



Estado de la Internet: Puerto Rico 2007



CONTENIDO

Razón para hacer el estudio

Trasfondo

Objetivos del estudio

Marco conceptual de la investigación

Metodología

Hallazgos

Conclusiones



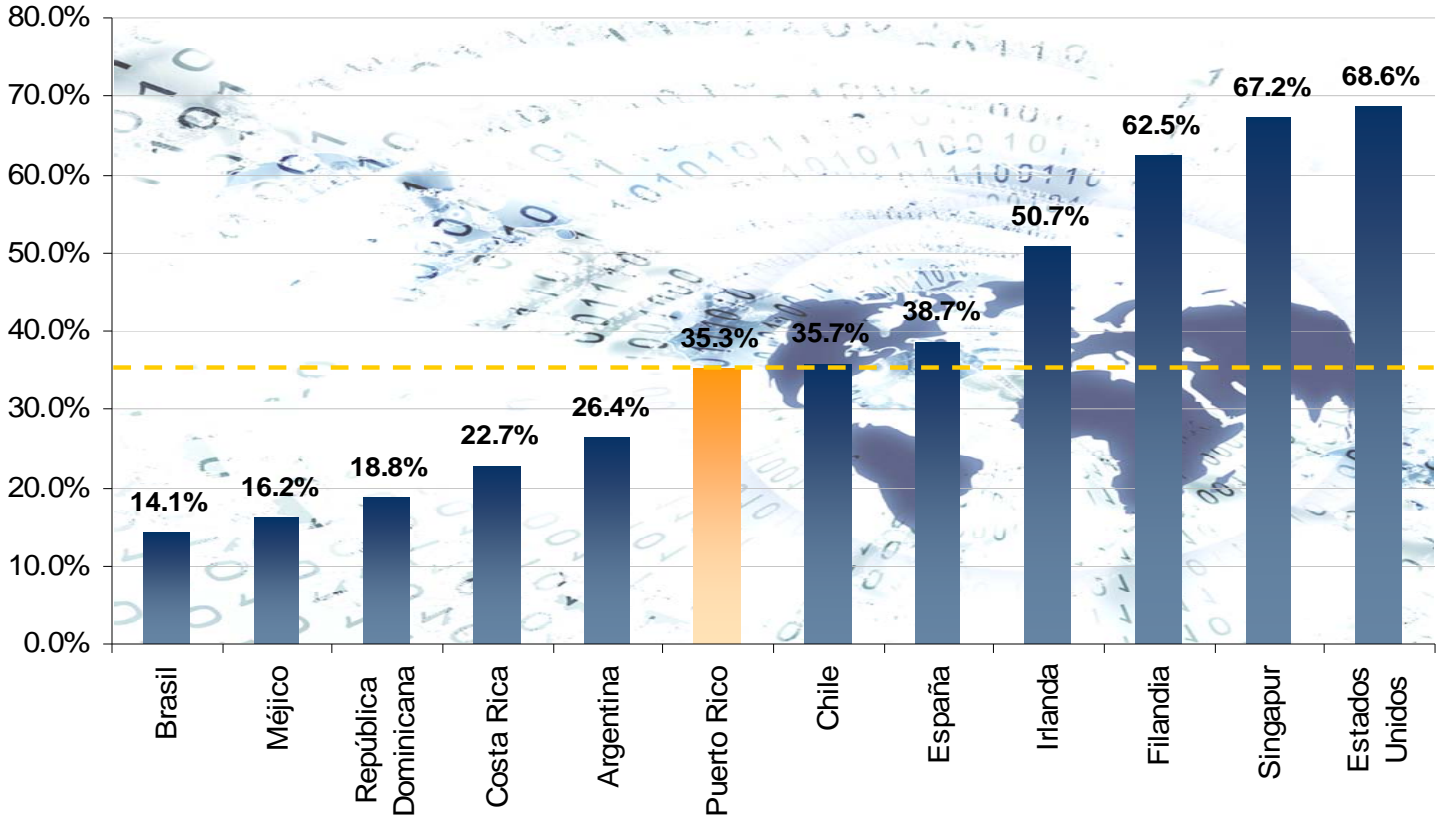
RAZÓN PARA HACER EL ESTUDIO

*La misión de **ISOCPR** es fomentar el uso, la evolución y el desarrollo abierto de la Internet para el beneficio de todas las personas en Puerto Rico y alrededor del mundo, así como proveer un organismo capaz de producir información confiable, relevante y vigente sobre la Internet a nivel local, regional y global.*



TRASFONDO

Incidencia de uso de Internet en Puerto Rico y otros países





OBJETIVOS DEL ESTUDIO

- El Estado de la Internet: Puerto Rico 2007, es el inicio de un estudio longitudinal de tendencias que persigue los siguientes objetivos:
 - Determinar el nivel alcanzado por la Internet en Puerto Rico, a la luz del grado de desarrollo necesario para el país, así como de la competencia a nivel global.
 - Identificar los sectores con mayor crecimiento y con mayor rezago en la adopción y uso de la Internet.
 - Obtener información sobre la evaluación que hacen los grupos de expertos, así como sobre sus expectativas y la opinión en torno a la forma en que se debe desarrollar el medio para capitalizar más a favor de Puerto Rico.
 - Estimular iniciativas asociadas con la Internet entre organizaciones privadas, educativas, culturales, sociales y gubernamentales dirigidas a capitalizar en sus fortalezas y a resolver debilidades.
 - Establecer una agenda digital que promueva el desarrollo socioeconómico en forma abarcadora y equitativa en todos los sectores del país.
 - Despertar conciencia y compromiso entre los diferentes sectores del país sobre la importancia de alcanzar altos niveles de incidencia de uso de Internet como pasaporte al adelanto socioeconómico.



SELECCIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO

**Criterios tomados
en consideración
para la selección
del área de estudio**

Incidencia de uso
de Internet

Iniciativas
futuras

Iniciativas
implantadas

Perfil
demográfico



SELECCIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO

Mayagüez

- Zonas Wi-Fi gratuito.
- Página Web
- Biblioteca Electrónica
- Tutorías sobre uso de los programas
- Bibliotecas Remotas en barrios.
- Mejoras a infraestructura de todas las dependencias del Municipio integrando Data e Internet.
- VOIP-Telefonía a través del Internet.

Ponce

- Biblioteca Electrónica próxima a inaugurar (200 comp) .
- Página Web
- Centros Cibernéticos próximos a inaugurar (2 con 12 comp.)
- Zonas Wi-Fi gratis
- Centro Educativo Digital

San Juan

- Clases a distintos niveles tanto de la población escolar como la comunidad general.
- Página Web
- Zonas Wi-Fi gratis.

Caguas

- Biblioteca Virtual
- Página Web
- Portal Educativo
- Centro Interactivo de Ciencias y Tecnología próximo a inaugurarse.
- Zonas Wi-Fi gratis
- Centros Criollos del Saber ("centros cibernéticos" en todos los barrios y en la Ciudad)
- Escuela de Ciencias, Matemáticas y Tecnología, próxima a inaugurarse.



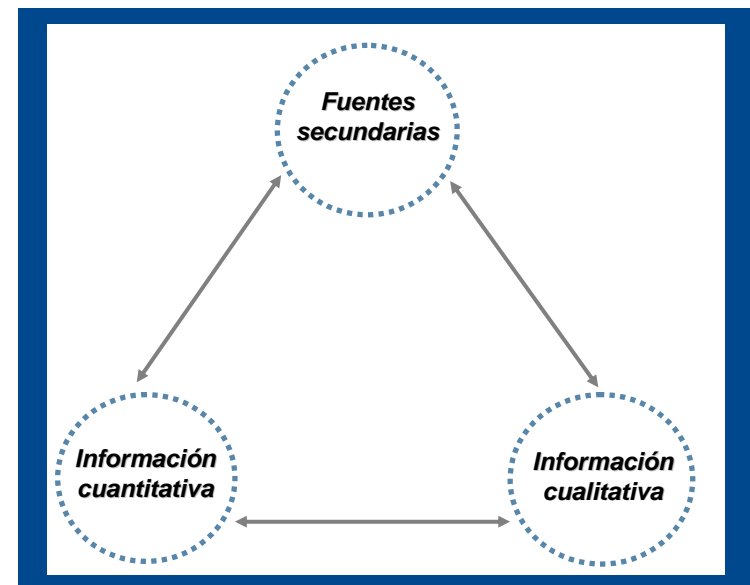
Fajardo

- Cursos sobre uso de Internet y computadoras a estudiantes
- Página Web
- Cursos sobre Internet y computadoras a través del Consorcio



MARCO CONCEPTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

- Para el proceso de recopilación de información se utilizó un acercamiento multi-método, conocido como triangulación, el cual permite la combinación de métodos cuantitativos y cualitativos, así como la utilización de información proveniente de fuentes primarias y secundarias con el objetivo de contrastar y validar los hallazgos.





METODOLOGÍA

FUENTES SECUNDARIAS

- Estadísticas disponibles en Puerto Rico y otros países
- Estudios anteriores
- Legislación vigente o propuesta
- Otras fuentes de información.

FUENTES PRIMARIAS

- **Encuesta entre estudiantes del sistema de educación pública, privada e instituciones post-secundarias incluyendo universidades**
 - Muestreo aleatorio sistemático, de dos etapas (lugares y estudiantes)
 - Total de la muestra: 450 estudiantes
 - Margen de error de +4.62% a un nivel de confianza de 95%.
- **Encuesta entre comercios e industrias**
 - Muestreo aleatorio
 - Total de la muestra: 250 comercios e industrias, de los distintos sectores económicos
 - Margen de error máximo + 6% a un nivel de confianza de 95%.
- **Encuesta a la población general, no estudiantil**
 - Muestreo estratificado por municipio objeto de estudio
 - Selección aleatoria de los números de teléfono ("Random Digit Dialing"), basado en el método "Mitofsky-Waksberg"
 - Total de la muestra: 500 hogares
 - Margen de error máximo para la muestra es de +4.38%.
- **Entrevistas a profundidad con líderes de opinión –**
 - Muestreo no probabilístico por juicio y cuota
 - Se buscó contar con representación de expertos de diversos sectores: privado, sin fines de lucro, la academia y el gobierno.

HALLAZGOS PRINCIPALES

EMPRESAS

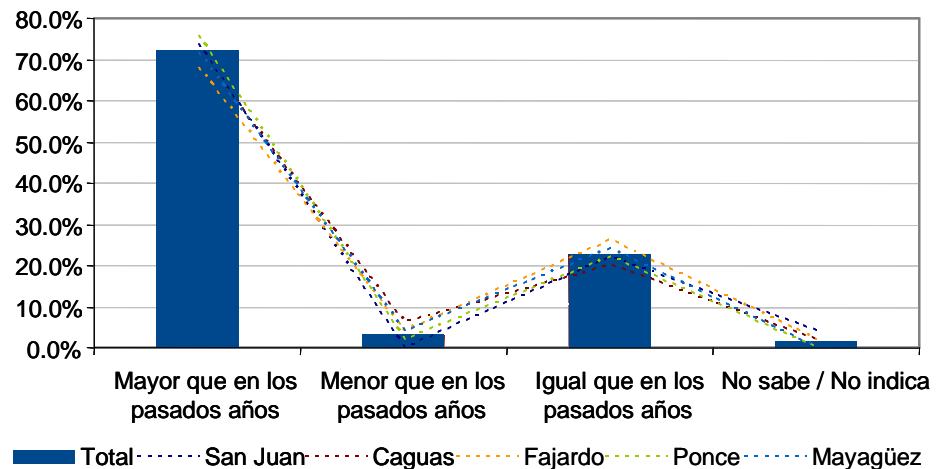




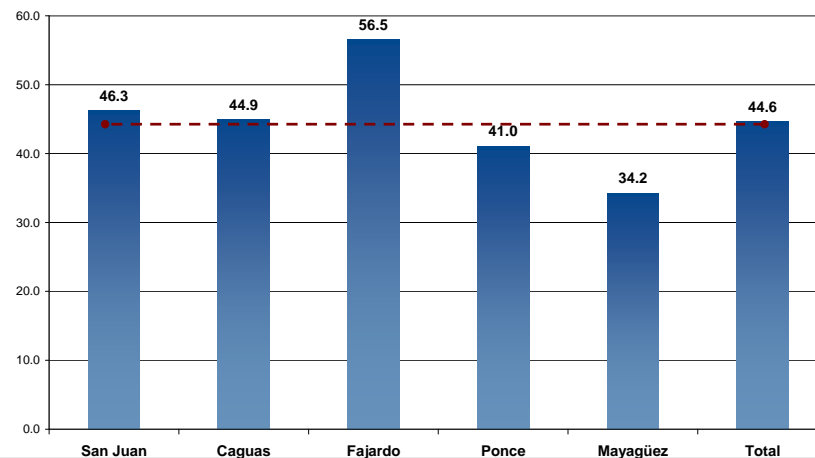
PERFIL DE LAS EMPRESAS Y HÁBITOS DE USO DEL MEDIO

- La 'edad promedio' de las empresas entrevistadas es de 23 años, y son representativas de los distintos sectores económicos.
- El promedio de tiempo que las empresas cuentan con acceso a Internet es de 6 años.
- Siete de cada diez entrevistados indicaron que en su empresas utilizan el Internet en mayor proporción que en los pasados años.
- En promedio, cuatro de cada diez empleados en las empresas utilizan la conexión de la empresa.

Frecuencia de uso de Internet



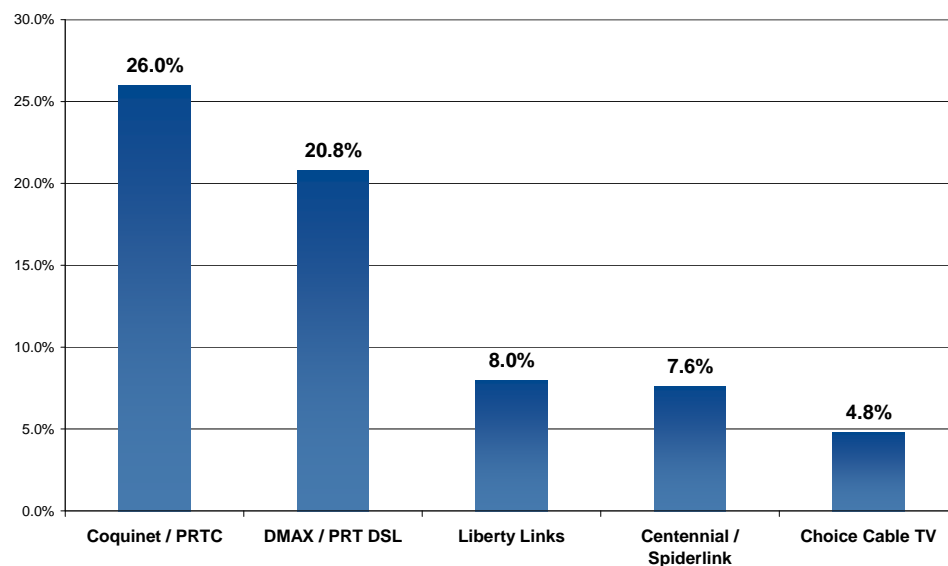
Por ciento de empleados (en promedio), que acceden a Internet a través de la conexión de la empresa





PROVEEDOR Y TIPO DE CONEXIÓN

Proveedores de servicio de Internet: Top Five



- Cerca del 80% de las empresas en estos municipios cuenta con una conexión de alta velocidad.
- Las empresas llevan en promedio 3.1 años con la conexión de alta velocidad.
- De las empresas que no cuentan con una conexión de alta velocidad, más de una tercera parte (34%), planifica obtener una durante el próximo año.



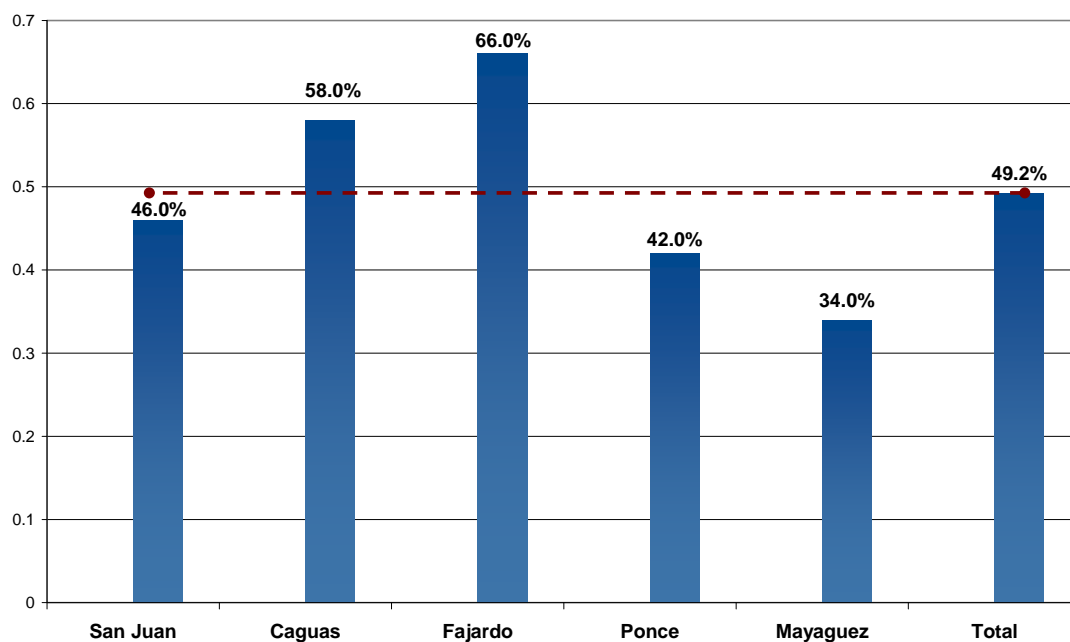
USOS Y COMPORTAMIENTO CON RESPECTO AL MEDIO

	Actividades que realiza a través del Internet											
	Caguas		Fajardo		Mayagüez		Ponce		San Juan		Total	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Email	30	60.0%	29	58.0%	37	74.0%	35	70.0%	28	56.0%	159	63.6%
Acceder a sitios de gobierno (e-government)	17	34.0%	14	28.0%	10	20.0%	13	26.0%	14	28.0%	68	27.2%
Búsqueda de información relacionada a la empresa	8	16.0%	13	26.0%	9	18.0%	17	34.0%	9	18.0%	56	22.4%
Realizar transacciones bancarias	13	26.0%	9	18.0%	9	18.0%	11	22.0%	13	26.0%	55	22.0%
Enviar cotizaciones de productos y/o servicios a los clientes	12	24.0%	13	26.0%	8	16.0%	6	12.0%	15	30.0%	54	21.6%
Compras de productos y/o servicios	5	10.0%	11	22.0%	11	22.0%	12	24.0%	13	26.0%	52	20.8%
Enviar y recibir facturas electrónicas	12	24.0%	9	18.0%	12	24.0%	7	14.0%	9	18.0%	49	19.6%
Realizar operaciones bancarias o acceder a otros servicios financieros	8	16.0%	4	8.0%	6	12.0%	8	16.0%	7	14.0%	33	13.2%
Enviar y recibir información de clientes	5	10.0%	5	10.0%	3	6.0%	5	10.0%	5	10.0%	23	9.2%
Enviar promociones a los clientes	4	8.0%	4	8.0%	4	8.0%	6	12.0%	2	4.0%	20	8.0%
Download programas u otros tipos de archivos	5	10.0%	1	2.0%	6	12.0%	1	2.0%	3	6.0%	16	6.4%
Obtener información sobre productos y/o servicios	2	4.0%	3	6.0%	4	8.0%	5	10.0%	1	2.0%	15	6.0%
Acceder otros medios (prensa, tv, radio)	4	8.0%	2	4.0%	5	10.0%	0	0.0%	2	4.0%	13	5.2%
Realizar publicidad y promover productos y servicios	2	4.0%	1	2.0%	5	10.0%	3	6.0%	1	2.0%	12	4.8%
Enviar Fax	1	2.0%	3	6.0%	1	2.0%	1	2.0%	6	12.0%	12	4.8%
Reservaciones y viajes	1	2.0%	5	10.0%	1	2.0%	1	2.0%	2	4.0%	10	4.0%
Informar a clientes del estado de sus órdenes y/o servicios	3	6.0%	1	2.0%	1	2.0%	2	4.0%	2	4.0%	9	3.6%
Buscar información de la competencia	0	0.0%	3	6.0%	2	4.0%	0	0.0%	2	4.0%	7	2.8%
Servicios financieros o inversiones	4	8.0%	1	2.0%	1	2.0%	0	0.0%	1	2.0%	7	2.8%
Chatear	0	0.0%	1	2.0%	0	0.0%	3	6.0%	2	4.0%	6	2.4%
Compras en línea (E-commerce)	1	2.0%	4	8.0%	1	2.0%	0	0.0%	0	0.0%	6	2.4%
Ventas de productos o servicios	3	6.0%	1	2.0%	0	0.0%	2	4.0%	0	0.0%	6	2.4%
Realizar llamadas telefónicas (VOIP)	2	4.0%	1	2.0%	3	6.0%	0	0.0%	0	0.0%	6	2.4%



USOS Y COMPORTAMIENTO CON RESPECTO AL MEDIO

Empresas con página de Internet

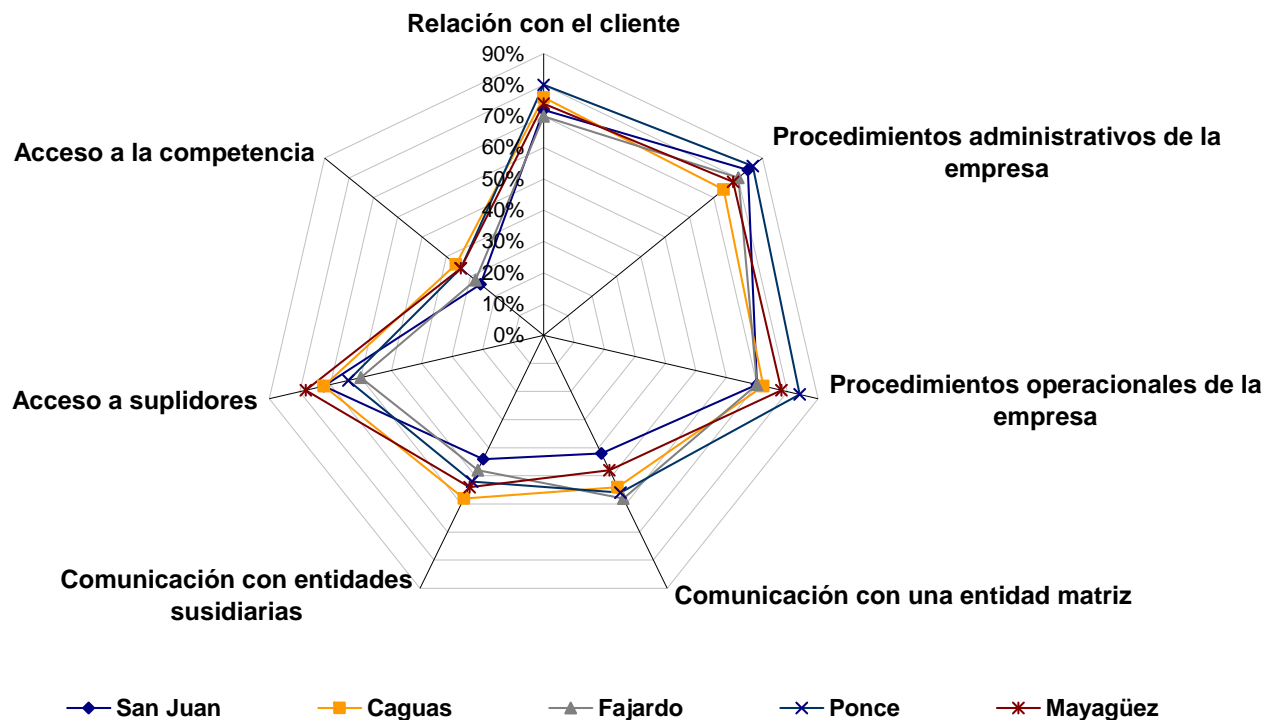


- 36% de las empresas que actualmente no cuentan con página de net planifican tener una durante el próximo año
- En 18.8% de las empresas se llevan a cabo adiestramientos sobre el uso de Internet
- En cuatro de cada diez empresas cuentan con una política de uso del medio



ACTITUDES HACIA EL USO DEL MEDIO

Nivel de importancia del Internet en las distintas dimensiones de la empresa



HALLAZGOS PRINCIPALES

POBLACIÓN GENERAL





PERFIL DEL ENCUESTADO

- Como parte de la encuesta a la población general se entrevistaron personas en los hogares, de 18 años en adelante, que no son estudiantes actualmente. En términos de su perfil se encontró que:



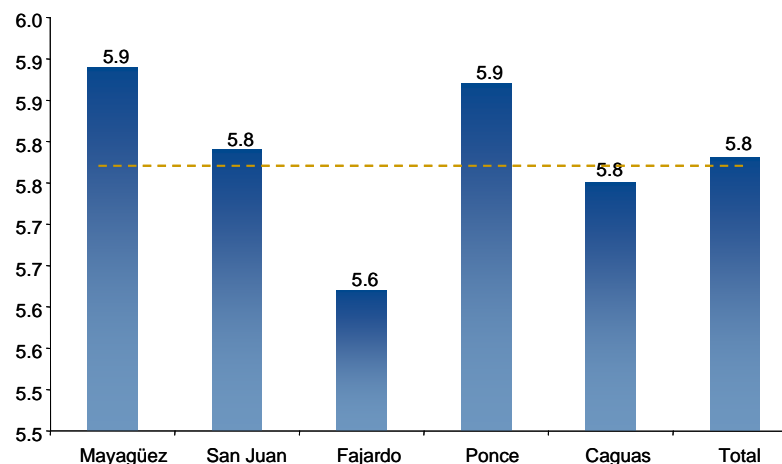
- 55.2% de la muestra son mujeres.
- La mediana de edad es 34 años, mientras que el promedio es 41.
- Cuatro de cada diez están casados, mientras que una proporción similar son solteros.
- Seis de cada diez trabaja.
- La mediana de nivel educativo es bachillerato.
- El promedio de personas en sus hogares es de 3.3.
- La mediana de nivel de ingreso es de \$30,000 a \$39,999.



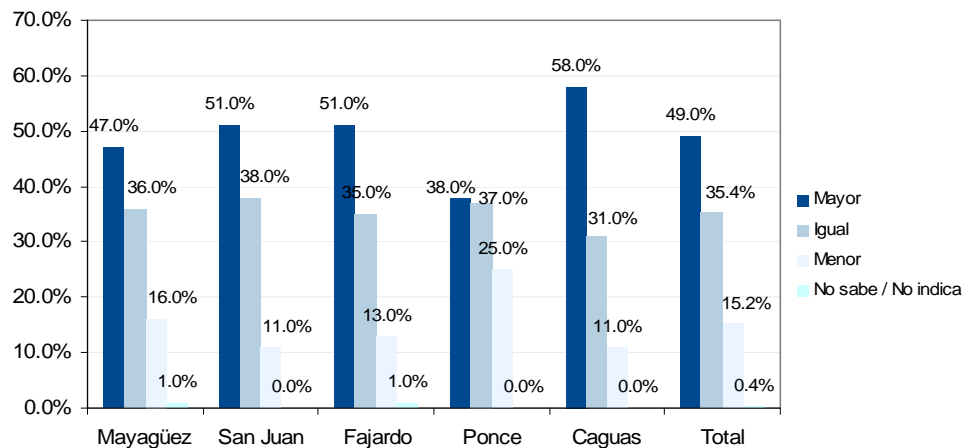
USO DEL MEDIO

- En promedio, los encuestados llevan 5.8 años accediendo Internet.
- Más de la mitad de los entrevistados (55%) conoció Internet mediante un amigo o familiar.
- Una proporción significativa utiliza el medio más en la actualidad, que hace un año.

Promedio de años accediendo Internet



Tiempo que le dedica al Internet en comparación con hace un año

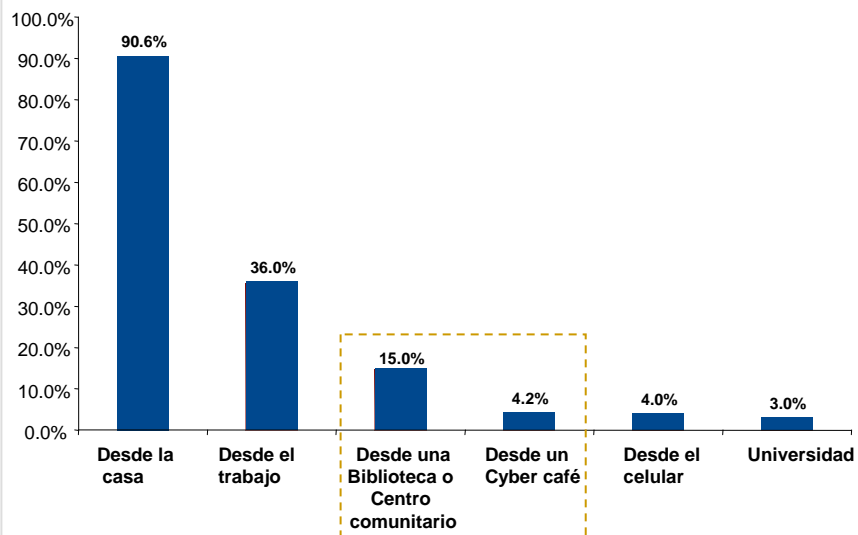




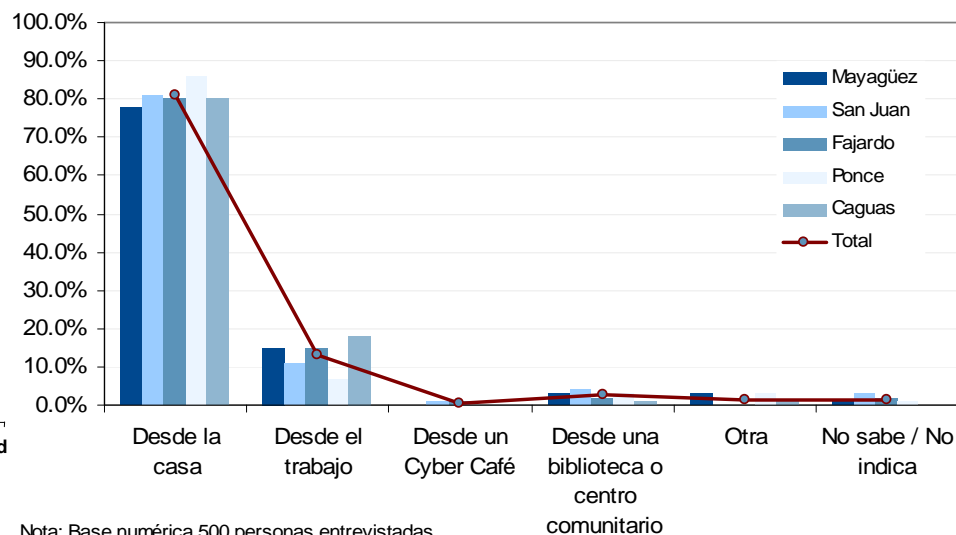
LUGARES DESDE DONDE ACCEDEN

- Más de 90% de los entrevistados accede regularmente desde la casa, 36% desde el trabajo y 15% desde una biblioteca o centro comunitario.
- La proporción de personas que acceden Internet desde lugares públicos como las bibliotecas o centros comunitarios, es mayor al compararse con los datos que arrojaron otros estudios.

Lugares desde donde acceden Internet regularmente



Lugar principal donde acceden a Internet



Nota: Base numérica 500 personas entrevistadas.



COMPARACIÓN CON LOS DATOS OBTENIDOS EN OTROS ESTUDIOS

Comparación con estudios anteriores

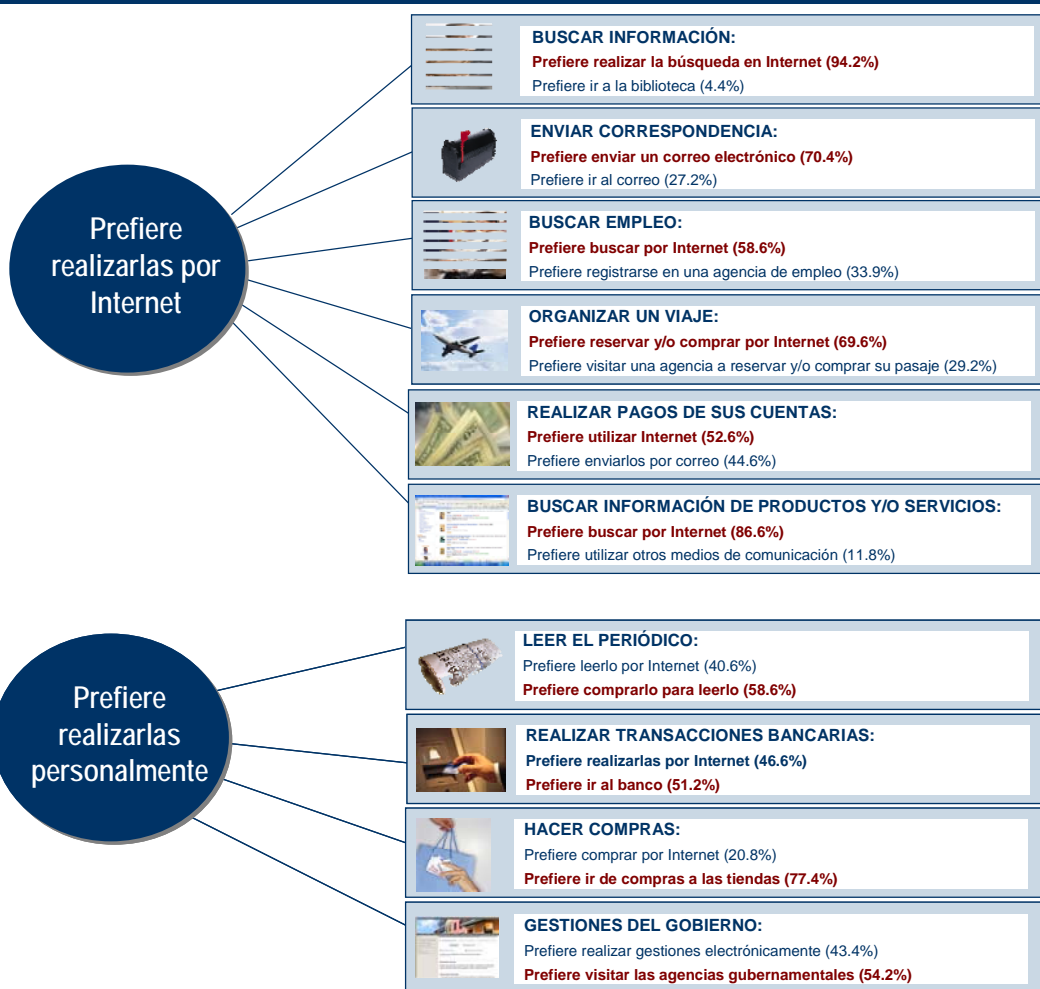


Estudio actual		Según estudio realizado en el 2006
• Años en promedio accediendo Internet: 5.7	→	5 años
• Nueve de cada diez acceden Internet desde su casa	→	8 de cada 10
• Cerca de cuatro de cada diez acceden desde el lugar de trabajo	→	3 de cada 10
• Cerca de dos de cada diez acceden desde una biblioteca o centro comunitario	→	Alrededor del 3%
• Dedicán 3.10 horas a la semana a Internet para uso personal; y 2.8 horas durante los fines de semana	→	2.5 (L-V) / 2.3 (S-)



COMPORTAMIENTO CON RESPECTO AL USO DEL MEDIO

Actividades que prefieren realizar por Internet y/o personalmente





ACTITUDES Y PERCEPCIONES SOBRE EL MEDIO

Integración de Internet a distintas dimensiones												
Aseveraciones	Muy de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		No sabe / No indica	
	Internet es la herramienta principal que utilizo para los asuntos que tienen que ver con mis tareas diarias	139	27.8%	200	40.0%	84	16.8%	51	10.2%	23	4.6%	3
1 Desde que uso Internet es más fácil buscar información	334	66.8%	137	27.4%	20	4.0%	4	0.8%	2	0.4%	3	0.6%
Internet es la herramienta principal que utilizo para los asuntos que tienen que ver con mi trabajo	140	28.0%	143	28.6%	76	15.2%	81	16.2%	57	11.4%	3	0.6%
Internet es una herramienta esencial para tener éxito a nivel profesional	170	34.0%	178	35.6%	79	15.8%	46	9.2%	24	4.8%	3	0.6%
Uno de los aspectos que más me gusta de Internet es que puedo conocer de otras culturas	206	41.2%	201	40.2%	67	13.4%	18	3.6%	5	1.0%	3	0.6%
Uno de los aspectos que más me gusta de Internet es que puedo conocer de temas que me llaman la atención	235	47.0%	224	44.8%	32	6.4%	4	0.8%	2	0.4%	3	0.6%
2 Uno de los aspectos que más me gusta de Internet es que puedo acceder otros medios de comunicación	183	36.6%	237	47.4%	54	10.8%	17	3.4%	6	1.2%	3	0.6%
3 A través de Internet mantengo comunicación con mis amistades y familiares	227	45.4%	186	37.2%	51	10.2%	22	4.4%	11	2.2%	3	0.6%
Internet es mi fuente principal de entretenimiento	103	20.6%	115	23.0%	108	21.6%	117	23.4%	54	10.8%	3	0.6%
Internet es mi fuente favorita para acceder información de los productos y servicios que me interesan	187	37.4%	213	42.6%	63	12.6%	26	5.2%	8	1.6%	3	0.6%
Si me dieran a escoger entre todos los medios de comunicación, para quedarme sólo con uno, me quedaría con Internet	145	29.0%	131	26.2%	106	21.2%	72	14.4%	43	8.6%	3	0.6%

Nota: Base numérica 500 encuestados.

HALLAZGOS PRINCIPALES

ESTUDIANTES





PERFIL DE LOS ESTUDIANTES



- La muestra incluye estudiantes de 7-12 y de entidades post-secundarias y universitarias.
- La muestra resultó en una distribución por género bastante pareja.
- El promedio escolar de estos estudiantes es de 3.26.
- La mediana de Ingreso familiar varía por institución donde estudian. La mayoría de estos estudiantes son solteros.
- Entre los estudiantes de escuela pública, la proporción que trabaja es de 13.3%, de 14.7% entre los de escuela privada y de 36.7% entre los universitarios.



HÁBITOS DE USO DEL MEDIO

- Los estudiantes universitarios llevan un promedio de seis años accediendo a Internet, mientras que los de escuela privada llevan 4.37 años y 3.47 los de escuela pública.

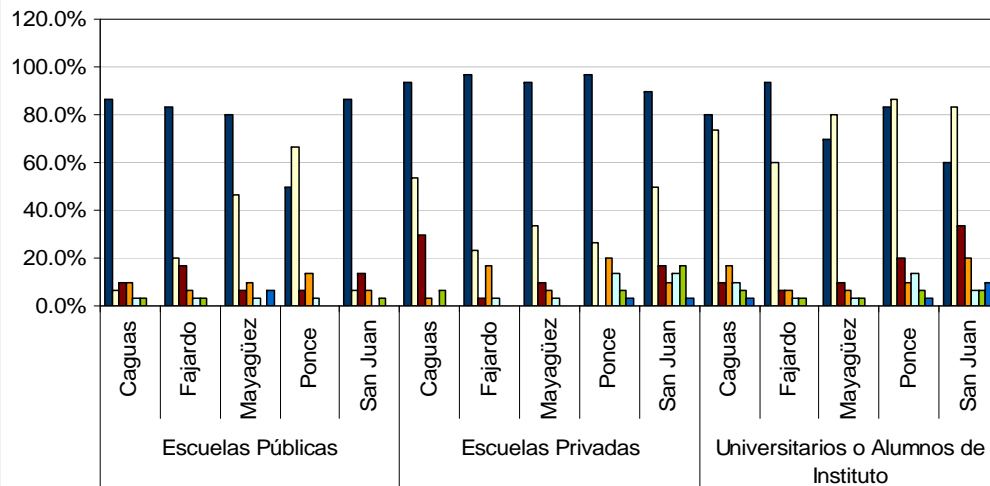
Años que lleva accediendo a Internet						
Tipo Educación	Municipio	N	Promedio	Mediana	Mínimo	Máximo
Pública	Caguas	30	4.23	4	1	10
	Fajardo	30	3.20	3	1	6
	Mayagüez	30	3.03	2	1	9
	Ponce	30	2.88	2	1	10
	San Juan	30	4.00	3.5	1	10
	Total	150	3.47	3	1	10
Privada	Caguas	30	4.53	4	1	10
	Fajardo	30	3.40	4	1	6
	Mayagüez	30	4.77	4.5	1	12
	Ponce	30	3.90	3.5	1	10
	San Juan	30	5.27	5	2	9
	Total	150	4.37	4	1	12
Universidad/Instituto	Caguas	30	5.57	5.5	1	10
	Fajardo	30	4.67	5	1	11
	Mayagüez	30	6.47	6	1	11
	Ponce	30	5.83	6	1	11
	San Juan	30	7.43	7	3	10
	Total	150	5.99	6	1	11
Total	Caguas	90	4.78	5	1	10
	Fajardo	90	3.76	4	1	11
	Mayagüez	90	4.76	4.5	1	12
	Ponce	90	4.20	3.75	1	11
	San Juan	90	5.57	5	1	10
	Total	450	4.61	4	1	12



HÁBITOS DE USO DEL MEDIO

- El lugar desde donde se accede a Internet en los tres grupos es la casa, con incidencia de 94% para los de escuela privada, 77% para los de escuela pública y 77% para los de universidad. En segundo lugar queda el centro donde estudian con 77% desde la universidad, 37% desde la escuela privada y 29% desde la escuela pública.

Lugares donde accede a Internet regularmente



- Desde su casa
- Desde la universidad
- Otro
- Desde una biblioteca o centro comunitario
- Desde el celular
- Desde un Cyber café
- Desde el trabajo

Tipo de conexión utilizan para acceder a Internet desde su casa			
	Escuelas Públicas	Escuelas Privadas	Universitarios y Alumnos de Institutos
Dial Up / Modem	25.9%	25.9%	25.9%
DSL	37.1%	37.1%	37.1%
Cable Modem	9.5%	9.5%	9.5%
Tarjeta Wireless	4.3%	4.3%	4.3%
Web TV	0.9%	0.9%	0.9%
Wireless Broadband	1.7%	1.7%	1.7%
No sabe, no indica	20.7%	20.7%	20.7%

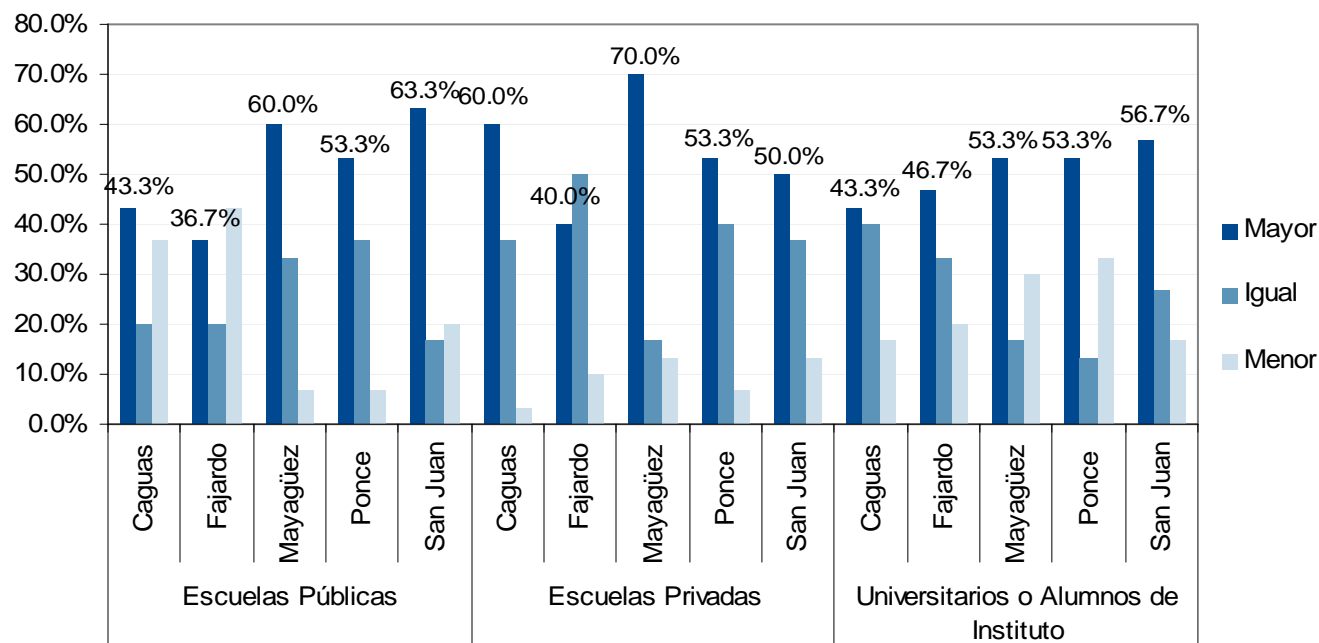
Nota: Base numérica 116 estudiantes de escuelas públicas, 141 de escuelas privadas y 116 universitarios que se conectan desde su casa.



HÁBITOS DE USO DEL MEDIO

- Sobre 50% de los entrevistados en cada grupo dijeron que el tiempo que dedican actualmente a Internet es mayor al que le dedicaban un año atrás.

Tiempo que le dedican actualmente a Internet en comparación con hace un año



Nota: Base numérica 450 estudiantes entrevistados.



HÁBITOS DE USO DEL MEDIO

- Sobre el uso de Internet en actividades relacionadas con la escuela o la universidad, se destaca la búsqueda de información para completar proyectos o asignaciones con una proporción superior a 64% para los two-top-boxes “Siempre y A menudo” en los tres grupos de estudiantes.

Actividades	Caguas			Fajardo			Mayaguez			Ponce			San Juan		
	Pub.	Priv.	Univ.	Pub.	Priv.	Univ.	Pub.	Priv.	Univ.	Pub.	Priv.	Univ.	Pub.	Priv.	Univ.
1 Buscar información para completar proyectos o asignaciones de la escuela o universidad	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2 Hacer la matrícula de la escuela o universidad									X			X			X
3 Ver tu récord académico									X						X
4 Hacer pagos de matrícula o mensualidades									X						
5 Buscar información adicional de temas que se discuten en clase y te llaman la atención		X		X	X			X	X		X				X
6 Enviarle trabajos o asignaciones al profesor									X						X
7 Acceder materiales que el profesor ha posteado en foros o grupos									X						X
8 Buscar información de otras escuelas o universidades					X			X	X						
9 Ver blogs relacionados a temas que se discuten en las clases															X
10 Participar en chats o foros de temas relacionados a las clases															
11 Para tomar cursos a distancia															



HÁBITOS DE USO DEL MEDIO

- Los lugares de Internet visitados con mayor regularidad para propósitos educativos son Google, Yahoo y Wikipedia (27%-41%).

Tres sites o páginas de Internet que visita con mayor regularidad para propósitos de las actividades relacionadas con la escuela o universidad

	Escuelas Públicas	Escuelas Privadas	Universitarios o Alumnos de Institutos
www.google.com	72.7%	79.3%	72.0%
www.yahoo.com	58.7%	54.0%	37.3%
www.wikipedia.com	38.7%	40.7%	27.3%

- Entre los tres "sites" que han visitado con frecuencia en los últimos 30 días, además de los que visitan para propósitos escolares, se destacan Yahoo, My Space y Google.

Tres sites o páginas de Internet que visita con mayor regularidad a demás de las que visita para actividades relacionadas con la escuela o universidad

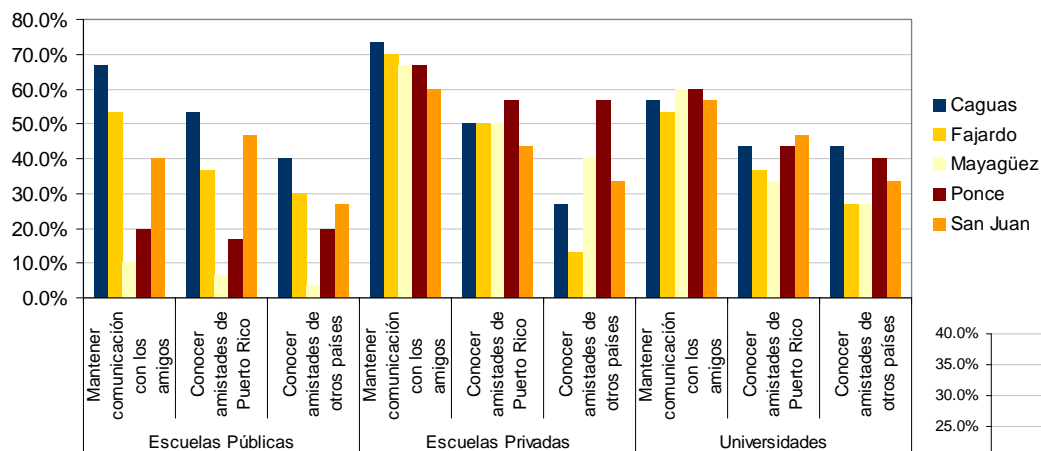
	Escuelas Públicas	Escuelas Privadas	Universitarios o Alumnos de Institutos
www.yahoo.com	28.0%	22.0%	16.7%
www.myspace.com	22.0%	52.0%	31.3%
www.google.com	18.0%	24.0%	4.0%



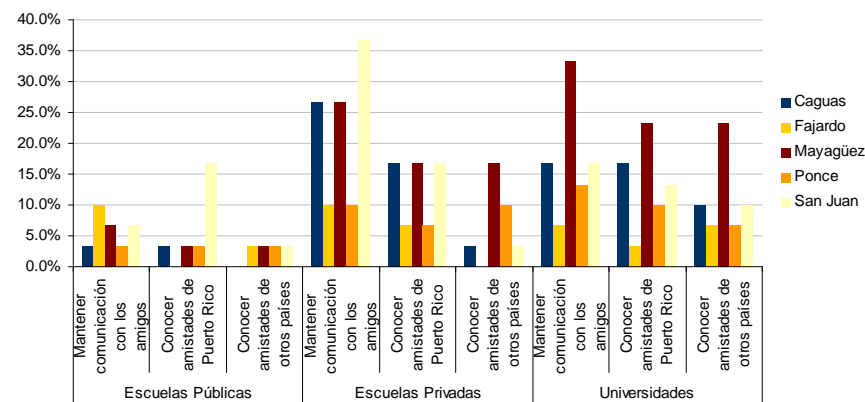
HÁBITOS DE USO DEL MEDIO

- El uso de Internet ha cambiado también la forma en que los estudiantes interactúan. Al comparar los resultados de otras investigaciones se observa que el uso de sitios como MySpace y FaceBook está aumentando en popularidad.

Uso de My Space



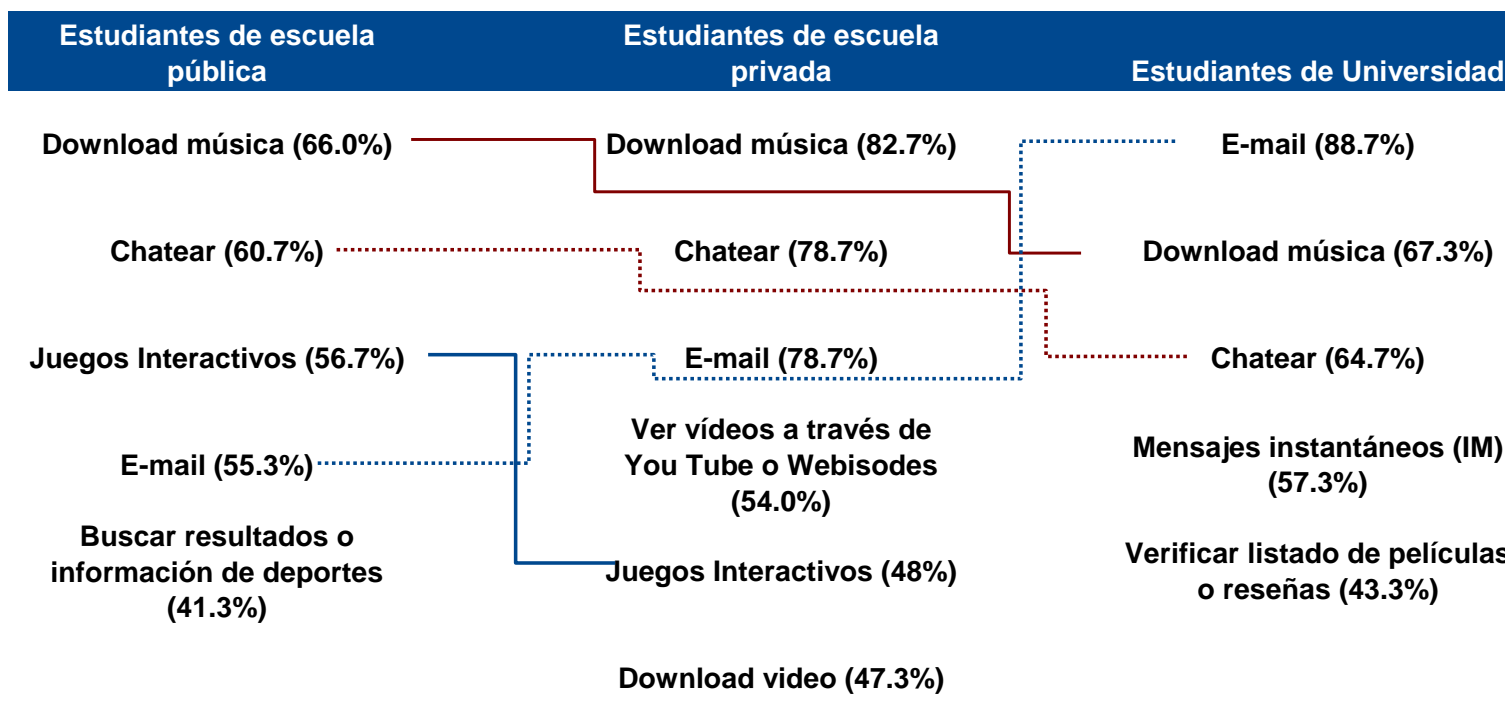
Uso de Facebook





HÁBITOS DE USO DEL MEDIO

- Entre las actividades llevadas a cabo en Internet durante los pasados 30 días figura principalmente, el correo electrónico; bajar música, chatear; bajar vídeos y juegos interactivos.

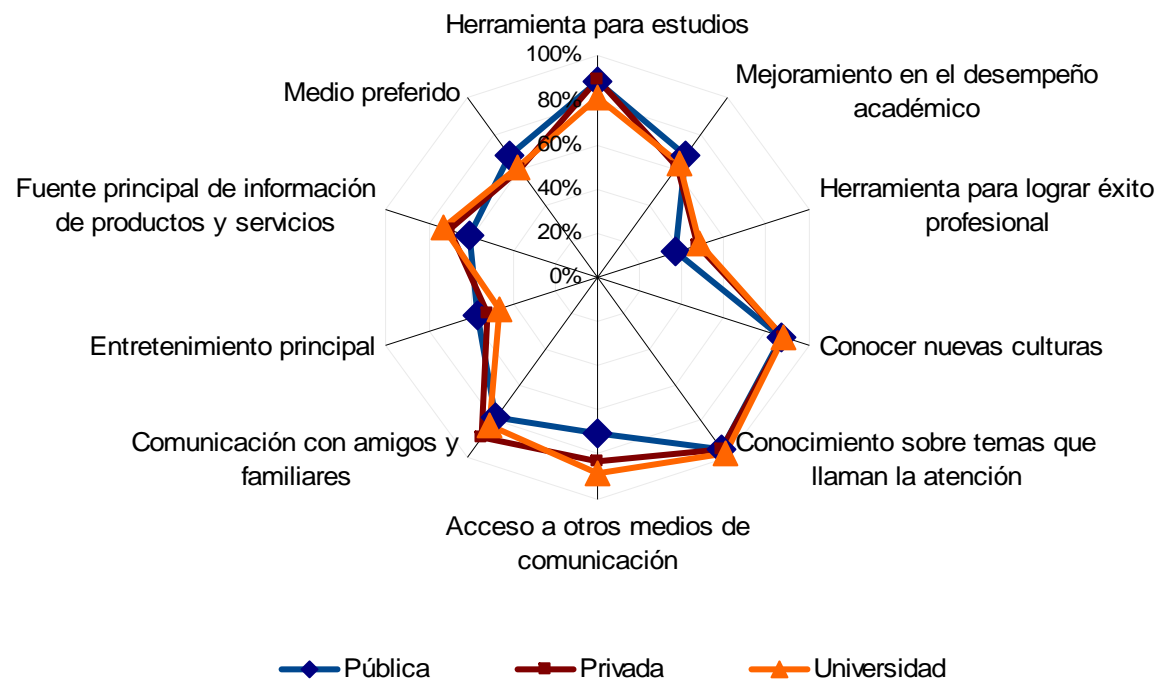




HÁBITOS DE USO DEL MEDIO

- Internet se ha integrado a distintas dimensiones de la vida de los estudiantes, tanto en términos académicos, como a nivel social y personal.

Integración de Internet a las distintas dimensiones del individuo



LÍDERES DE OPINIÓN





DESARROLLO DE LA INTERNET EN PUERTO RICO Y OTROS PAÍSES

- La mayoría de los informantes clave coincide en que el desarrollo del medio en la Isla ha sido lento, aún cuando reconocen que el país está algo más adelantado que otros países en Latinoamérica y el Caribe.
- Algunos aclararon que, aún cuando no se haya avanzado en términos de incidencia, sí se ha dado un fenómeno de sofisticación del usuario, pues éste es uno que realiza un número mayor de actividades en línea.
- Los informantes plantean el desarrollo lento de la Internet desde dos perspectivas o vertientes:
 - (1) penetración o incidencia de uso, y
 - (2) profundidad del medio.
- Dos aspectos, que desde la perspectiva de algunos informantes pudieran estar imposibilitando el desarrollo pleno del medio, son el costo y accesibilidad a la infraestructura necesaria para su uso y la falta de una política pública adecuada por parte del gobierno.

El costo y la accesibilidad de la infraestructura no ha permitido una diseminación que se propague a la velocidad necesaria... en Puerto Rico yo te diría que el impedimento mayor ha sido la infraestructura y la falta de iniciativa en el gobierno.

Si nosotros miramos Puerto Rico, Puerto Rico tenía una gran ventaja sobre el resto de Latinoamérica en el sentido de que Puerto Rico tiene una penetración de comunicaciones y de infraestructura bien robusta. Relativamente hablando con el resto de Latinoamérica. Sin embargo, las compañías de telecomunicaciones mantuvieron y continúan manteniendo el costo del ancho de banda extremadamente elevado a niveles de subdesarrollo y pues eso no permite que el Internet avance en Puerto Rico.



EVENTOS QUE HAN TENIDO UN IMPACTO POSITIVO EN EL DESARROLLO DE LA INTERNET EN P.R.

Cobertura del caso "Zuleika en los medios de comunicación.

Eventos de impacto internacional como los sucesos del 9-11, que provocan el interés en la población en buscar información.

La intervención de la Universidad en la adopción y uso de nuevas tecnologías.

El programa propulsado por el Gobierno de Estados Unidos bajo la administración Clinton conocido como NII (National Information Infrastructure)

El proyecto de Ciencia y Tecnología de 1995 en Puerto Rico.

La ley de la biblioteca virtual, en 2001.

Surgimiento de navegadores de Internet como Netscape, Explorer y Mozaico previamente.

Orden Ejecutiva en 2003, para la implantación de un gobierno electrónico y el establecimiento de páginas de Internet para todas las agencias gubernamentales.

Intervención de la banca mediante de la promoción de sus servicios a través de la Internet.

La mensajería instantánea ha propiciado el que los jóvenes se sientan atraídos hacia el medio, así como también el surgimiento de herramientas de captura de audio y vídeo

El surgimiento de páginas que sirven de espacios de interacción social, como por ejemplo My space y Facebook.



CAMBIOS EN EL USO DE INTERNET Y ESTATUS DE CADA SECTOR

Gobierno

- Tiene páginas de servicio, pero muy limitadas
- Percepción de que ha perdido el ímpetu inicial
- Falta de visión de la Internet como herramienta educativa estratégica
- No utiliza la Internet de forma planificada
- Se invierte mucho en tecnología, pero poco en inteligencia tecnológica.

Sector Privado

- El sector privado es el más adelantado (finanzas y comunicaciones).
- Se usa cada vez más para vender productos y servicios.
- Los medios como la prensa escrita y la radio han explotado mucho el uso de la Internet.
- Desde el punto de vista de los proveedores, las compañías de telecomunicaciones mantienen altos los precios de la banda ancha.
- Incongruencia que detiene la penetración de Internet: tarifas de subdesarrollo con necesidades de desarrollo

Academia

- Propulsor del uso del Internet
- Hay un mayor desarrollo informático
- Mejor proporción de máquinas por estudiante al comprarse con periodos anteriores

Tercer Sector

- Se considera el sector más atrasado en términos de conectividad y apoyo técnico.



PROYECCIONES SOBRE EL USO DE LA INTERNET Y ACCIONES QUE DEBERÍAN TOMAR LOS SECTORES PARA QUE ÉSTAS SE CUMPLAN

- Se entiende que la incidencia de uso de Internet será mayor en los próximos años, pero para estos los distintos sectores deben tomar distintas medidas.

Gobierno

- Tomar nuevamente una posición de liderazgo en la formulación de política pública,
- Estimular el que las personas realicen las transacciones por Internet, aún en las agencias a través de terminales,
- Creación de páginas transaccionales, no meramente informativas,
- Creación de incentivos por el uso del medio,
- Inversiones por parte de los municipios en centros de acceso a la información.

Sector Privado

- Abonar al establecimiento de la infraestructura para uso del medio, a través de la nivelación y asequibilidad de los precios,
- Unirse a esfuerzos de educación,
- Proveer más servicios a través de Internet,
- Abonar a crear una cultura de uso del medio entre sus empleados y la comunidad general.

Academia

- Fomentar el desarrollo de cursos a distancia a través de Internet,
- Creación de cursos de educación a distancia en línea,
- Becas para el uso de Internet a niños excepcionales

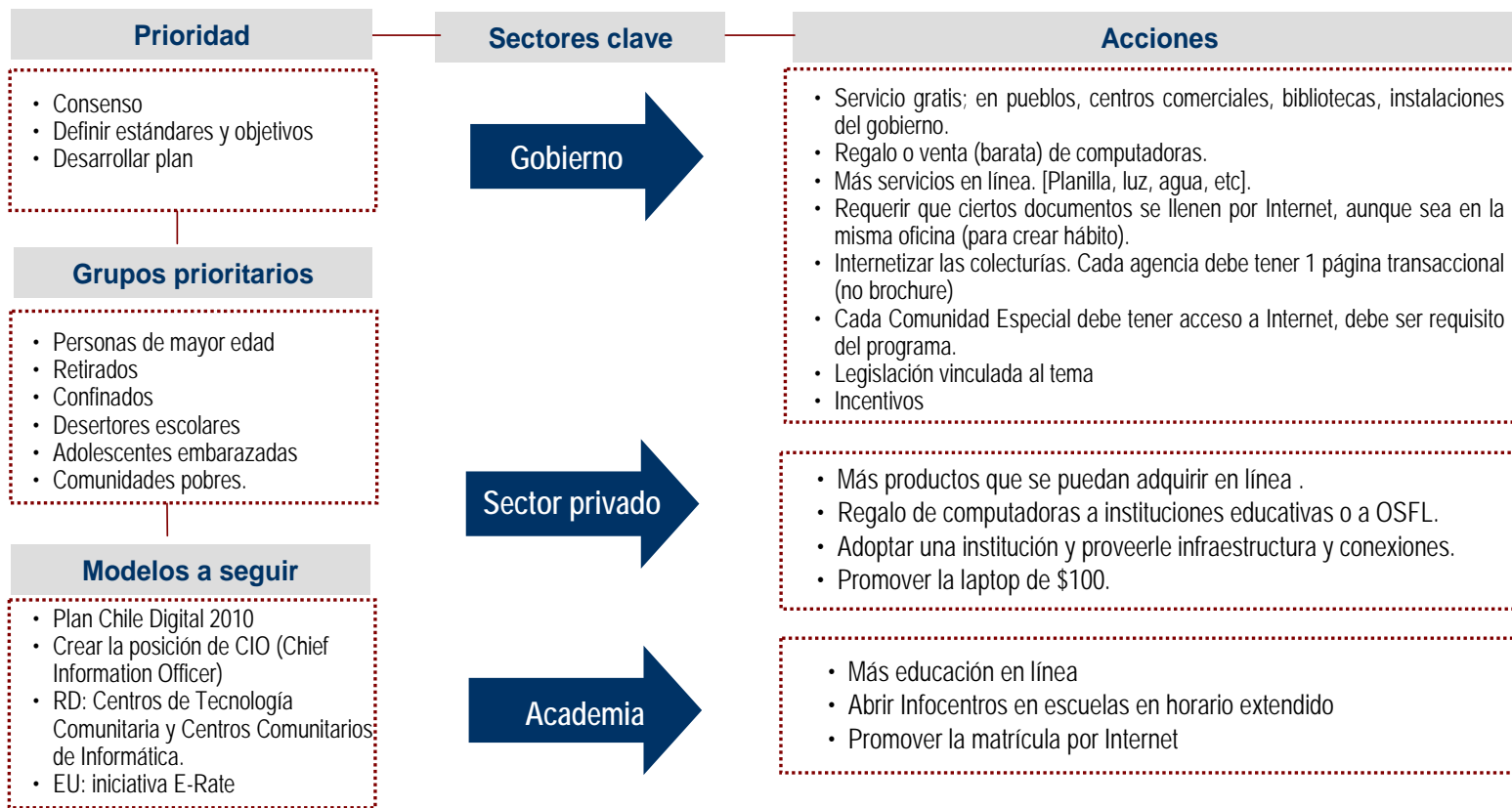
Tercer Sector

- Crear campañas de educación y divulgación sobre el uso del medio,
- Crear más proyectos como operación éxito,
- Creación de task force que trabaje con el tema,
- Identificar fuentes de fondos para el cierre de la brecha digital,
- Proveer talleres en el uso de Internet,
- Utilizar el medio como vehículo o canal para crear alianzas estratégicas
- Utilizar el medio para la educación continua y el mejoramiento profesional de su personal



PROYECCIONES SOBRE EL USO DE LA INTERNET

MAPA DE DESARROLLO



CONCLUSIONES





CONCLUSIONES

- La Internet a través de los años ha revolucionado las distintas dimensiones de la vida de los individuos. El actual estudio constituye un hito en la investigación sobre el medio en Puerto Rico al presentar una base de un estudio longitudinal que permitirá documentar el desarrollo de este medio en la Isla y su influencia en la vida individual y colectiva.
- Aún cuando Puerto Rico presenta una incidencia mayor que otros países, en el Caribe y Latinoamérica el mismo se encuentra rezagado al compararse con otras jurisdicciones con las que típicamente se compara el país. Además, investigaciones previas sobre el medio demuestran relación entre la incidencia de uso de éste y variables como el nivel de ingreso y el nivel de escolaridad.
- En la mayoría de los países donde la incidencia es mayor a la de Puerto Rico el Gobierno a jugado un papel importante a través de la articulación de política pública e iniciativas encaminadas a la democratización del medio.
- El estado en el que se encuentra la Internet en Puerto Rico actualmente requiere que el Gobierno y todos los demás sectores vean el medio como una herramienta de desarrollo económico y de movilidad social ascendente.



CONCLUSIONES

- Del estudio actual se desprende que el sector sin fines de lucro y el gobierno están más rezagados al compararse con el sector privado y la academia: el primero, por la falta de recursos que le permitan adoptar la infraestructura adecuada para el uso del medio y el segundo, por la falta de un plan articulado y la falta de continuidad de iniciativas previas tomadas.
- Las ciudades seleccionadas como parte del estudio representan ejemplos que permitirán medir y continuar midiendo la forma en que incide una política pública articulada con participación multisectorial en el desarrollo de la Internet. Estas son ciudades que han establecido planes para fomentar el uso del medio o han diseñado iniciativas cuyos resultados podrán observarse en el mediano y largo plazo.
- Los efectos de la política pública ya implantada de municipios como por ejemplo, Caguas y Mayagüez, se han dejado notar más en estudiantes de escuelas públicas y universidades observándose en aspectos como: el desarrollo de una cultura del uso del medio, la integración del medio a diversas dimensiones del individuo, y el uso de espacios comunes de acceso al Internet como por ejemplo, los centros y bibliotecas comunitarias.



CONCLUSIONES

- Las empresas, por otra parte, reconocen la interrelación del uso del medio y el fortalecimiento de sus negocios así como su posición competitiva en el mercado.
- En la población general, Internet ha venido a suplantar otras herramientas en la realización de actividades en el diario vivir. Ha abonado a crear nuevas modalidades en la realización de actividades vinculadas al ámbito personal, las relaciones interpersonales, el trabajo, y el desarrollo profesional. El acceso a información y las nuevas formas de comunicarse son dos valores que la población reconoce en el medio.
- De los hallazgos de este estudio, se deriva la importancia de reconocer que las medidas que están tomando estas ciudades no deben ser esfuerzos aislados, sino que, deben emularse por el estado para que se conviertan en estrategias generales para el país.