



presenta

THE STATE OF THE INTERNET IN PUERTO RICO

TEMAS DEL ESTUDIO

- **Nuevas tendencias de la internet a nivel mundial**
- **Número de usuarios en Puerto Rico**
- **Perfil de los *netizens***
- **Hábitos de uso: frecuencia semanal, horas que le dedican a la semana, *sites* que visitan, número de *e-mails* que poseen, etc.**
- **Actitudes hacia:**
 - **Ofertas y anuncios que reciben por e-mail**
 - ***Sites* que requieren nombre y/o contraseñas**
 - **Gobierno electrónico**



TEMAS DEL ESTUDIO

- *Online banking*
- *E-commerce*
- **Recordación de anuncios**



METODOLOGIA DE MUESTREO

- **1,000 entrevistas telefónicas (Unidad CATI de R&R)**
- **Representación por regiones geográficas y niveles socioeconómicos**



Lo nuevo en la Internet

LO NUEVO DE LA INTERNET

- **Power Line Communication**

Internet por la red eléctrica

Iniciativa de compañías europeas del sector eléctrico

- Mercado de prueba, Santiago de Chile (5,000 hogares)
- Pruebas preliminares en Barcelona y Madrid reflejan velocidades de transmisión de 16 megabites por segundo



TRANSMISION INTERNET POR LA RED ELECTRICA

- IPS transmiten por un cable de fibra óptica hacia un modulador de la red eléctrica
- Modulador permite viajar señal por los cables electrificados
- Señal llega a hogares por el contador
- Del contador, la señal pasa a un PLC Modem
- Del PCL Modem al computador



LO NUEVO DE LA INTERNET

- **Internet olorosa (France Telecom)**

"Sniffman" se lleva colgado del cuello y tiene el tamaño de una palm. Dentro, 64 mini-probetas con sustancias aromáticas, que envían las fragancias luego de recibir las instrucciones del computador y la descarga de olor no dura más de tres segundos



"Olfacom" dos propagadores de aromas del tamaño de las bocinas, que se colocan a los costados del monitor

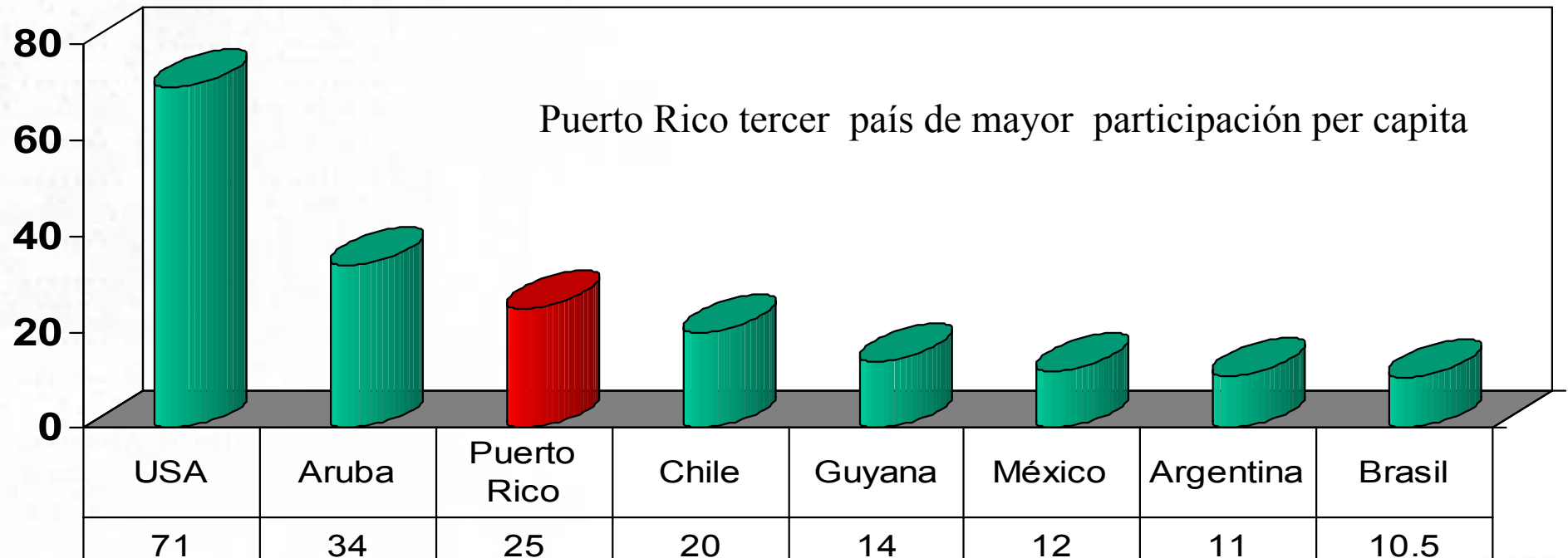




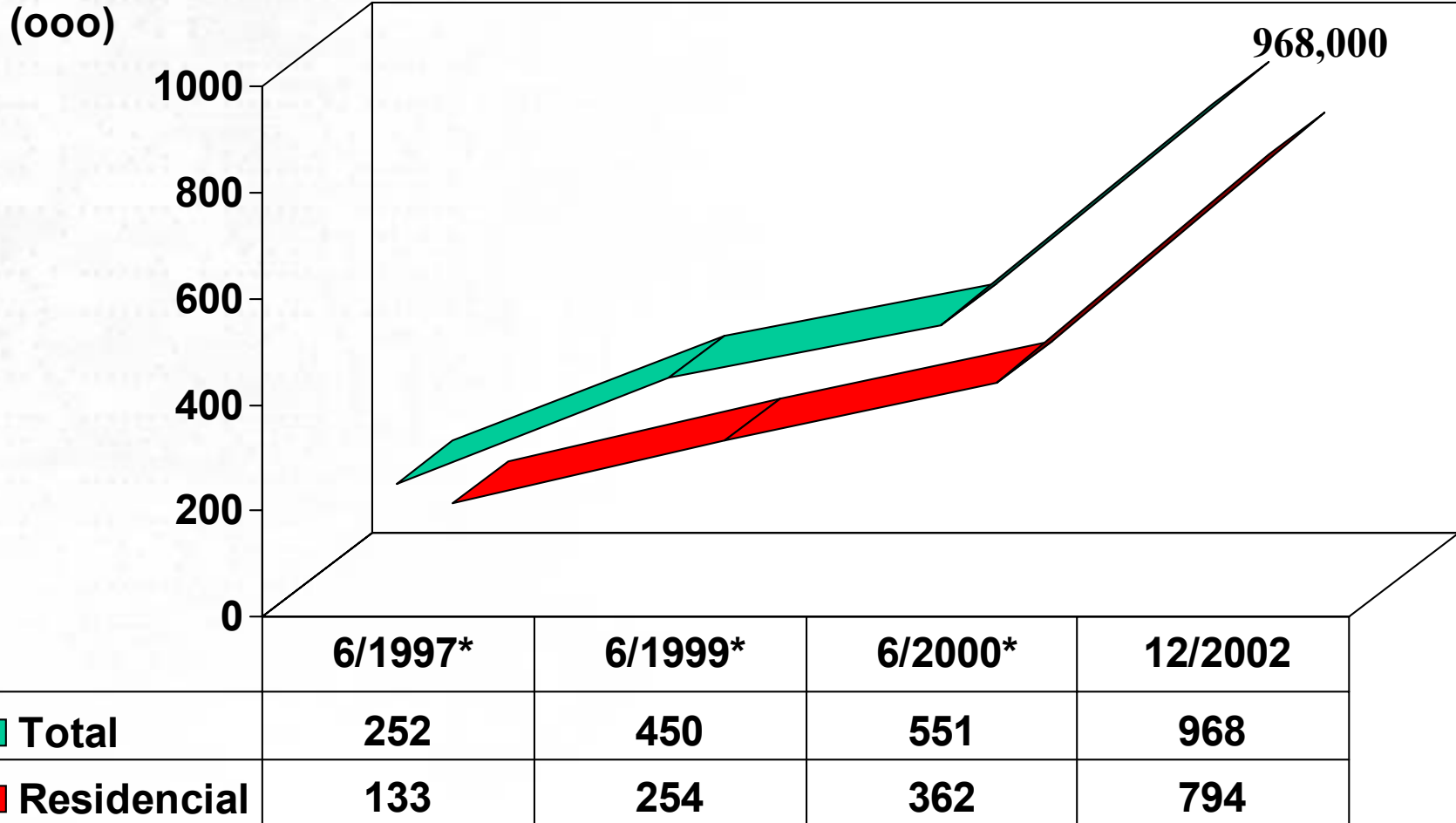
Hallazgos Sobresalientes Estudio ISOCPR

Participación poblacional de Internet en L.A.

%



TENDENCIA DE NETIZENS EN PUERTO RICO



* Research & Research



TENDENCIA DE USUARIOS DE INTERNET

- **Estimados de usuarios en Puerto Rico por ITU – International Telecommunication Union**
 - **Dic. 2001 – 640,000**
 - **Dic. 2002 – 910,000**



COMPARACION NETIZENS DE P.R./USA

	<u>USA*</u>	<u>P.R.</u>
Netizens poblacional	71%	25%
Incidencia internet en hogares	59	29
Participación femenina	49	49
% estudiantes utilizan la red en escuelas	74	39
% personas que trabajan utilizan red en lugar de trabajo	51	40
Poseen 2 o más correos electrónicos	48	48
Horas semanal en Internet	11 hrs	14 hrs

* The UCLA Internet Report 2/2003



RELACION DE CUENTAS DE INTERNET Y NUMERO DE NETIZENS

- **Número de cuentas de Internet en P.R. – 281,500**
- **Cada cuenta genera un promedio de 3.4 personas**
- **Puerto Rico experimenta la misma tendencia mundial en relación cuenta/personas**



PERFIL DE INTERNAUTAS SEGUN SEXO

	Población <u>P.R.</u>	<u>1997</u>	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2002</u>
Masculino	48%	68%	54%	57%	51%
Femenino	52	32	46	43	49



PERFIL DE INTERNAUTAS SEGUN EDAD

	Población <u>P.R.</u>	<u>1997</u>	Netizens <u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2002</u>
Edad promedio (años)	31	32	26	23	24



PERFIL DE INTERNAUTAS SEGUN REGION GEOGRAFICA

	Población <u>P.R.</u>	<u>1997</u>	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2002</u>
San Juan Metro	34%	76%	54%	41%	39%
Resto Isla	66	24	46	59	61

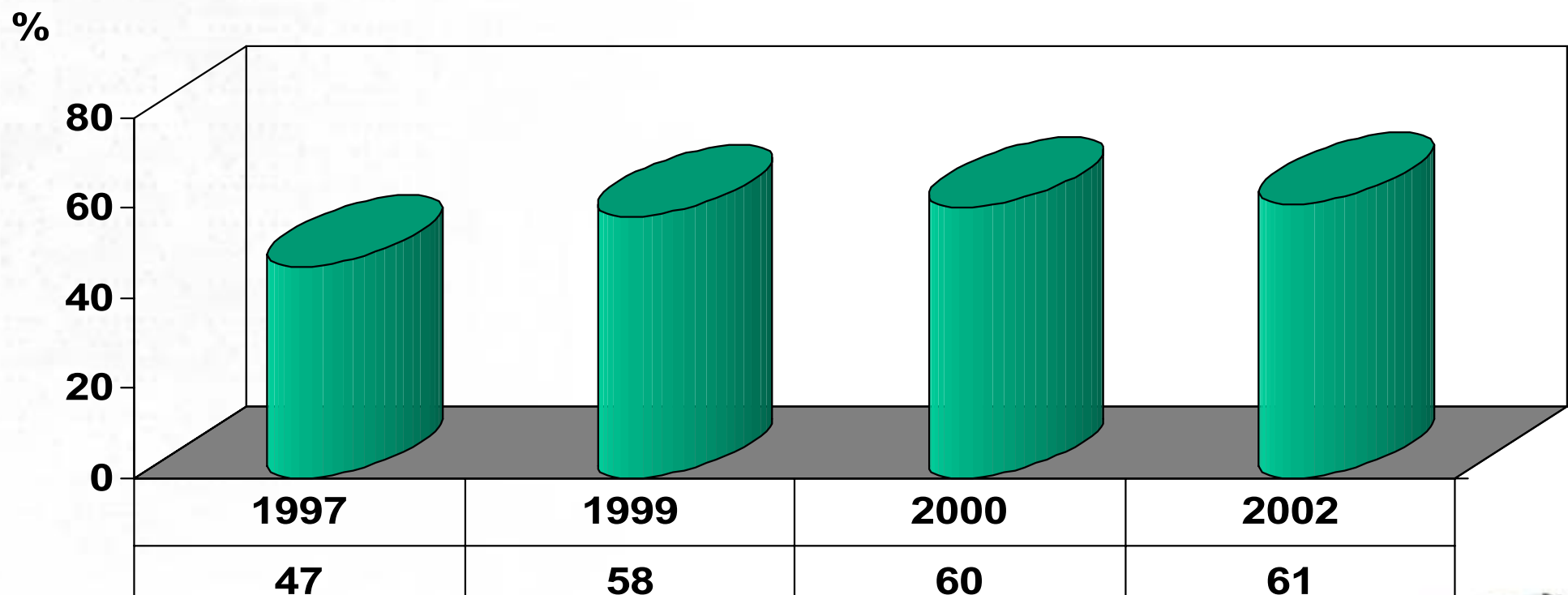


PERFIL DE INTERNAUTAS SEGUN NIVEL

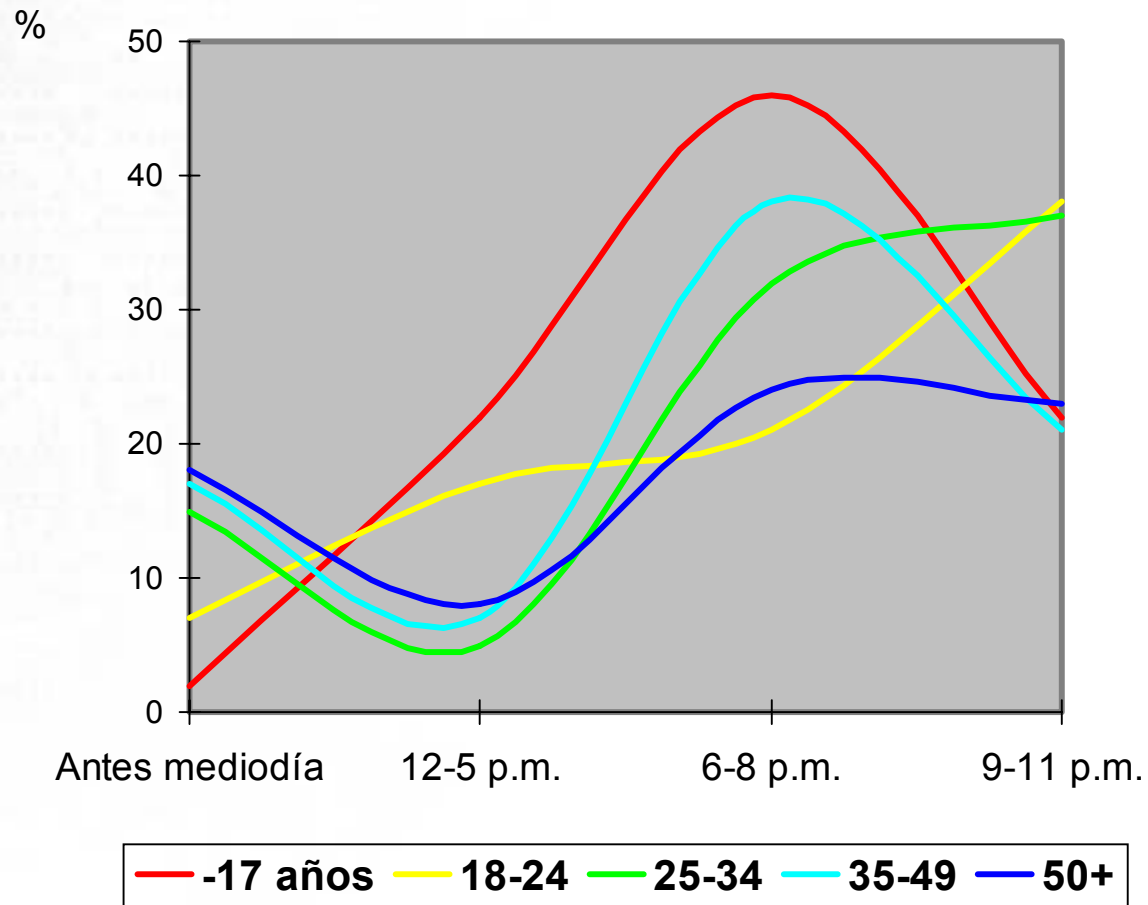
	Población <u>P.R.</u>	<u>1997</u>	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2002</u>
Alto/medio	49%	84%	78%	69%	58%
Bajo	51	16	22	31	42



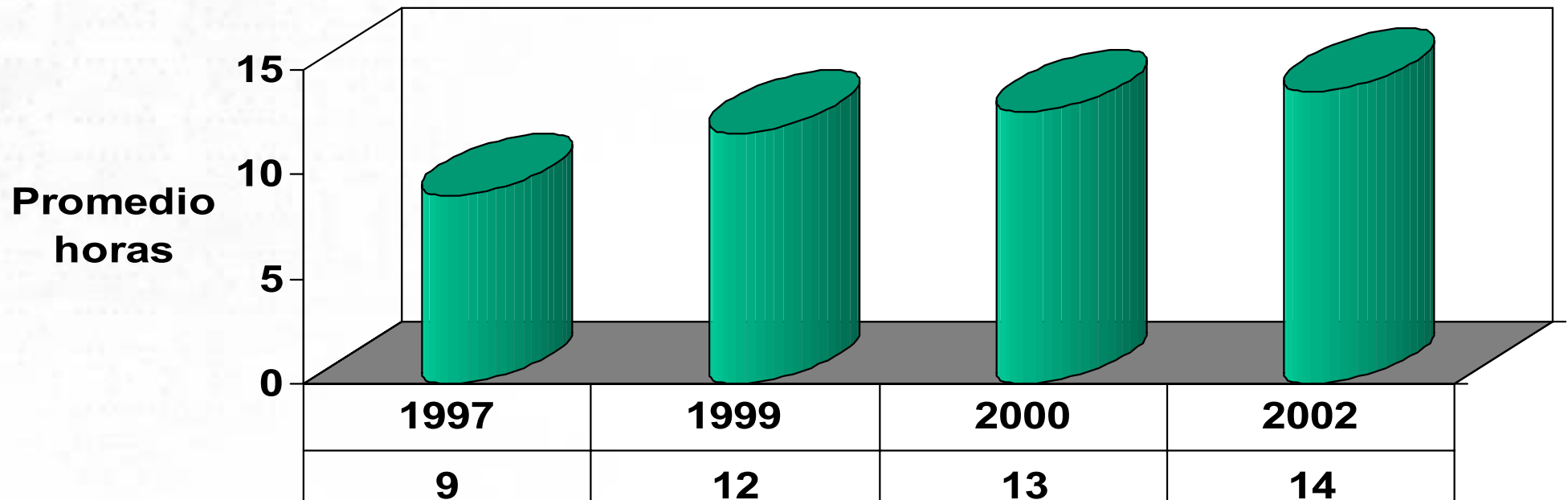
TENDENCIA USO DIARIO DE INTERNET



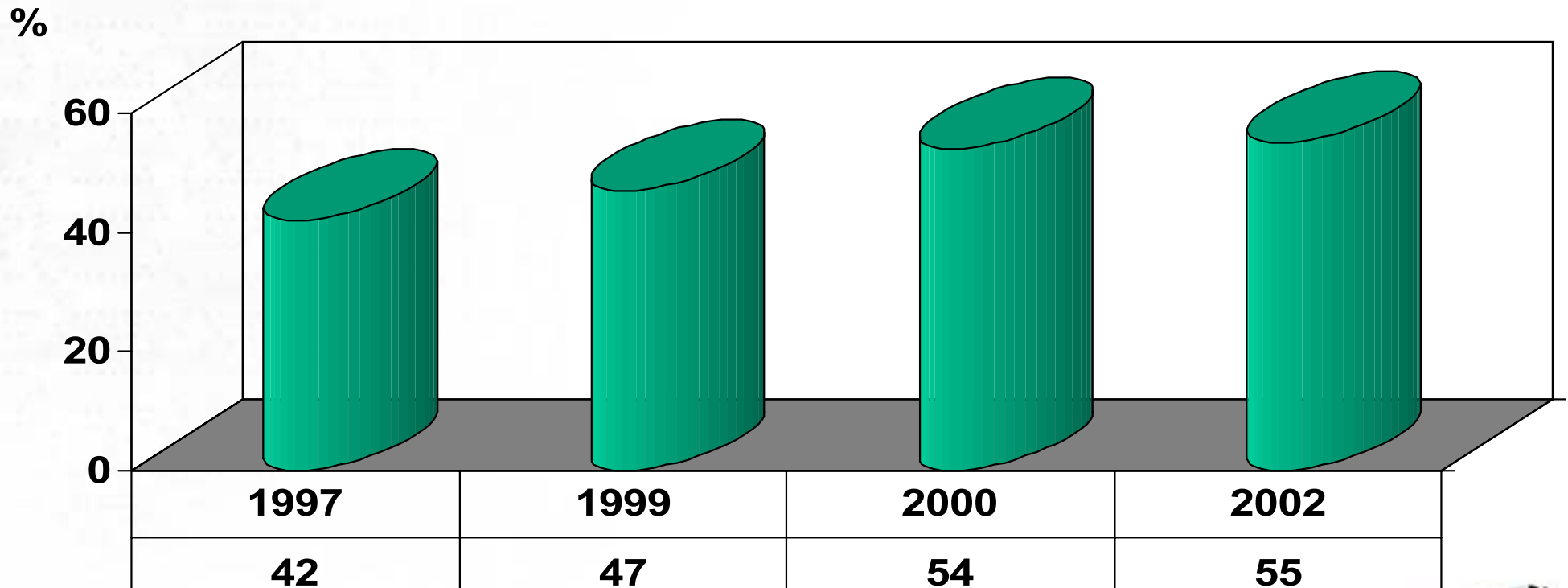
MOMENTOS DEL DIA QUE UTILIZAN LA RED



TENDENCIA USO SEMANAL DE INTERNET

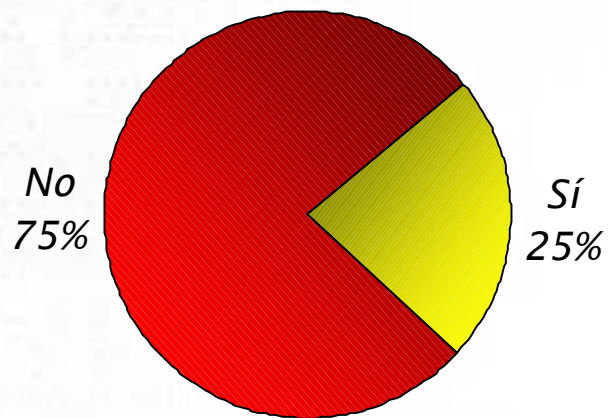


TENDENCIA VISITAS WEB LOCALES

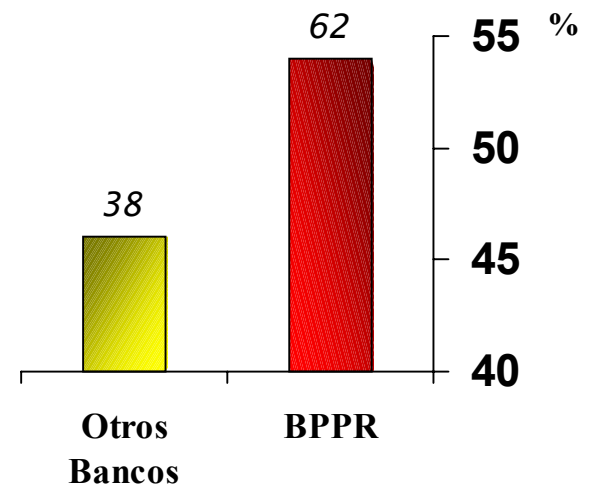


ONLINE BANKING - *Personas adultas*

TRANSACCIONES BANCARIAS POR INTERNET



212,300 Usuarios



SITES QUE VISITAN CON MAYOR FRECUENCIA

Género

	<u>Total</u>	<u>Masculino</u>	<u>Femenino</u>
Buscadores información	64%	56%	72%
Sites correos	36	32	40
Noticias	23	24	22
Deportes	9	15	2
Financieros	6	6	6
Chat	6	7	6



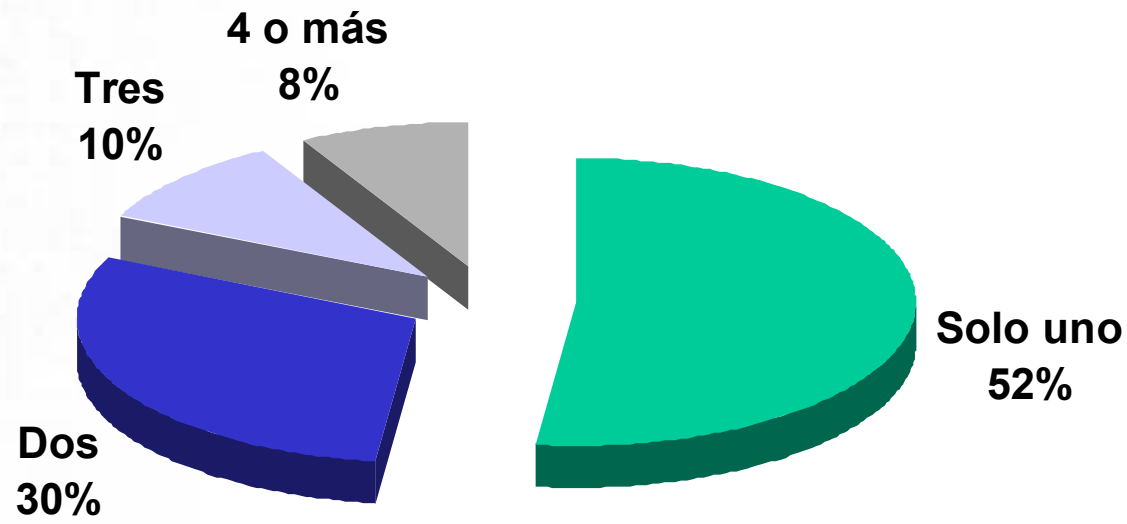
SITES QUE VISITAN CON MAYOR FRECUENCIA

Edad

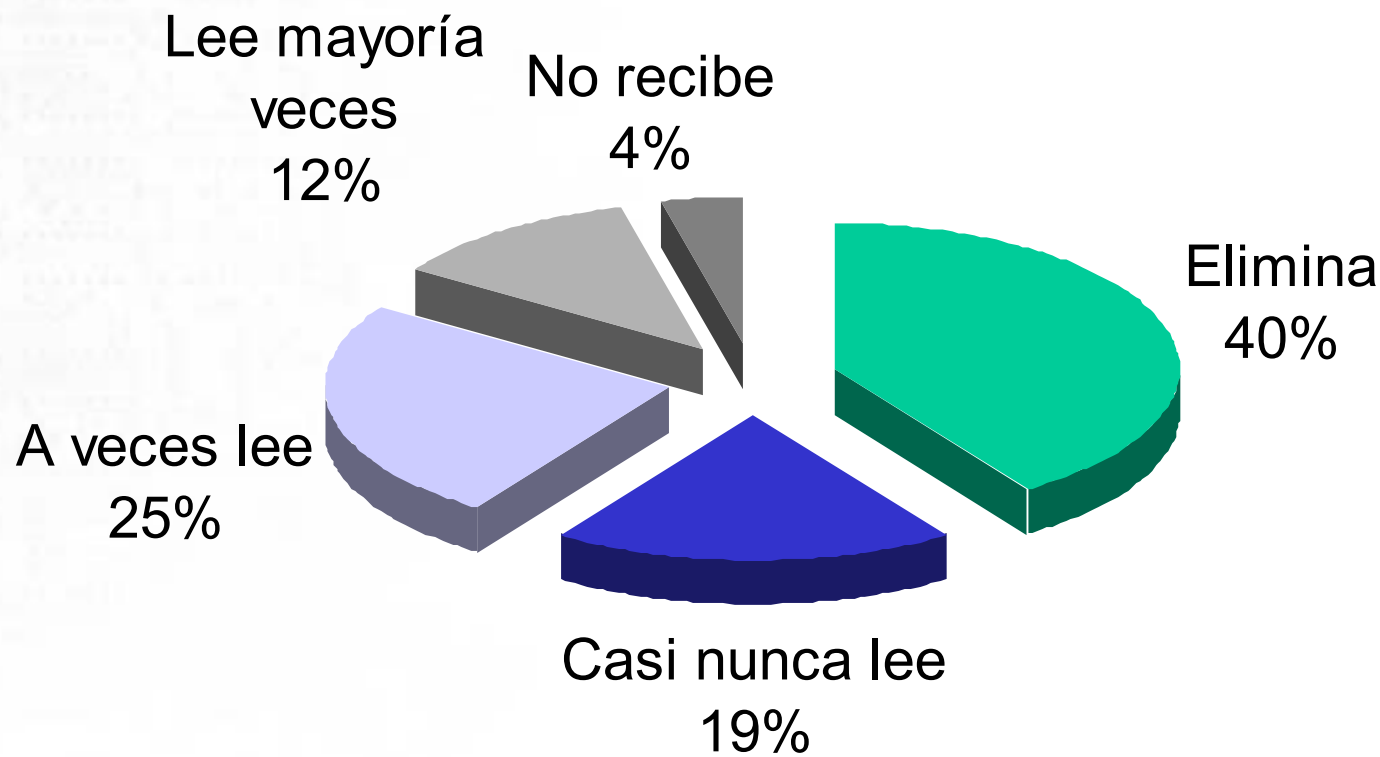
	<u>Total</u>	<u>Menor 18</u>	<u>18-24</u>	<u>25-34</u>	<u>35-49</u>	<u>50+</u>
Buscadores información	64%	73%	56%	69%	64%	56%
Sites correos	36	46	41	30	29	25
Noticias	23	14	18	26	31	28
Deportes	9	5	17	7	3	5
Financiero	6		3	9	12	7
Chat	6	15	8	4	1	
Música	5	10	10	3	1	



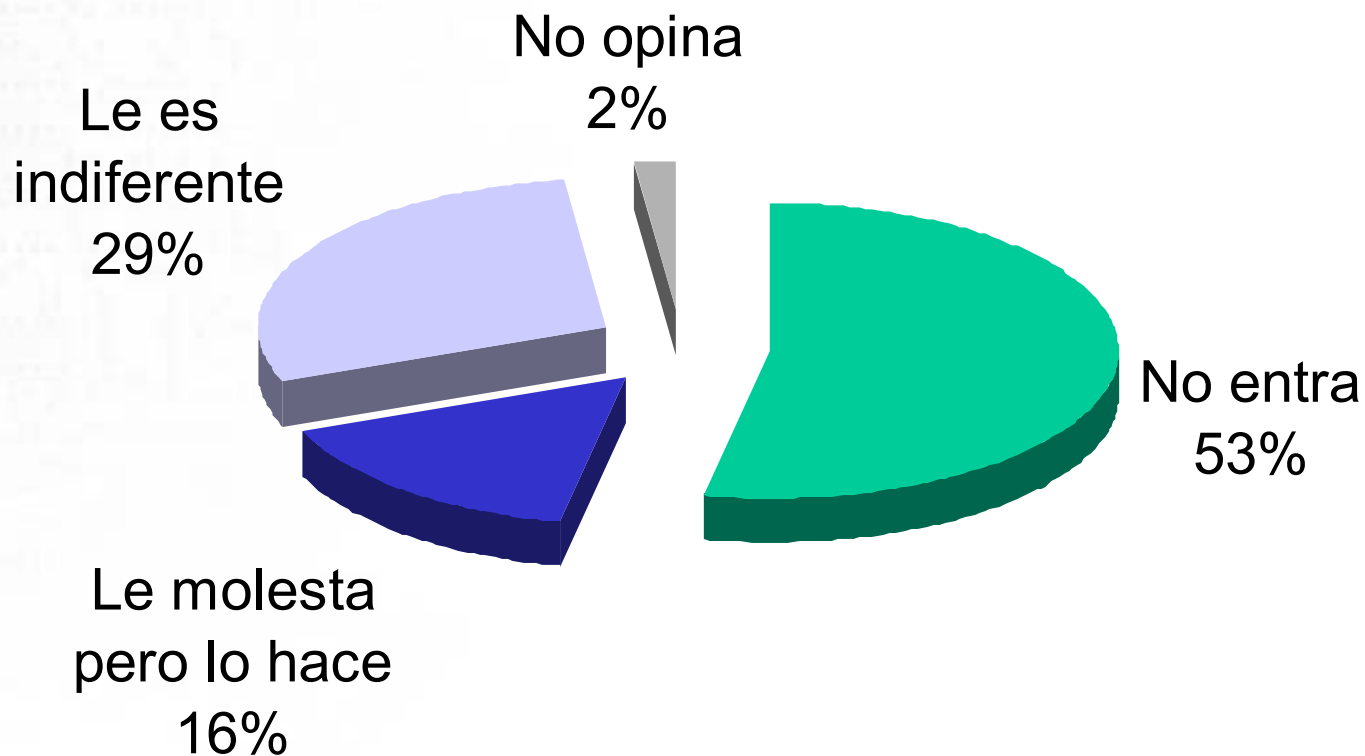
INCIDENCIA DE CORREOS ELECTRONICOS



ACTITUDES HACIA OFERTAS O ANUNCIOS VIA E-MAIL



ACTITUDES HACIA SITES QUE SOLICITAN CONTRASEÑAS

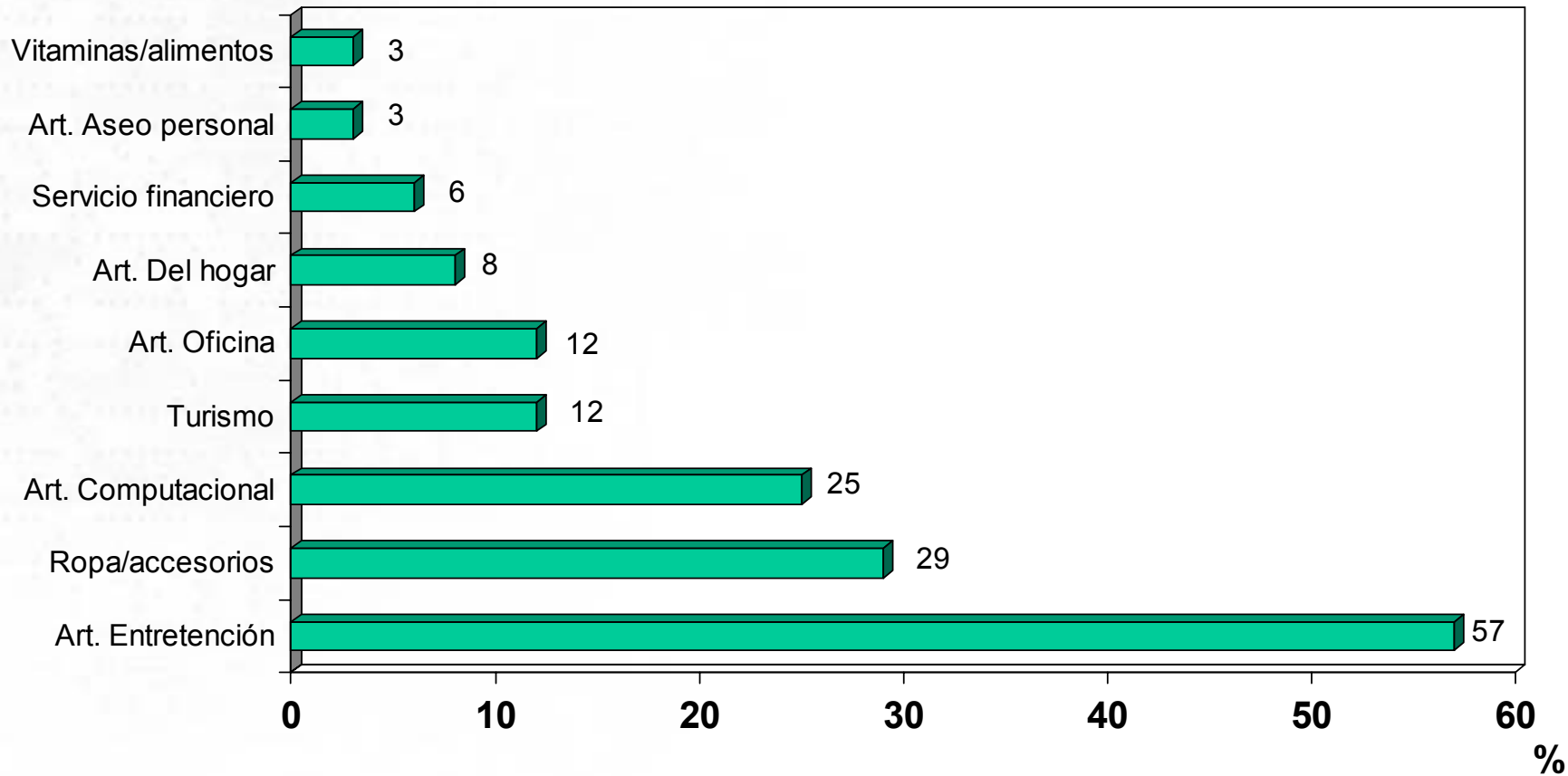


E-COMMERCE

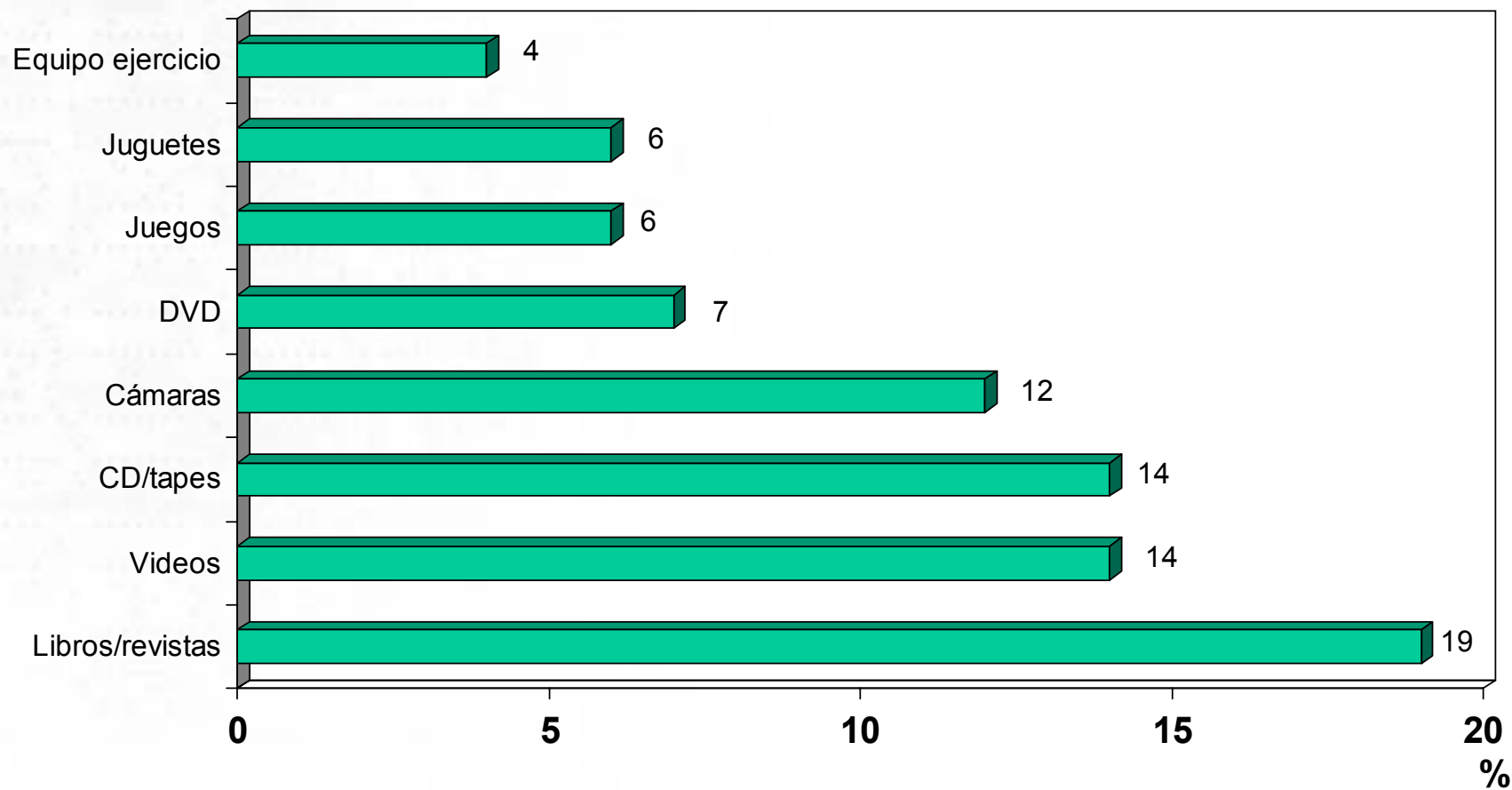
- **Un 47% de los internautas ha comprado alguna vez en la red**
- **28% en los últimos 12 meses**
- **Promedio de 5 veces**



PRODUCTOS/SERVICIOS COMPRADOS ULTIMOS 12 MESES

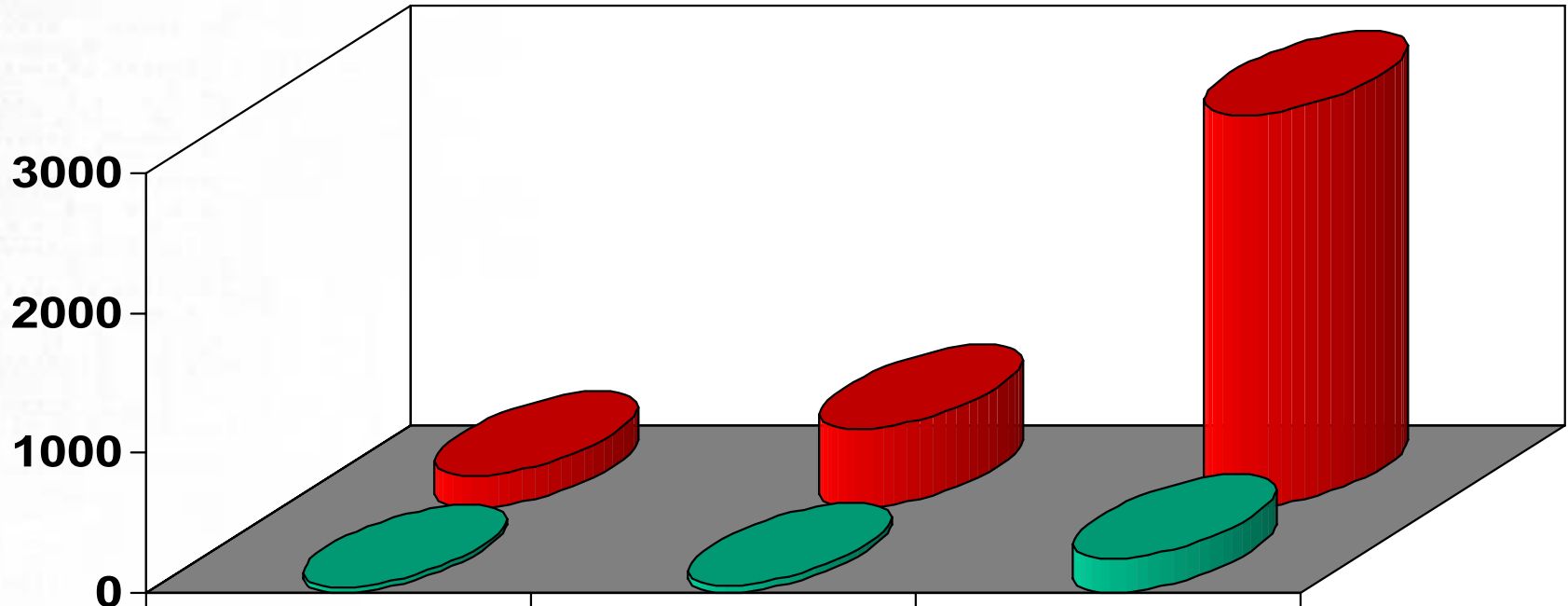




ARTICULOS ENTRETENCION COMPRADOS ULTIMOS 12 MESES



TENDENCIA E-COMMERCE - B2C

Millones \$



	1999	2000	2002
 Puerto Rico	31	43	245
 Región L.A.	240	575	2820



RECORDACION DE ANUNCIOS



- 54% recuerda marcas anunciadas en la red

Mayor recordación

- Segmento masculino - 60%
- Residentes área metropolitana de San Juan - 61%
- Residentes nivel social alto - 64%



RECORDACION DE ANUNCIOS

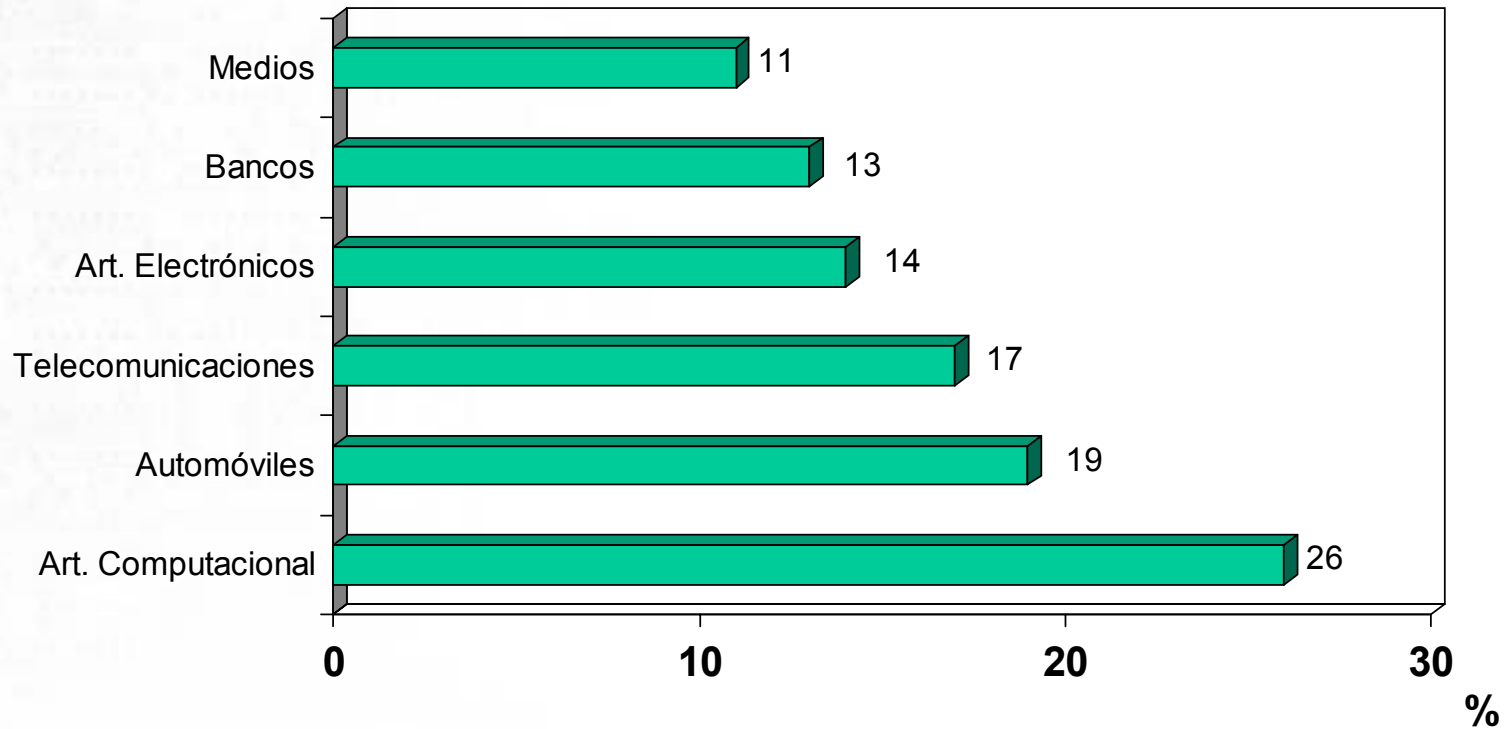


- No obstante, que menos del 1% activa los anuncios (click) -- la presencia de un producto, servicio o institución en la red refuerza el valor de la marca, aumenta la empatía y confianza por la misma

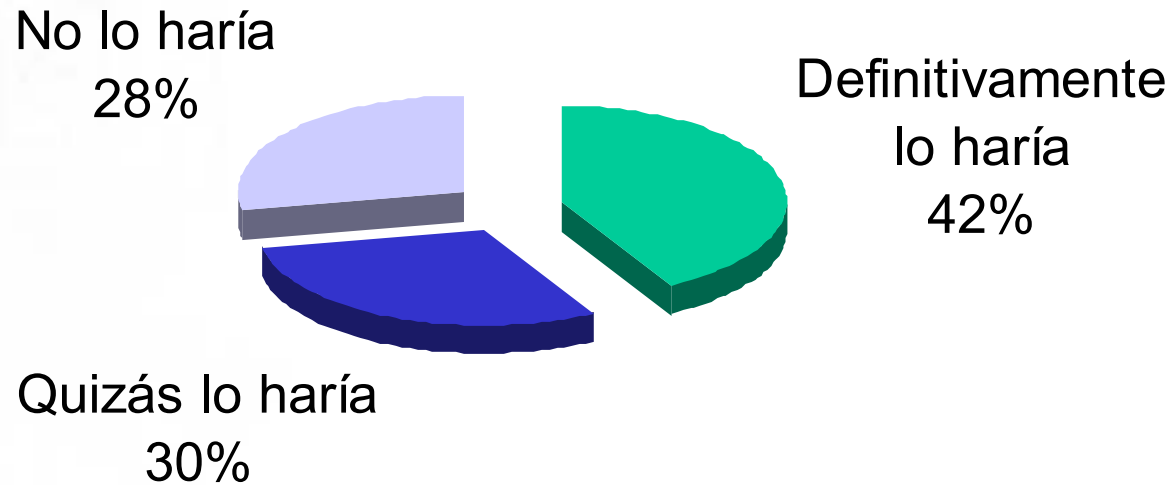


RECORDACION DE ANUNCIOS

Categorías



INTENCION EN UTILIZAR LOS SERVICIOS DE LAS AGENCIAS DE GOBIERNO



- **Mayor disposición a utilizar los servicios del gobierno**
 - Segmento masculino - 49%
 - Residentes del área metropolitana de San Juan - 48%
 - Residentes del nivel socioeconómico alto - 60%
 - Netizens mayores de 35 años - 49%



EXPECTATIVAS DE TRANSACCIONES

