a mujeres y niñas de todos los niveles educativos, ingresos y conocimientos sobre tecnología móvil e internet.</p>	<p>Combatir la influencia negativa de las normas sociales que limitan el acceso de las mujeres a la tecnología móvil, mediante el cuestionamiento de ideas falsas y el trabajo de comunicación sobre los usos positivos y relevantes de los teléfonos móviles.</p>
<p>Garantizar que los servicios gubernamentales en línea tengan en cuenta las necesidades y capacidades de las personas con niveles más bajos de alfabetización y habilidades digitales. Por ejemplo: ofrecer atención telefónica automática, usar terminología sencilla, lenguaje local, usar iconos/símbolos/ imágenes/videos/viñetas además de texto o sustituyéndolo.</p>	<p>Concientizar sobre las amenazas que impiden que las mujeres accedan y utilicen internet, y sobre cómo se pueden eliminar. Por ejemplo: campañas de concientización, programas de alfabetización digital y planes de estudio/programas de la educación formal.</p>
<p>Fomentar el desarrollo de un ecosistema de servicios y aplicaciones que satisfagan las necesidades, preferencias y capacidades de las mujeres y niñas.</p>	<p>Desarrollar y respaldar iniciativas para aumentar el acceso de las mujeres a los teléfonos móviles e internet móvil y el uso de los mismos, aprovechando los proyectos que ya se encuentran vigentes para facilitar que las mujeres sean dueñas de teléfonos móviles y los usen, y para eliminar las barreras que las afectan.</p>
<p>Incrementar la concientización sobre las amenazas que impiden que las mujeres y niñas accedan y utilicen internet, y sobre cómo se pueden eliminar o reducir. Por ejemplo: campañas de concientización, programas de alfabetización digital y planes de estudio/programas de la educación formal (dirigidos tanto a hombres como a mujeres).</p>	<p>Concientizar sobre las barreras a la posesión y el uso de teléfonos móviles por parte de las mujeres, y abogar por la actuación de las partes interesadas para eliminar la brecha de género móvil.</p>
<p>Crear marcos jurídicos y políticos para combatir el acoso a través de teléfonos móviles y de internet móvil.</p>	



Apéndice 1: Metodología

Este informe se basa en un análisis de los resultados de entrevistas personales realizadas por GSMA Intelligence en 2018 en 18 países de ingresos bajos y medios. Se usaron, además, los resultados de otros cinco países obtenidos

a través de una encuesta de GSMA Intelligence realizada en 2017,⁴² así como resultados de encuestas de otras organizaciones que abarcan otros 10 países.

Metodología de la encuesta

En todos los países estudiados en 2018 se utilizó para la encuesta una muestra representativa a nivel nacional de unos 1000 adultos, tanto hombres como mujeres, mayores de 18 años de edad, con la excepción de la India y China, donde la muestra fue de unos 2000 adultos. El marco de muestreo se basó principalmente en datos de los institutos nacionales de estadísticas, incluyendo datos censales cuando fue posible y otras fuentes. A fin de garantizar una distribución geográfica representativa de los entrevistados, en particular en lo referente a las zonas urbanas en

contraste con las rurales, se usaron unos 100 puntos de muestreo por país, aunque se excluyeron zonas muy remotas o con problemas de seguridad. Las entrevistas se realizaron en el idioma local y normalmente en el hogar de la persona entrevistada. Todas las encuestas fueron administradas por el entrevistador con dispositivos de mano. Los entrevistadores fueron tanto hombres como mujeres. Los datos se ponderaron conforme a perfiles poblacionales conocidos para corregir los posibles desequilibrios en las distribuciones generados durante el trabajo de campo.

Extrapolación de la brecha de género móvil a países no incluidos en la encuesta

Los 18 países estudiados en 2018 representan el 69 por ciento de la población adulta total de todos los países de ingresos bajos y medios.⁴³ Se creó un modelo de extrapolación con la finalidad de calcular las brechas de género en la posesión de teléfonos móviles y el uso de internet móvil en todos los países de ingresos bajos y medios, así como la oportunidad comercial y el impacto económico de eliminar esas brechas de género. Dicho modelo se basó principalmente en

datos de los países de la encuesta al consumidor de 2017 y de 2018.⁴⁴ Además, utilizamos datos de terceros y datos públicos de encuestas que consideramos robustos y que aportaron indicadores sobre las brechas de género en la posesión de teléfonos móviles y el uso de internet en 2017 en otros 10 países.⁴⁵ Todas las cifras nacionales citadas en este estudio se extrajeron directamente de los resultados de las entrevistas personales realizadas por GSMA Intelligence.

42. GSMA Intelligence llevó a cabo encuestas en 17 países en 2017 y en 2018: Argelia, Argentina, Bangladés, Birmania, Brasil, China, Costa de Marfil, Guatemala, India, Indonesia, Kenia, México, Nigeria, Pakistán, República Dominicana, Sudáfrica and Tanzania. En 2017 GSMA Intelligence llevó a cabo encuestas en cinco países: Colombia, Chile, Ghana, Nicaragua y Tailandia. En Mozambique solo se realizaron encuestas en 2018. Tanto en 2017 como en 2018 el trabajo de campo se realizó en septiembre y octubre.

43. «World Population Prospects 2017», Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas, División de Población, 2017.

44. En los casos en que los datos de 2017 fueron los principales utilizados para un país determinado, la variación interanual entre 2017 y 2018 se modelizó en base a los cambios en los valores de las variables predictivas de esos dos años.

45. Empleamos datos de After Access (Camboya, Paraguay, Perú, Ruanda), The Financial Inclusion Insights Program (Uganda), y Pew Global Attitudes and Trends (Jordania, Líbano, Rusia, Senegal y Vietnam). Para calcular las brechas de género de 2018 en estos países aplicamos la tasa de crecimiento derivada de nuestro modelo de extrapolación sobre los datos reales de 2017.

Se llevaron a cabo análisis de regresión para determinar las variables que permitieron predecir cada brecha de género móvil de manera individual. Para cada una de estas brechas de género se creó una ecuación a fin de calcular la brecha de género en los países de ingresos bajos y medios que no se incluyeron en esta encuesta. Todas las ecuaciones se pusieron a prueba con diferentes medidas de la idoneidad y exactitud del modelo (incluyendo R² ajustado, RMSE, MAE, AIC/BIC, así como pruebas fuera de muestra). Los modelos elegidos demostraron el grado más alto de idoneidad al comparar los resultados predichos con los resultados reales extraídos de la encuesta.

En la figura 19 se exponen las variables de predicción usadas para calcular las brechas de género en la posesión de teléfonos móviles y el uso de internet móvil, así como la brecha de género en el gasto en telefonía móvil. Algunos de los indicadores son diferentes a los de los modelos de extrapolación usados en el informe sobre la brecha de género móvil de 2018. El motivo es que la inclusión de nuevos datos nos permitió mejorar la exactitud de los modelos.⁴⁶ Debido a estas mejoras en los modelos y a los cambios en los datos subyacentes, algunas de las brechas de género señaladas en este informe difieren un poco de las expuestas en el informe sobre la brecha de género de 2018.⁴⁷

Figura 19

VARIABLES DE PREDICCIÓN USADAS EN LOS MODELOS DE EXTRAPOLACIÓN

Variables de predicción para el modelo de la brecha de género en la posesión de teléfonos móviles	Variables de predicción para el modelo de la brecha de género en el uso de internet móvil	Variables de predicción para el modelo de la brecha de género en el gasto en telefonía móvil
Indicador compuesto «ingresos-educación» que recoge la RNB per cápita y el promedio de años de escolarización de las mujeres (Fuente: PNUD)	PIB per cápita (Fuente: FMI) Promedio de años de escolarización de las mujeres (Fuente: PNUD)	Indicador compuesto «ingresos-educación» que recoge la RNB per cápita, el promedio de años de escolarización y los años de escolarización previstos para las mujeres (Fuente: PNUD)
Posesión de teléfonos móviles entre mujeres adultas (Fuente: Gallup World Poll)	Brecha de género en Facebook (Fuente: Facebook Audience Insights)	Promedio de ingresos por usuario o ARPU ⁴⁸ (Fuente: GSMA Intelligence)
Variable ficticia para Asia del Sur ⁴⁹	Variable ficticia para Asia del Sur	Variable ficticia para Asia del Sur



46. Por ejemplo, en el informe Mobile Gender Gap Report 2018 empleamos el Índice de Desarrollo Humano (IDH) como variable predictiva para las brechas de género tanto en la posesión de SIM como en el uso de internet móvil. Sin embargo, con más datos disponibles, nuestro análisis encontró que las dos brechas de género se predicen con mucha más precisión a través de indicadores de ingresos y educación que de salud (que es un componente del IDH). Por lo tanto, nuestros modelos ya no incluyen indicadores de salud.

47. Por ejemplo, la brecha de género estimada en el uso de internet móvil en Europa y Asia Central en 2017 ahora es de un cinco por ciento en vez de un cuatro por ciento, según los cálculos establecidos en el informe Mobile Gender Gap Report 2018.

48. Calculado como ingresos recurrentes divididos entre el total de suscriptores únicos.

49. Esta variable ficticia tiene un valor de 1 si un país se encuentra en Asia del Sur. Se incluye para tener en cuenta la brecha de género desproporcionadamente grande de los países del sur de Asia.

Cálculo de la oportunidad comercial para los operadores móviles generada por la eliminación de la brecha de género móvil

La oportunidad comercial que se presentaría con la eliminación de la brecha de género en la posesión y el uso de teléfonos móviles se calculó a través de los resultados nacionales de las entrevistas personales y los modelos de extrapolación descritos antes, así como a través de datos de operadores extraídos de estudios de GSMA Intelligence.

Se modelaron dos posibles escenarios que, juntos, indican los ingresos adicionales estimados que se generarían con la eliminación de la brecha de género en la posesión y el uso de teléfonos móviles entre 2019 y 2023, en comparación con los ingresos generados si la brecha se mantuviese igual que en 2018 durante ese periodo.

Caso 1: ingresos adicionales si la penetración móvil entre las mujeres creciese hasta igualar la penetración móvil entre los hombres en el periodo hasta 2023.

Caso 2: ingresos adicionales si el gasto móvil entre las mujeres creciese hasta igualar el gasto móvil entre los hombres en el periodo hasta 2023.⁵⁰

Estas dos cifras sumadas dan como resultado la oportunidad de ingresos total de la eliminación de la brecha de género en la posesión y el uso de móviles en países de ingresos bajos y medios.⁵¹ Cabe mencionar que este cálculo es diferente al utilizado en el informe Mobile Gender Gap Report 2018 dado que incluye los ingresos derivados de la equiparación en todo el gasto móvil, no solo en la adopción de internet móvil, de modo que las cifras proyectadas son proporcionalmente más altas.

Cálculo del impacto económico de la eliminación de la brecha de género en el uso de internet móvil

El cálculo del impacto económico de la eliminación de la brecha de género en el uso de internet móvil se basa en un estudio de la UIT⁵² según el cual durante el periodo de 2010 a 2017 un incremento de un uno por ciento en la penetración de la banda ancha móvil generó un aumento de un 0,2 por ciento en el PIB en países de ingresos bajos⁵³ y un aumento de un 0,18 por ciento en el PIB en países de ingresos medios.⁵⁴

Por lo tanto, el efecto sobre la economía se calculó con un método similar al del Caso 1 de la oportunidad de ingresos.

El porcentaje adicional de penetración de internet que se alcanzaría en cada país con la eliminación de la brecha de género en el uso de internet móvil entre 2019 y 2023 se multiplicó por el PIB y el «coeficiente del efecto» pertinente (0,2 para los países de ingresos bajos y 0,18 para los países de ingresos medios).

Se puede consultar una descripción completa de la encuesta y el modelo de extrapolación en el [documento sobre metodología adjunto](#).

50. Tanto para el Caso 1 como para el Caso 2, se asume que la reducción de la brecha de género seguiría una trayectoria lineal. Por ejemplo, si en 2018 la brecha de género es de un 25 por ciento, asumiremos que se irá reduciendo en incrementos de 5 puntos porcentuales hasta 2023 (es decir, en 2019 sería de un 20 por ciento, en 2020, de un 15 por ciento, en 2021, de un 10 por ciento, en 2022, de un cinco por ciento, y en 2023, de un 0 por ciento).

51. Si el caso 1 y el caso 2 se diesen de forma simultánea habría un pequeño aporte adicional, es decir, los ingresos adicionales provenientes del mayor número de mujeres en el caso 1 que aumentan su gasto para igualar el de los hombres, como en el caso 2.

52. «The economic contribution of broadband, digitization and ICT regulation», Katz y Callorda, 2018, UIT.

53. Se definieron como países con un PIB per cápita de menos de 12 000 dólares (paridad de poder adquisitivo).

54. Se definieron como países con un PIB per cápita de entre 12 000 y 22 000 dólares (paridad de poder adquisitivo).

Análisis longitudinal de la brecha de género en la posesión de teléfonos móviles

Además de analizar los resultados de las encuestas al consumidor de 2017 y 2018, se llevó a cabo un análisis exhaustivo de datos de terceros sobre la posesión de móviles desglosados por género. El objetivo era establecer cuál es la tendencia de la brecha de género en la posesión de teléfonos móviles.⁵⁵

Se determinó que las encuestas Gallup World Poll⁵⁶ y Pew Global Attitudes and Trends⁵⁷ abarcaban la mayor

variedad de países durante los periodos más largos. Los resultados de estas encuestas se agregaron por región para filtrar la volatilidad interanual en cada país. Las conclusiones indicaron que a nivel regional, en lo referente a las significación estadística, las brechas de género en la posesión de teléfonos móviles no han variado mucho y la variación promedio en la mayoría de las regiones para el periodo de 2015 a 2017 se mantuvo dentro del dos por ciento.⁵⁸



55. Entre las encuestas y estudios estadísticos consultados se incluyen: After Access, The Financial Inclusion Insights Program, Gallup World Poll, Research ICT Africa, LIRNEAsia y Pew Global Attitudes and Trends

56. Resultados del periodo de 2015 a 2017

57. Resultados del periodo de 2010 a 2017

58. Asia del Sur fue la excepción: los dos conjuntos de datos indicaron un aumento de la brecha de género en la posesión de teléfonos móviles durante el periodo analizado, impulsado principalmente por la India. Sin embargo, esto no es corroborado por un análisis de datos específicos de la India, en particular, de los proporcionados por Financial Inclusion Insights de Intermedia (FI). Los datos de FI indican que entre 2013 y 2017 en la India la brecha de género en la posesión de teléfonos móviles se redujo un 10 por ciento. Se puede consultar más información sobre los diversos resultados desglosados por género en relación con la posesión de móviles en la India en «A Tough Call: Understanding barriers to the impacts of women's mobile phone adoption in India», p. 26, Harvard Kennedy School, 2018.

Apéndice 2: Tablas completas de datos



Figura 20

Principales barreras que impiden poseer un teléfono móvil

Porcentaje de personas que no poseen un teléfono móvil que citaron barreras en las siguientes categorías como la barrera más importante que les impide tener uno⁵⁹

	ASEQUIBILIDAD				ALFABETIZACIÓN Y HABILIDADES DIGITALES				RELEVANCIA		
	COSTO DEL EQUIPO / DE LA TARJETA SIM		COSTO DEL CRÉDITO		NO SÉ CÓMO USAR UN MÓVIL		DIFICULTADES DE LECTURA / ESCRITURA		EL MÓVIL NO ES RELEVANTE PARA MÍ		
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	
ÁFRICA	Argelia	23 %	12 %	3 %	2 %	14 %	35 %	28 %	21 %	18 %	3 %
	Costa de Marfil	35 %	31 %	0 %	0 %	0 %	5 %	16 %	24 %	5 %	4 %
	Kenia	40 %	37 %	16 %	8 %	7 %	9 %	17 %	22 %	4 %	3 %
	Mozambique	29 %	31 %	5 %	6 %	8 %	12 %	12 %	19 %	0 %	2 %
	Nigeria	38 %	43 %	10 %	5 %	7 %	5 %	10 %	29 %	17 %	5 %
	Sudáfrica	36 %	25 %	18 %	14 %	10 %	7 %	8 %	10 %	8 %	2 %
	Tanzania	53 %	64 %	7 %	2 %	2 %	6 %	19 %	15 %	9 %	6 %
ASIA	Bangladés	19 %	19 %	4 %	1 %	14 %	16 %	24 %	14 %	16 %	23 %
	India	25 %	21 %	5 %	3 %	11 %	14 %	14 %	20 %	8 %	11 %
	Indonesia	27 %	21 %	10 %	7 %	15 %	22 %	9 %	14 %	11 %	12 %
	Birmania	26 %	23 %	0 %	2 %	24 %	30 %	9 %	8 %	31 %	28 %
	Pakistán	22 %	13 %	5 %	3 %	12 %	10 %	34 %	27 %	1 %	10 %
AMÉRICA LATINA	Argentina	33 %	37 %	6 %	0 %	16 %	14 %	0 %	4 %	25 %	24 %
	Brasil	28 %	33 %	3 %	12 %	6 %	11 %	18 %	5 %	16 %	10 %
	República Dominicana	43 %	38 %	12 %	7 %	9 %	9 %	8 %	8 %	5 %	11 %
	Guatemala	26 %	27 %	1 %	3 %	9 %	5 %	14 %	18 %	8 %	3 %
	México	16 %	16 %	8 %	11 %	4 %	12 %	7 %	7 %	16 %	14 %

Fuente: Encuesta al consumidor de GSMA Intelligence, 2018

Muestra: Personas mayores de 18 años que no tienen un teléfono móvil

«Poseer un teléfono móvil» se define como hacer uso, de forma exclusiva o predominante, de una tarjeta SIM (o de un teléfono móvil que no requiera una tarjeta SIM), y utilizarla al menos una vez al mes.

Los porcentajes indican la proporción de encuestados que no tienen un teléfono móvil y que respondieron «Esta es la razón más importante que me lo impide» a la pregunta «¿Cuál de estos factores consideras que es la razón más importante que te impide tener un teléfono móvil o una tarjeta SIM con conexión a la red de un operador móvil?».

Se ha excluido a China porque el número de encuestados no resultó significativo para fines estadísticos.

n= de 49 a 313 para las mujeres y n= de 33 a 171 para los hombres

59. Las categorías de barreras incluidas en las figuras 20 y 21 corresponden a las barreras compuestas que se muestran en la figura 10.

SEGURIDAD PERSONAL Y PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN						ACCESIBILIDAD									
SEGURIDAD PERSONAL		DESCONOCIDOS CONTACTÁN- DOME		PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN		CARGAR LA BATERÍA		COBERTURA DE RED		LA FAMILIA NO LO APRUEBA		ACCESO A SOPORTE DE AGENTES		DOCUMENTO DE IDENTIDAD	
H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
0%	1%	0%	5%	1%	4%	0%	4%	9%	2%	4%	9%	0%	0%	0%	3%
7%	7%	2%	4%	13%	4%	4%	0%	14%	10%	0%	8%	0%	0%	5%	3%
2%	4%	5%	6%	1%	1%	0%	1%	2%	3%	8%	2%	0%	0%	0%	3%
3%	1%	3%	2%	3%	3%	7%	9%	14%	6%	2%	3%	6%	4%	6%	2%
0%	0%	2%	0%	2%	2%	0%	0%	12%	6%	2%	3%	0%	2%	0%	0%
3%	9%	5%	5%	8%	7%	3%	2%	0%	9%	0%	4%	0%	4%	3%	2%
2%	3%	2%	1%	0%	0%	0%	0%	3%	1%	3%	3%	0%	0%	0%	1%
0%	1%	0%	1%	0%	1%	0%	1%	2%	2%	14%	20%	2%	0%	4%	2%
6%	2%	6%	6%	11%	5%	2%	4%	6%	3%	1%	5%	2%	2%	1%	2%
2%	2%	6%	2%	8%	5%	2%	0%	8%	9%	0%	4%	2%	0%	0%	1%
0%	3%	7%	2%	0%	1%	0%	0%	0%	1%	2%	3%	0%	0%	1%	1%
7%	1%	1%	2%	0%	0%	3%	1%	9%	3%	0%	31%	3%	1%	2%	0%
11%	9%	3%	2%	3%	6%	0%	0%	0%	5%	2%	0%	0%	0%	0%	0%
11%	10%	6%	5%	4%	10%	0%	0%	3%	2%	0%	0%	1%	2%	2%	0%
8%	7%	7%	4%	5%	6%	2%	0%	2%	5%	0%	4%	0%	0%	0%	0%
7%	14%	16%	7%	11%	12%	0%	1%	3%	2%	2%	2%	2%	2%	0%	1%
15%	3%	11%	12%	13%	17%	2%	2%	4%	3%	0%	0%	2%	5%	2%	0%



Hombres Mujeres

La barrera menos citada en ese país

La barrera más citada en ese país

Figura 21

Barreras importantes que impiden poseer un teléfono móvil

Porcentaje de personas que no poseen un teléfono móvil que citaron la siguiente barrera como una de las principales que les impide tener uno

	ASEQUIBILIDAD				ALFABETIZACIÓN Y HABILIDADES DIGITALES				RELEVANCIA		
	COSTO DEL EQUIPO / DE LA TARJETA SIM		COSTO DEL CRÉDITO		NO SÉ CÓMO USAR UN MÓVIL		DIFICULTADES DE LECTURA / ESCRITURA		EL MÓVIL NO ES RELEVANTE PARA MÍ		
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	
ÁFRICA	Argelia	31 %	19 %	8 %	10 %	29 %	36 %	28 %	27 %	24 %	12 %
	Costa de Marfil	38 %	37 %	9 %	15 %	3 %	21 %	22 %	43 %	8 %	7 %
	Kenia	48 %	44 %	31 %	19 %	10 %	24 %	22 %	39 %	6 %	8 %
	Mozambique	35 %	45 %	14 %	21 %	13 %	24 %	20 %	33 %	4 %	9 %
	Nigeria	41 %	54 %	19 %	17 %	15 %	15 %	19 %	43 %	18 %	12 %
	Sudáfrica	35 %	31 %	21 %	22 %	15 %	13 %	13 %	15 %	9 %	10 %
	Tanzania	66 %	71 %	14 %	9 %	10 %	17 %	25 %	23 %	11 %	8 %
ASIA	Bangladés	25 %	25 %	10 %	4 %	25 %	25 %	39 %	24 %	25 %	30 %
	India	26 %	27 %	10 %	8 %	15 %	20 %	17 %	23 %	11 %	14 %
	Indonesia	43 %	38 %	26 %	25 %	25 %	32 %	14 %	27 %	18 %	23 %
	Birmania	29 %	33 %	2 %	9 %	34 %	47 %	13 %	20 %	39 %	44 %
	Pakistán	31 %	20 %	11 %	7 %	15 %	21 %	42 %	37 %	6 %	17 %
AMÉRICA LATINA	Argentina	38 %	43 %	11 %	3 %	17 %	21 %	1 %	4 %	25 %	25 %
	Brasil	37 %	56 %	17 %	36 %	12 %	19 %	27 %	22 %	26 %	20 %
	República Dominicana	46 %	46 %	20 %	14 %	10 %	11 %	16 %	20 %	5 %	11 %
	Guatemala	29 %	37 %	12 %	14 %	20 %	18 %	22 %	26 %	7 %	9 %
	México	21 %	27 %	14 %	16 %	7 %	17 %	13 %	15 %	21 %	15 %

Fuente: Encuesta al consumidor de GSMA Intelligence, 2018

Muestra: Personas mayores de 18 años que no tienen un teléfono móvil

«Poseer un teléfono móvil» se define como hacer uso, de forma exclusiva o predominante, de una tarjeta SIM (o de un teléfono móvil que no requiera una tarjeta SIM), y utilizarla al menos una vez al mes.

Los porcentajes indican la proporción de encuestados que no tienen un teléfono móvil y que respondieron «Esta es una de las razones más importantes que me lo impiden» a la pregunta «¿Cuáles de estas razones, si hay alguna, consideras que son las más importantes que te impiden tener un teléfono móvil o una tarjeta SIM con conexión a la red de un operador móvil?».

n= de 56 a 345 para las mujeres y n= de 37 a 187 para los hombres

SEGURIDAD PERSONAL Y PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN						ACCESIBILIDAD									
SEGURIDAD PERSONAL		DESCONOCIDOS CONTACTÁN- DOME		PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN		CARGAR LA BATERÍA		COBERTURA DE RED		LA FAMILIA NO LO APRUEBA		ACCESO A SOPORTE DE AGENTES		DOCUMENTO DE IDENTIDAD	
H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
6 %	9 %	6 %	11 %	9 %	14 %	9 %	9 %	16 %	5 %	9 %	13 %	3 %	6 %	3 %	6 %
9 %	9 %	2 %	8 %	16 %	7 %	6 %	4 %	15 %	15 %	0 %	8 %	4 %	8 %	10 %	6 %
6 %	6 %	10 %	10 %	1 %	4 %	7 %	7 %	8 %	4 %	10 %	3 %	2 %	2 %	2 %	5 %
4 %	6 %	6 %	8 %	6 %	6 %	20 %	24 %	21 %	17 %	4 %	5 %	18 %	21 %	14 %	14 %
0 %	2 %	2 %	0 %	2 %	8 %	2 %	4 %	14 %	9 %	6 %	3 %	0 %	3 %	0 %	1 %
7 %	11 %	4 %	8 %	8 %	10 %	11 %	3 %	2 %	8 %	0 %	7 %	2 %	3 %	2 %	2 %
3 %	4 %	6 %	3 %	2 %	0 %	3 %	3 %	8 %	3 %	3 %	5 %	0 %	1 %	4 %	4 %
2 %	3 %	2 %	5 %	10 %	3 %	10 %	6 %	10 %	6 %	19 %	23 %	6 %	2 %	10 %	4 %
7 %	4 %	10 %	11 %	12 %	7 %	4 %	8 %	9 %	5 %	4 %	8 %	4 %	4 %	2 %	3 %
6 %	9 %	7 %	7 %	10 %	8 %	2 %	5 %	13 %	15 %	4 %	9 %	3 %	3 %	1 %	3 %
4 %	10 %	11 %	8 %	3 %	6 %	2 %	5 %	2 %	2 %	4 %	4 %	0 %	4 %	1 %	3 %
8 %	2 %	5 %	6 %	1 %	4 %	7 %	1 %	16 %	9 %	0 %	34 %	6 %	2 %	4 %	1 %
10 %	10 %	5 %	1 %	3 %	7 %	0 %	3 %	3 %	6 %	1 %	0 %	0 %	1 %	1 %	0 %
23 %	28 %	14 %	20 %	17 %	23 %	3 %	9 %	4 %	12 %	5 %	3 %	3 %	6 %	3 %	2 %
13 %	14 %	10 %	17 %	11 %	19 %	4 %	0 %	6 %	10 %	0 %	4 %	2 %	3 %	0 %	0 %
20 %	28 %	24 %	22 %	26 %	24 %	7 %	10 %	11 %	7 %	5 %	8 %	10 %	7 %	8 %	3 %
21 %	20 %	19 %	23 %	16 %	32 %	4 %	3 %	5 %	10 %	4 %	4 %	7 %	9 %	5 %	0 %

H M

Hombres Mujeres



La barrera menos citada en ese país

La barrera más citada en ese país

Figura 22

Principales barreras para el uso de internet móvil

Porcentaje de usuarios de teléfonos móviles que tienen conocimiento de internet móvil que citaron una de las siguientes barreras como la barrera más importante que les impide hacer uso de internet móvil⁶⁰

	ASEQUIBILIDAD				ALFABETIZACIÓN Y HABILIDADES DIGITALES								RELEVANCIA				
	COSTO DEL EQUIPO		COSTO DE LOS DATOS		NO SÉ CÓMO ACCEDER A INTERNET EN UN MÓVIL		NO SÉ CÓMO USAR UN MÓVIL		DIFICULTADES DE LECTURA / ESCRITURA		NO TENGO TIEMPO DE APRENDER A ACCEDER A INTERNET EN UN MÓVIL		NO TENGO SUFICIENTE APOYO PARA APRENDER A USAR INTERNET		INTERNET NO ES RELEVANTE PARA MÍ		
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	
ÁFRICA	Argelia	10 %	14 %	4 %	1 %	4 %	7 %	6 %	7 %	14 %	14 %	12 %	8 %	5 %	6 %	21 %	13 %
	Costa de Marfil	12 %	13 %	2 %	1 %	8 %	10 %	1 %	7 %	28 %	30 %	12 %	8 %	9 %	7 %	11 %	11 %
	Kenia	35 %	38 %	6 %	7 %	6 %	7 %	3 %	2 %	9 %	8 %	7 %	5 %	4 %	3 %	10 %	14 %
	Mozambique	11 %	10 %	3 %	2 %	12 %	8 %	1 %	3 %	12 %	14 %	12 %	1 %	9 %	7 %	5 %	7 %
	Nigeria	33 %	30 %	5 %	4 %	9 %	5 %	1 %	1 %	18 %	8 %	8 %	4 %	1 %	2 %	6 %	22 %
	Sudáfrica	23 %	34 %	10 %	17 %	1 %	6 %	4 %	1 %	7 %	4 %	4 %	5 %	5 %	0 %	16 %	6 %
	Tanzania	36 %	45 %	7 %	3 %	11 %	19 %	2 %	1 %	7 %	3 %	3 %	3 %	3 %	0 %	10 %	12 %
ASIA	Bangladés	9 %	4 %	5 %	4 %	9 %	4 %	4 %	2 %	18 %	12 %	2 %	5 %	6 %	4 %	31 %	37 %
	China	8 %	5 %	4 %	5 %	10 %	14 %	4 %	6 %	15 %	22 %	9 %	5 %	11 %	11 %	16 %	11 %
	India	15 %	14 %	6 %	6 %	5 %	13 %	5 %	4 %	12 %	11 %	3 %	5 %	5 %	2 %	8 %	11 %
	Indonesia	28 %	22 %	18 %	17 %	6 %	15 %	4 %	0 %	5 %	4 %	2 %	7 %	0 %	0 %	10 %	13 %
	Birmania	8 %	6 %	6 %	3 %	9 %	8 %	0 %	3 %	8 %	9 %	8 %	9 %	4 %	4 %	30 %	41 %
	Pakistán	11 %	11 %	5 %	2 %	4 %	3 %	3 %	3 %	24 %	21 %	12 %	9 %	6 %	4 %	13 %	15 %
AMÉRICA LATINA	Argentina	22 %	25 %	7 %	7 %	8 %	0 %	20 %	9 %	0 %	2 %	2 %	2 %	0 %	7 %	21 %	25 %
	Brasil	16 %	11 %	5 %	2 %	12 %	19 %	0 %	8 %	3 %	12 %	5 %	4 %	2 %	4 %	14 %	10 %
	República Dominicana	31 %	30 %	8 %	5 %	9 %	5 %	3 %	8 %	7 %	0 %	6 %	7 %	1 %	0 %	13 %	7 %
	Guatemala	12 %	15 %	4 %	3 %	14 %	4 %	4 %	1 %	7 %	9 %	2 %	3 %	2 %	2 %	8 %	3 %
	México	22 %	13 %	6 %	5 %	6 %	5 %	5 %	8 %	9 %	12 %	1 %	2 %	3 %	5 %	10 %	4 %

Fuente: Encuesta al consumidor de GSMA Intelligence, 2018

Muestra: Personas adultas mayores de 18 años que han usado un teléfono móvil en el transcurso de los últimos tres meses pero que nunca han usado internet móvil a pesar de tener conocimiento de él (se excluye a los usuarios de móviles que no tienen conocimiento de internet móvil).

Los porcentajes indican la proporción de encuestados que respondieron «Esta es una de las razones más importantes que me lo impiden» a la pregunta «¿Cuáles de las siguientes razones, si hay alguna, consideras que son las razones más importantes que te impiden usar internet en un teléfono móvil?». n= de 47 a 188 para las mujeres y n= de 40 a 168 para los hombres

60. Las categorías de barreras incluidas en las figuras 22 y 23 corresponden a las barreras compuestas que se muestran en la figura 13. Además, las barreras «cobertura de la red» y «conexión lenta / no puedo hacer lo que quiero» (en las figuras 22 y 23) se combinaron en la figura 13 en la barrera «red».

RELEVANCIA	SEGURIDAD PERSONAL Y PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN								ACCESIBILIDAD											
	NO HAY SUFICIENTES CONTENIDOS EN EL IDIOMA LOCAL		CONTENIDOS NOCIVOS (PARA MI/FAMILIA)		DESCONOCIDOS CONTACTÁNDOME		PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN		INTERNET AGOTA MI BATERÍA		COBERTURA DE RED		LA FAMILIA NO LO APRUEBA		ACCESO A SOPORTE DE AGENTES		CONEXIÓN LENTA / NO PUEDO HACER LO QUE QUIERO		NO TENGO ACCESO A UN MÓVIL HABILITADO PARA INTERNET	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
	6%	6%	1%	6%	0%	4%	1%	0%	1%	1%	5%	1%	5%	10%	0%	1%	3%	2%	1%	0%
	0%	1%	1%	1%	1%	3%	1%	1%	3%	1%	5%	2%	2%	3%	1%	0%	2%	2%	4%	2%
	1%	0%	3%	2%	3%	4%	2%	2%	4%	1%	5%	1%	1%	1%	1%	0%	1%	3%	1%	2%
	1%	3%	7%	8%	3%	2%	1%	2%	6%	7%	3%	7%	2%	4%	4%	5%	3%	2%	0%	2%
	0%	0%	4%	2%	3%	2%	4%	1%	2%	2%	4%	1%	0%	13%	0%	0%	3%	1%	0%	1%
	0%	3%	3%	2%	4%	6%	9%	2%	0%	1%	3%	1%	0%	1%	4%	5%	3%	0%	1%	0%
	2%	1%	1%	0%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	7%	6%	1%	2%	0%	0%	5%	1%	4%	0%
	1%	3%	1%	3%	2%	1%	2%	1%	2%	1%	2%	2%	2%	11%	1%	1%	2%	2%	2%	4%
	0%	3%	1%	1%	4%	3%	12%	6%	2%	3%	1%	0%	1%	2%	0%	0%	1%	1%	2%	0%
	4%	5%	3%	3%	5%	1%	6%	1%	3%	4%	5%	3%	3%	1%	2%	4%	5%	7%	1%	2%
	0%	0%	3%	1%	3%	3%	4%	3%	0%	3%	10%	10%	4%	0%	0%	0%	1%	2%	0%	1%
	3%	1%	11%	5%	3%	3%	3%	2%	1%	1%	2%	1%	2%	4%	0%	0%	4%	1%	3%	5%
	5%	2%	3%	2%	2%	2%	2%	1%	1%	0%	6%	6%	0%	19%	1%	1%	1%	0%	0%	1%
	0%	0%	2%	6%	4%	2%	9%	9%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	1%	2%
	0%	0%	5%	0%	2%	7%	22%	9%	0%	4%	2%	3%	2%	0%	0%	0%	2%	1%	2%	0%
	0%	0%	3%	17%	5%	4%	7%	11%	0%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	4%	1%	4%
	0%	0%	11%	22%	5%	10%	14%	16%	2%	3%	2%	3%	4%	1%	5%	0%	0%	3%	2%	0%
	0%	2%	5%	16%	6%	5%	15%	7%	6%	0%	2%	5%	1%	2%	0%	2%	0%	2%	4%	8%

H M

Hombres Mujeres



La barrera menos citada en ese país

La barrera más citada en ese país

Figura 23

Barreras importantes que impiden el uso de internet móvil

Porcentaje de usuarios de teléfonos móviles que no han usado internet móvil y que citaron la siguiente barrera como una de las principales

	ASEQUIBILIDAD				ALFABETIZACIÓN Y HABILIDADES DIGITALES								RELEVANCIA				
	COSTO DEL EQUIPO		COSTO DE LOS DATOS		NO SÉ CÓMO ACCEDER A INTERNET EN UN MÓVIL		NO SÉ CÓMO USAR UN MÓVIL		DIFICULTADES DE LECTURA / ESCRITURA		NO TENGO TIEMPO DE APRENDER A ACCEDER A INTERNET EN UN MÓVIL		NO TENGO SUFICIENTE APOYO PARA APRENDER A USAR INTERNET		INTERNET NO ES RELEVANTE PARA MÍ		
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	
ÁFRICA	Argelia	19 %	23 %	9 %	11 %	17 %	17 %	12 %	17 %	20 %	22 %	19 %	19 %	13 %	12 %	25 %	17 %
	Costa de Marfil	18 %	18 %	12 %	9 %	18 %	29 %	7 %	17 %	34 %	43 %	22 %	18 %	21 %	22 %	16 %	14 %
	Kenia	43 %	43 %	19 %	14 %	14 %	10 %	6 %	5 %	13 %	13 %	12 %	8 %	11 %	10 %	15 %	18 %
	Mozambique	21 %	19 %	8 %	8 %	19 %	17 %	3 %	7 %	14 %	14 %	15 %	6 %	12 %	11 %	10 %	10 %
	Nigeria	39 %	36 %	17 %	16 %	18 %	16 %	4 %	2 %	28 %	14 %	14 %	11 %	4 %	6 %	15 %	25 %
	Sudáfrica	30 %	44 %	22 %	31 %	7 %	16 %	6 %	4 %	10 %	7 %	12 %	11 %	9 %	4 %	21 %	11 %
	Tanzania	45 %	50 %	18 %	10 %	20 %	32 %	6 %	4 %	8 %	4 %	10 %	10 %	5 %	7 %	15 %	16 %
ASIA	Bangladés	16 %	15 %	13 %	8 %	19 %	8 %	12 %	9 %	25 %	16 %	9 %	9 %	8 %	7 %	41 %	41 %
	China	20 %	14 %	17 %	15 %	27 %	27 %	9 %	16 %	16 %	34 %	15 %	25 %	26 %	29 %	27 %	22 %
	India	26 %	20 %	20 %	14 %	15 %	22 %	11 %	10 %	16 %	16 %	11 %	11 %	10 %	8 %	21 %	14 %
	Indonesia	44 %	39 %	43 %	42 %	12 %	25 %	15 %	6 %	6 %	14 %	9 %	15 %	7 %	11 %	19 %	25 %
	Birmania	14 %	12 %	12 %	12 %	16 %	28 %	6 %	12 %	16 %	18 %	17 %	22 %	12 %	12 %	40 %	53 %
	Pakistán	22 %	14 %	22 %	12 %	7 %	8 %	8 %	16 %	30 %	33 %	23 %	16 %	14 %	15 %	22 %	27 %
AMÉRICA LATINA	Argentina	25 %	31 %	14 %	14 %	12 %	2 %	21 %	17 %	0 %	2 %	2 %	4 %	3 %	8 %	26 %	26 %
	Brasil	39 %	26 %	29 %	16 %	27 %	27 %	20 %	17 %	10 %	17 %	10 %	10 %	10 %	10 %	28 %	20 %
	República Dominicana	34 %	46 %	21 %	22 %	30 %	21 %	10 %	23 %	19 %	11 %	18 %	12 %	5 %	2 %	19 %	11 %
	Guatemala	25 %	34 %	12 %	22 %	16 %	12 %	19 %	8 %	16 %	14 %	4 %	9 %	11 %	8 %	9 %	9 %
	México	28 %	22 %	18 %	13 %	16 %	15 %	11 %	11 %	11 %	13 %	10 %	6 %	8 %	15 %	17 %	6 %

Fuente: Encuesta al consumidor de GSMA Intelligence, 2018

Muestra: Personas adultas mayores de 18 años que han usado un teléfono móvil en el transcurso de los últimos tres meses pero que nunca han usado internet móvil a pesar de tener conocimiento de él (se excluye a los usuarios de móviles que no tienen conocimiento de internet móvil). Los porcentajes indican la proporción de encuestados que respondieron «Esta es la razón más importante que me lo impide» a la pregunta «¿Cuál de estos factores consideras que es la razón más importante que te impide usar internet en un teléfono móvil?». n= de 47 a 190 para las mujeres y n= de 44 a 185 para los hombres

RELEVANCIA	SEGURIDAD PERSONAL Y PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN								ACCESIBILIDAD											
	NO HAY SUFICIENTES CONTENIDOS EN EL IDIOMA LOCAL		CONTENIDOS NOCIVOS (PARA MI/FAMILIA)		DESCONOCIDOS CONTACTÁNDOME		PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN		INTERNET AGOTA MI BATERÍA		COBERTURA DE RED		LA FAMILIA NO LO APRUEBA		ACCESO A SOPORTE DE AGENTES		CONEXIÓN LENTA / NO PUEDO HACER LO QUE QUIERO		NO TENGO ACCESO A UN MÓVIL HABILITADO PARA INTERNET	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
	11 %	10 %	14 %	13 %	4 %	8 %	2 %	6 %	8 %	5 %	8 %	4 %	6 %	19 %	2 %	5 %	7 %	8 %	6 %	8 %
	1 %	2 %	3 %	5 %	7 %	7 %	5 %	4 %	8 %	4 %	11 %	7 %	2 %	3 %	1 %	0 %	6 %	3 %	7 %	5 %
	6 %	2 %	8 %	4 %	7 %	7 %	8 %	4 %	11 %	3 %	11 %	5 %	2 %	2 %	4 %	1 %	6 %	8 %	9 %	4 %
	9 %	7 %	9 %	11 %	8 %	5 %	4 %	8 %	15 %	13 %	12 %	10 %	3 %	6 %	10 %	8 %	6 %	12 %	12 %	13 %
	4 %	5 %	11 %	3 %	7 %	5 %	11 %	6 %	6 %	6 %	5 %	2 %	0 %	13 %	0 %	1 %	5 %	4 %	6 %	9 %
	4 %	8 %	10 %	10 %	13 %	16 %	18 %	10 %	3 %	3 %	6 %	4 %	1 %	1 %	6 %	5 %	10 %	4 %	7 %	7 %
	6 %	6 %	2 %	1 %	5 %	2 %	2 %	1 %	6 %	3 %	17 %	9 %	1 %	3 %	2 %	1 %	11 %	2 %	5 %	1 %
	10 %	8 %	2 %	9 %	5 %	7 %	4 %	6 %	6 %	2 %	6 %	5 %	4 %	16 %	1 %	2 %	6 %	6 %	5 %	4 %
	5 %	7 %	10 %	13 %	12 %	20 %	23 %	16 %	8 %	10 %	1 %	7 %	6 %	7 %	1 %	3 %	7 %	11 %	8 %	6 %
	12 %	11 %	9 %	6 %	9 %	7 %	10 %	9 %	10 %	8 %	13 %	6 %	6 %	3 %	7 %	7 %	14 %	10 %	10 %	11 %
	1 %	3 %	6 %	1 %	9 %	5 %	10 %	3 %	3 %	6 %	17 %	23 %	5 %	1 %	4 %	0 %	6 %	10 %	6 %	9 %
	9 %	7 %	19 %	14 %	13 %	7 %	10 %	6 %	8 %	8 %	5 %	5 %	7 %	8 %	4 %	5 %	11 %	5 %	3 %	5 %
	12 %	12 %	7 %	9 %	4 %	5 %	5 %	4 %	3 %	1 %	11 %	8 %	1 %	23 %	4 %	1 %	7 %	1 %	8 %	2 %
	0 %	0 %	9 %	8 %	9 %	9 %	13 %	15 %	3 %	3 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	2 %	0 %	2 %	3 %	2 %
	9 %	4 %	26 %	10 %	19 %	15 %	38 %	22 %	19 %	14 %	16 %	7 %	5 %	6 %	5 %	3 %	14 %	8 %	16 %	4 %
	4 %	2 %	18 %	30 %	16 %	18 %	18 %	30 %	9 %	14 %	8 %	8 %	0 %	0 %	1 %	2 %	3 %	11 %	8 %	7 %
	2 %	3 %	26 %	39 %	14 %	37 %	28 %	35 %	8 %	17 %	4 %	6 %	8 %	4 %	6 %	3 %	2 %	12 %	10 %	17 %
	3 %	2 %	18 %	23 %	17 %	12 %	24 %	12 %	12 %	3 %	7 %	7 %	3 %	6 %	6 %	3 %	4 %	6 %	17 %	6 %

H M

Hombres Mujeres



La barrera menos citada en ese país

La barrera más citada en ese país





www.gsma.com

OFICINA CENTRAL DE LA GSMA

Floor 2

The Walbrook Building

25 Walbrook

Londres EC4N 8AF

Reino Unido

Tel.: +44 (0)20 7356 0600

Fax: +44 (0)20 7356 0601