

**UNIVERSIDAD LATINOAMERICANA DE CIENCIA Y
TECNOLOGÍA**

Facultad de Ciencias Empresariales

Centro de Investigación y Desarrollo Empresarial

Análisis Escritura de Caso

“Ventas y más Ventas para el Café Internet Millenium”



**Profesora
Kattia Chacón Benavides, MBA**

**Sustentante
Lorena Montero Pibaque
430-114940-522**

**Proyecto de Graduación para optar por el grado de Licenciado en
Mercadeo**

San José, Costa Rica

Diciembre, 2005

Dedicatoria

Dedico este trabajo al ser supremo que dirige mi vida, Dios; y de forma muy especial a mis seres queridos, es decir, a mis padres, hermanos, sobrinos, novio, amigos y todas las personas que me brindaron su ayuda.

Agradecimiento

“El principio de la sabiduría es el temor al Señor; y la ciencia de los santos es la verdadera prudencia”

Pr. 9:10

Índice

Introducción	i
Problema	vii
Justificación	vii
Objetivo General	viii
Objetivos Específicos	viii
Metodología	ix
Alcances	xi
Limitaciones	xii
Caso de Café Internet Millenium	1
Estructura de Café Internet Millenium	2
Reseña de la empresa	4
Ambiente interno	5
Análisis FODA	7
Ambiente externo	9
Cyber Café	10
Nativos Net Bar Café	12
Café Internet On Line 2000	14
Acesso Internet	15
Café Internet La Paz	17
Cybermex	19
Café Internet Sky	20
Cuadro comparativo de los cafés Internet	23

Opinión de los usuarios de Café Millnium	25
Gráfico #1	27
Gráfico #2	28
Gráfico #3	29
Alternativas	
Alternativa 1	29
Alternativa 2	30
Alternativa 3	32
Selección de alternativas	33
Plan de Acción	34
Conclusiones	36
Recomendaciones	37
Bibliografía	
Anexos	

Introducción

Internet es una herramienta interactiva que a través de los años ha hecho posible la comunicación entre las personas sin importar la distancia entre ellas, sea para fines personales o de negocios. Cabe recalcar, que a través de la historia, la Web o *www*, *World Wide Web*, ha traspasado diversas situaciones para convertirse en lo que realmente es hoy en día y a la vez ha logrado extenderse a nivel mundial.

En 1945, Bush sugirió, en su artículo “Como Podemos Pensar”, un método para almacenar una vasta librería de documentos en microfilm, por ende la importancia de anotar y almacenar ideas para que se note la relación entre textos e ilustraciones. Posteriormente en 1965, Ted Nelson definió *hipertexto* como: escritura no secuencial, según su libro “Maquinarias Literarias”. Además, a través del tiempo se dieron distintas plataformas para los hipertextos, antes de que la web se transformara tal y como lo es hoy en día. Destaca *HyperCard*, de Hill Atkinson, para el entorno Macintosh, en ésta se presentaban sencillas fichas con diversas etiquetas simplemente para arrancar el programa.

En 1984, partiendo del sistema de hipertexto “Se Dan Informaciones” o “Preguntar para Averiguar” (Enquire Within) Tim Barners Lee desarrolló en Ginebra en el Laboratorio del CERN, junto con Robert Cailliau concretaron cinco años después la World Wide Web, el cual tenía fines científicos, pero sus posibilidades hicieron que se extendiera y a la vez se comercializara en otros ámbitos.

Finalmente, Marc Anderssen con el famoso navegador Mosaic facilitó a cualquier usuario el acceso de la WWW. Se popularizó y con el navegador Netscape Navigator se convirtió en producto comercial.

Por otra parte, cabe mencionar al primer café Internet inaugurado a nivel mundial, en 1984 en Santa Mónica, California (USA) llamado Electronic Café Internacional. Sus principales atractivos son la conjunción de la realidad del propio local con su propia realidad virtual, ofreciendo encuentros comunes a través de videoconferencia o grandes *partys* (fiestas), todo ello amenizado con los mejores *Dj's* del momento. Más adelante surgieron diferentes locales en otras partes del mundo. Éstos son algunos de los pioneros:

En Europa:

- BerZyber, (Berzelius Highschool), Linköping, Suecia
- Bytes, Belfast, Irlanda del Norte
- Cyberia, Londres, Inglaterra
- MySTèR 2000, Amsterdam, Holanda
- Peak Art Cyber Café, Stockport, Inglaterra

En Norte América:

- Cafe Renaissance, San Diego
- Texas Cafe Liberty, Cambridge, Massachusetts
- Internet Cafe, Seattle, Washington

- Internet Cafe - Scranton, Pennsylvania
- ICON-Byte Bar&Grill, San Francisco, California
- Paper Moon Espresso Cafe - Ashland, Oregon
- Red Light Cafe - Atlanta, Georgia
- The Habit - Portland, Oregon
- CyberPerk, Ottawa, Ontario
- The Internet Cafe, Prince George, British Columbia
- Yaletown Benny's Bagels, Vancouver, British Columbia

Asia

- Cyber Cafe Club, Hong Kong

Por ende, cabe tomar en cuenta a los pioneros de los cybercafés en Costa Rica, de los cuales se puede mencionar a lo que hoy en día se conoce como Kitcom Comunicaciones, que fue el segundo cybercafé en San José, inaugurado en 1996. Además, se debe tomar en cuenta la cadena de "Internet Café Costa Rica", los cuales se han distribuido por las siguientes zonas del país:

- Internet Café Costa Rica, San José, frente a Churrería Manolos, Cuesta de Moras, edificio Kilómetro 18, primer piso.
- Internet Café Costa Rica, San José, diagonal a Restaurante Hardees, Edificio La Unión, cuarto piso.
- Internet Café Costa Rica, Centro Colón, primer piso, local 1-3.

- Internet Café Costa Rica, Alajuela Centro, costado sur de la Catedral.
- Internet Café Costa Rica, Heredia del Registro de la Universidad Nacional, 25 metros oeste.
- Internet Café Costa Rica, Guadalupe, del Banco de Costa Rica 150 metros al este.

Así también, se puede mencionar a muchos otros que se han colocado en diferentes zonas del país, por ejemplo:

- Internet Heredia, es el centro de conexión a Internet con mayor tradición y tecnología de la ciudad de las flores. Se caracteriza porque los usuarios pueden viajar con su ordenador portátil y conectarlo a su red de banda ancha sin costo adicional.
- Millenium Cyber Cafe
- Internet Quepos.com
- El Roble de Heredia
- Internet Tropical

Y así muchos otros han saltado al mercado de estos establecimientos, de los cuales sólo aquellos que se encuentren a la vanguardia en tecnología surgirán en este segmento, ya que dependerá del grado de adaptación a las nuevas tecnologías y de avanzar a la misma velocidad que lo hace Internet.

Cabe mencionar, que a través de la web los visitantes de un café Internet, pueden navegar ya sea para informarse de las noticias de su propio país y hasta del mundo, enviar mensajes (*e-mail*) a los amigos o familiares, se puede a la vez charlar con los mismos, en fin se realizan estas actividades de ocio y hasta muchas veces de negocios por medio de la visita a estos locales, los cuales cuentan con precios establecidos por hora o fracciones de la misma.

Actualmente, la diferencia entre los cibercafés y los hogares que cuentan con una computadora, es que en aquellos locales la conexión es más rápida, y es un lugar donde se puede llegar a disfrutar de la navegación por Internet acompañados de servicios alternos y la comodidad de contar con bocadillos o bebidas que hacen más placentera la estancia en el lugar.

Estos establecimientos brindan a disposición de los visitantes el "software" y "hardware" necesario para una navegación a través de Internet y de todos los servicios asociados a la red. Los servicios comunes que puede ofertar un cibercafé son los siguientes:

- **Navegación por Internet:** entendiéndose la búsqueda de información, específica o no, a través de las páginas existentes en la red.
- **Chat:** es la conversación escrita en tiempo real con usuarios de cualquier parte del mundo.
- **Correo electrónico:** consiste en el envío de mensajes, sean estos personales o comerciales a través de Internet.

- **FTP:** enviar o transferir información desde un servidor hasta nuestro ordenador o viceversa.
- **News:** Grupos de conversación, consulta y noticias sobre temas específicos.
- **Teleconferencia:** Charla con microauricular con cualquier persona del mundo en tiempo real, con costo reducido.
- **Videoconferencia:** Charla asistida con videocámara, en tiempo real con cualquier parte del mundo.
- **Servicios ofimáticos:** fotocopiadora, fax, impresoras, escáner, entre otros
- **Juegos en red:** juegos interactivos en la web de los cuales los usuarios pueden hacer uso.
- **Venta de Insumos:** diskettes, en algunos casos hasta recargas de cartuchos, entre otros.
- **Grabación y venta de CDs:** contar con al menos una regrabadora de Cds permite que el usuario pueda guardar todos aquellos archivos que por su volumen no pueden estar contenidos en un disquette

Por consiguiente, estos establecimientos han logrado cubrir las necesidades del mercado, y lo representa la alta asistencia a los mismos, provocando que se encuentren ocupados a toda hora. Además, esto va a depender de la velocidad de conexión, del buen servicio al cliente que se brinde en el establecimiento y del buen uso de estrategias mercadológicas que se apliquen al mercado en el que se desenvuelve el local con el fin de satisfacer las necesidades de sus clientes.

Problema

¿Cómo se puede hacer uso de las estrategias de mercadeo para aumentar las ventas del Café Internet Millenium ubicado en San Antonio de Desamparados?

Justificación

Weirs (1986), “Un estudio puede ser cuantitativo o cualitativo según el modo de recabar los datos y el grado de rigor matemático al cual se someta”. (p. 64). En este caso, interesa analizar los gustos y preferencias de los usuarios del Café Internet Millenium, ubicado en San Antonio de Desamparados, con el fin de aumentar las ventas del local.

Cabe mencionar, que identificando el perfil del cliente del establecimiento permitirá abarcar mejor las necesidades de los mismos, sin dejar de lado aquello que Café Millenium realiza y aún más importante lo que está haciendo la competencia por acaparar la atención de los usuarios de este servicio.

Por ende, indagar el impacto positivo en las ventas, a través de la evaluación de las promociones que se aplican actualmente en el establecimiento, tiene como fin proponer estrategias mercadológicas que se adapten a los gustos y preferencia de los usuarios de Café Internet Millenium. Así también mantenerlo a la vanguardia ante cualquier movimiento de la competencia.

Objetivo General

Investigar la situación actual del Café Internet Millenium con el fin de incentivar las ventas y posicionarse en el mercado de San Antonio de Desamparados.

Objetivos Específicos

1. Describir el impacto en las ventas del establecimiento, a raíz del cambio de horario de atención al público.
2. Valorar las estrategias mercadológicas utilizadas en el local, con el fin de adaptarlas al medio en el que se desarrolla.
3. Realizar una investigación de mercado que permita obtener información sobre los gustos y preferencias de sus clientes, así como el posicionamiento de éste en su área.
4. Proponer estrategias mercadológicas que incentiven las ventas en el Café Internet Millenium.

Metodología

La investigación exploratoria es importante en las etapas iniciales de un estudio de mercados, ya que la finalidad de éstos es ayudar a obtener, con relativa rapidez, ideas y conocimientos de la situación que se analiza.

Weirs (1986) menciona acerca del estudio exploratorio lo siguiente:

“En lo fundamental los estudios exploratorios tienen como por objeto ayudar a que el investigador se familiarice con la situación problema, identifique las variables más importantes, reconozca otros cursos de acción, proponga pistas idóneas para trabajos ulteriores y puntualice cuál de esas posibilidades tiene la máxima prioridad en la asignación de los escasos recursos presupuestarios de la empresa”.(p.64)

El estudio del caso del Café Internet Millenium presenta un enfoque tanto cuantitativo (a través de la aplicación de la encuesta) como cualitativo (utilización de técnica de observación). En referencia a la parte cuantitativa, se profundiza en la búsqueda de conceptos y manifestaciones de la naturaleza no sólo del comportamiento de los clientes en relación con los servicios que se brindan tanto en el establecimiento en estudio como en los de la competencia, sino también su perfil sociodemográfico y otros aspectos que sirvan para conocer cuáles son las características actuales de los usuarios de Internet Millenium. Al construir o elaboran instrumentos para recolectar, es pertinente tener la certeza de que al ser aplicados se obtenga información relevante.

Debido a esto se aplicó una prueba piloto a una pequeña cantidad de usuarios del Café Internet Millenium (10 cuestionarios) para verificar que, a la hora de aplicar el instrumento éste fuera lo suficientemente entendible y asimilable para los posibles encuestados y las respuestas fueran lo más sinceras y acertadas posibles, evitando al máximo el sesgo.

Después de la aplicación de la “prueba piloto”, se hicieron las debidas correcciones y los cambios necesarios para aplicarlos y así lograr posteriormente recolectar los datos definitivos.

Seguidamente, se brinda el detalle del instrumento utilizado para este trabajo, es decir, el cuestionario. Esta herramienta está compuesta de 19 preguntas en 5 secciones, a saber: sección 1: número de cuestionario aplicado; sección 2: introducción y solicitud de cooperación; sección 3 (pregunta 1 a la 12): aspectos relacionados con los servicios de Café Internet Millenium, así como indagar en cuanto al conocimiento de la competencia (utilizando escala Likert combinado con preguntas mixtas); sección 4 (pregunta 13 a la 19): aspectos relacionados con los datos personales y aspectos básicos demográficos de los encuestados y sección 5: conclusión y cierre de la encuesta, donde se agradece a las persona por su colaboración. **(ver anexo 1)**

La escala de medición a utilizar es la escala aditiva tipo Likert, es decir, aquella conformada por una serie de ítems ante los cuales se solicita la reacción del encuestado.

Además, a cada respuesta se le da una puntuación o código numérico que posteriormente permite medir los aspectos de más y menos relevancia (rubros más señalados y menos señalados por los encuestados) sobre un objetivo de estudio y poder así generar conclusiones y recomendaciones.

La escala tipo LIKERT es frecuentemente utilizada, en los estudios de actitudes, percepciones y motivaciones, por lo que se puede decir que es una escala ordinal que informa sobre el uso de los servicios de Internet y demás servicios adicionales que brinda el Café Millenium así como la competencia.

Por otra parte, el enfoque cualitativo se realizó a través de las técnicas de observación, y la entrevista. Con respecto a la observación, ésta se realizó a través de la visita a locales de la competencia de Café Internet Millenium. Dichos establecimientos, se ubican en la zona central de San Francisco (se ubican dos de estos locales) y Desamparados (se localizan 5 establecimientos), a una distancia aproximada de dos kilómetros, respectivamente. Finalmente, las entrevistas se aplicaron tanto al administrador de Café Millenium como a dos de los administradores de los establecimientos de la competencia con mayor relevancia en el mercado.

Alcances

1. Se pretende establecer muy claramente cuáles son las características de los actuales usuarios de Café Internet Millenium, con el fin de conocer sus gustos y preferencias, para así indagar en cuanto a la satisfacción de las mismas.

2. Se espera que las conclusiones sean una herramienta para la toma de decisiones, con el fin de proponer estrategias que mejor se adapten al establecimiento en estudio.
3. Se desea demostrar que una investigación de este tipo, es necesaria para poder descubrir los comportamientos de los clientes en el local y de ser posible que sirva como punto de partida para analizar nuevas tendencias en los usuarios de dicho servicio.

Limitaciones

1. La principal limitación en el desarrollo de esta investigación es la escasez de datos en cuanto a la historia de los cybercafés a nivel nacional, con el fin de así aterrizar específicamente en el estudio propiamente.
2. La ardua tarea de observación, hace que los funcionarios de la competencia se muestren reacios a brindar su cooperación debido al temor de la fuga de información.
3. La dificultad para realizar las encuestas, aún cuando se les aplicaba antes de iniciar la sesión o al terminarla, ya que muchos usuarios no contaban con suficiente tiempo.

(Caso Real)

Ventas del Café Internet Millenium

Hace cuatro años ya, que el matrimonio Elizabeth Barrantes y Pedro Avila inauguraron el Café Internet Millenium, ubicado en San Antonio de Desamparados. A través de la visión empresarial de ambos, captaron la necesidad de las personas que conforman este mercado al no contar con un establecimiento de esta índole en la zona, los cuales debían desplazarse hacia Desamparados o San Francisco, para obtener este servicio.

Cabe mencionar, que ambos son copropietarios del local, y por ende se han esforzado por mejorar su servicio en el mismo. Inicialmente, sus conocimientos estaban en pañales con respecto al mercado en el que se desenvolvían, mas con el tiempo, ambos se han preocupado por adquirir conocimientos, tal es el caso de la señora que se ha empapado por medio de cursos de computación y en cuanto al esposo, éste se ha enfocado en el mantenimiento de computadoras, logrando así una combinación perfecta para brindar un mejor servicio en el establecimiento.

Con la apertura de este local surgió una gran demanda por parte del mercado meta, cumpliendo así las expectativas de los propietarios y a la vez administradores, ya que se turnan para la atención en el local. Por consiguiente, al obtener retribuciones considerables del negocio, ambos tomaron la decisión de hacer cambios en el horario de atención al público, cierran una hora antes entre semana y no abren los domingos.

Debido a esto, se encuentran en un dilema al sentir que el negocio se encuentra posicionado en el mercado, pero a la vez necesita mantener la atención de sus clientes, para que no resientan por el día que no se les atiende, pero a la vez lograr acaparar su atención los demás días con el fin de no afectar las ventas del local.

Finalmente, se debe tomar en cuenta a la competencia, ya que su cartera de clientes se encuentra expuesta a los locales que atienden los domingos, por ende es esencial informarse de lo que sucede en su ambiente externo, para lograr satisfacer las necesidades y deseos de los clientes actuales y potenciales.

Por consiguiente, los fundadores del local se reunirán con su contador, Gerardo Fallas (cabe mencionar que este tiene experiencia basta en su campo y es referido de otros negocios familiares pequeños) para tomar una decisión en cuanto a la decisión antes tomada, para hacer una análisis de la situación actual y así lograr buscar alternativas de mejora para Café Millenium.

Estructura de Café Internet Millenium



Café Internet Millenium está conformado por el matrimonio Ávila Barrantes, quienes se encargan de la atención al público del mismo, es decir, de atender las dudas y guiar a los usuarios del establecimiento, y además llevan un registro de las cuentas en un sencillo machote de un sistema básico de Excel para brindarlo a su contador, el Señor Gerardo Fallas, quien los orienta en cuanto a las cuentas del mismo.



Con respecto a la señora Barrantes, es una mujer que se integró al mundo de negocios, desde hace cuatro años, en el campo de los cybercafés. Por ende al inicio sus conocimientos eran casi empíricos, pero en su afán por conseguir metas superiores, se decidió por adquirir conocimientos nuevos y actualizados, por lo que se dedicó a aprobar cursos básicos de computación, con el fin de lograr abarcar mejor las dudas e inquietudes de los usuarios del Café Millenium.



En lo que respecta, al señor Pedro Ávila, incursiona en el negocio familiar, y se hace la idea de que para compenetrarse mejor en su ideal, deberá mejorar sus conocimientos y se enfoca en el mantenimiento de computadoras para complementar el servicio que se brinda en el local.



Finalmente, el señor Gerardo Fallas, es el contador del establecimiento en estudio, quien recibe el informe básico de las ventas y lo completa para fusionar los gastos y ganancias del mismo.

Reseña de la empresa

El Café Internet Millenium brinda sus servicios en la zona de San Antonio de Desamparados a partir de noviembre de 2001. Desde entonces, sigue siendo el único local ubicado en la zona, ya que su competencia más cercana se ubica a dos kilómetros de distancia en San Francisco y Desamparados.

Cabe mencionar que el local ofrece servicios de Internet, paquete de Office, servicio de escáner, impresión, digitalización de trabajos, ventas de disquetes y CD, así como productos comestibles y bebidas.

Por otra parte, el establecimiento desde sus inicios contaba con el horario de atención al público de lunes a sábado, de nueve de la mañana a diez de la noche, y los domingos de doce medio día a ocho de la noche, ambos en jornada continua.

Hay que apuntar que Millenium inicio sus funciones con diez computadoras y posteriormente, debido a la demanda del servicio, se adicionaron dos computadoras más al local. Además, el Café pone a disposición de los clientes cámaras web, existen seis de éstas en local y no se cobra adicionalmente por su uso, por el contrario es un valor agregado que brindan los señores Ávila y Barrantes, a sus clientes.

Análisis del ambiente interno y externo

Ambiente interno

Café Internet Millenium, brinda los servicios anteriormente mencionados y actualmente ha introducido el servicio de fotocopidora y fax, lo que ha permitido a sus dueños, acaparar así la atención de los estudiantes y demás residentes que se encuentran en los alrededores del local. Cabe mencionar, que estos socios toman en cuenta que a doscientos metros de distancia de Café Millenium, se encuentra ubicado un Colegio y una Escuela, por ende la idea de introducción de estos servicios al local, ha logrado satisfacer las necesidades de su mercado meta, usuarios de la zona de San Antonio de Desamparados.

Además, en cuanto al ambiente del establecimiento, los copropietarios se han esmerado por brindar una adecuada iluminación, música de fondo y afiches dentro del lugar, los cuales hacen referencia a las tarifas existentes, promociones e información del negocio, así también informativos comerciales.

Otro aspecto, es la forma de distribuir a los clientes dentro del local, ya que de las doce computadoras existentes, solamente las cuatro esquineras permiten a dos usuarios en éstas, las restantes solo un usuario la puede utilizar a la vez, esto debido a que los dueños pensaron en evitar la invasión de quienes hacen uso de las máquinas.

En cuanto a su forma de controlar el tiempo, el administrador de turno, entrega a los clientes un tiquete al iniciar la sesión; y ambos, administradores y usuarios se guían por los cuatro relojes que se distribuyen en el local.

Además, como parte del acondicionamiento interno del local realizado por los propietarios, han colocado un televisor y sillas en el área de recepción, para los acompañantes de los usuarios o para aquellos que esperan por una computadora, esto se dio debido a que ambos notaron que en períodos de alta demanda del servicio, se presenta el proceso de espera. Un aspecto adicional es que el local brinda estacionamiento gratuito para sus clientes, a la vista de los usuarios del servicio, donde sienten que sus automóviles y motocicletas se encuentran seguras, y en caso de bicicletas se colocan en la parte de atrás del local.

Cabe recalcar que la ubicación del Café es estratégica, ya que se encuentra en calle principal, transitada, de fácil acceso y en una zona segura. Así también, el matrimonio está consiente del efecto provocado por sus locales vecinos, los cuales colaboran en atraer la atención del público ya que, se encuentra entre un video y un supermercado, negocios que continuamente son visitados y por ende las personas se enteran de la existencia del mismo. En cuanto a la publicidad externa, los socios colocaron un rótulo grande que se encuentran en el mini comercial, contiguo a los rótulos del supermercado y del video.

Finalmente, las estrategias de mercado utilizadas en el local. Se puede mencionar, la promoción de los días sábado, que consiste en que el precio de la hora del servicio es de ¢200, cuando normalmente de lunes a viernes es de ¢300, esto según ambos administradores, compensa a los usuarios, ya que entre semana el servicio tiene un costo más alto. Cabe destacar, que los sábados no se toma en cuenta las fracciones de tiempo por el rebajo del precio en el servicio, a diferencia de los días entre semana que si se realiza en fracciones de medias horas, de esta forma dejando de lado el segmento de mercado que utiliza el servicio entre semana.

Análisis FODA

Los dueños del local se dieron a la tarea de analizar su empresa, desde el interior de la misma, tomando en cuenta aquellos aspectos que la hacen fuerte en el mercado, que la distingue de las demás, es decir sus “fortalezas”. A la vez, internamente los administradores, identificaron los aspectos en los cuales se debe mejorar, para logran brindar un mejor servicios a sus clientes.

Este matrimonio no dejó de lado, pensar en cómo se ve el ambiente externo de Café Millenium, ya que se preocuparon por sus Oportunidades que se encuentran latentes en el mercado, para sacarles provecho en el menor tiempo posible. Pero, así también notaron las Amenazas del mercado existentes que pueden llegar a afectar el funcionamiento de su propio negocio.

<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <p>*Ambos administradores pensaron en brindar a sus clientes el servicio de cámara web sin costo adicional, como valor agregado.</p> <p>*Así también, incluyeron al local parqueo gratuito para los clientes, los cuales pueden vigilar sus automóviles, ya que los tienen a la vista de ellos mismos.</p> <p>*Presta servicios adicionales de fotocopiado, fax, levantado de texto, escáner, para así satisfacer las diferentes necesidades de los clientes, con los que toman en cuenta los socios de Café Millenium.</p>	<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <p>*Decisión tomada por los administradores, de cambiar el horario de atención al público debido al cierre del domingo, y la hora menos que se estos ya no atienden entre semana.</p> <p>*Los señores Avila Barrantes, cuentan con poca publicidad hacia el local, ya sea pancartas, página web, fondo o protector de pantalla, entre otros.</p> <p>*Identificaron la falta del sistema de software en el control del tiempo de uso del servicio, que evitaría malos entendidos entre los administradores y sus clientes.</p> <p>*Poca variedad en las promociones del local, ya que estos solo brindan las promoción de los sábados, la cual no se aplica a todos los usuarios..</p>
<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <p>*Café Millenium es el único local ubicado en la zona de San Antonio de Desamparados, por ende permite sacar provecho a este mercado.</p> <p>*Clientes potenciales de los centros de estudio del colegio y escuela de la zona.</p> <p>*La ubicación del local permite captar la atención de clientes potenciales tales como transeúntes o personas que pasen en vehículos, ya que esta vía es una calle principal; y además se ubica entre un video y un supermercado por ende los clientes de estos locales potencialmente podrían convertirse en usuarios del local.</p> <p>*Capacidad para introducir más promociones en el local, que capten mejor a los usuarios actuales.</p>	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <p>*Se localizan Cafés Internet en zonas cercanas como San Francisco y Desamparados, que en su horario incluyen los domingos.</p> <p>*Debido al cambio de horario, los clientes visitaran algún café de la competencia los domingos.</p> <p>*El lanzamiento de las tarjetas Internet Prepago RACSA al mercado, provoca que los usuarios prefieran la utilización de éstas en la comodidad de su casa u oficina.</p> <p>*Posible incursión de algún cybercafé en la zona de San Antonio de Desamparados, convirtiéndose en competencia directa</p>

Fuente: datos obtenidos de la empresa, 2005

Ambiente externo

Coulter, (2005) define la inteligencia de la competencia, como la actividad de reconocimiento del entorno para detectar lo que hace la competencia, cómo lo hace y qué efecto tendrá en la organización” (p 207). Por consiguiente para la evaluación realizada por ambos administradores de Café Internet Millenium, se realizó el análisis de su competencia, que se encuentra ubicada en la zona de Desamparados y San Francisco de Dos Ríos a una distancia de dos kilómetros respectivamente.

En lo que respecta a Desamparados, localidad donde se identificó la mayor parte de su competencia, ésta se distribuye en los siguientes locales: Cyber Café, Nativos Net Bar Café, Café Internet On Line 2000, Accesso Internet y Café Internet La Paz. Por otra parte, una minoría de la competencia es abarcada por CyberMex y Café Internet Sky, locales ubicados en San Francisco de Dos Ríos.

Cabe mencionar que para realizar dicho análisis, se hizo uso del método de observación en los locales antes mencionados, con el fin de empaparse de lo que realiza su competencia en relación con su negocio Café Internet Millenium. Además, es importante tomar en cuenta el comportamiento de sus clientes, ya que estos se encuentran atentos ante lo que les brinda la competencia y por ende de esta forma se logrará posicionar en la mente de los mismos. Refiriéndose a posicionamiento como aquello que se hace a la mente de los usuarios potenciales, y no lo que se realiza en el producto, según Trout y Rivkin (1995).

Cyber Café



Fotografía # 1: Autor, 2005

En cuanto a la visita de este Internet, la realizó la señora Barrantes, quien acompañada de otra persona, se acercó a las instalaciones del mismo, el cual se localiza contiguo a la sucursal de la Compañía Nacional de Fuerza y Luz (CNFL) en Desamparados, en la parte alta de este mini comercial, un salón de belleza y una zapatería son locales adjuntos al mismo. Dicho establecimiento, cuenta con poca publicidad para el local ya que carece de un rótulo atractivo o manta que sea alusiva a la ubicación del mismo. Además, cabe recalcar que este local brinda servicio de parqueo gratuito para sus clientes, lo cual resulta atractivo para los mismos.

Actualmente, la competencia cuenta con 14 computadoras al servicio de los clientes, con un sistema automático para el control del tiempo, con lo cual el cliente puede estar atento al tiempo de uso del servicio, evitando así malos entendidos entre el administrador del local y los usuarios. Por su parte, la

señora Barrantes, recalca que Café Internet Millenium cuenta con dos máquinas menos y carece del software de control de tiempo.

Además, Cyber Café brinda al público productos comestibles, y sillas de espera para los acompañantes o bien las personas que esperan por una computadora. En cuanto al ambiente de este local, cuenta con poca iluminación y no tiene música de fondo que permita ser más ameno el uso del servicio.

En lo que respecta a las estrategias que utiliza el establecimiento se puede mencionar que presenta la promoción “2x1”, ya que se cobra ¢300 por hora normalmente, pero se le obsequia una hora a los usuarios. Además, cobra fracciones de tiempo, cada media hora tiene un costo de ¢200, y un uso menor a media hora se cobra ¢150, estas promociones se pueden observar en los letreros ubicados en la entrada del local. En relación a Café Millenium, el costo de la hora y su fracción, se mantiene igual al de este establecimiento, más no así las promociones, donde Millenium brinda la promoción los fines de semana propiamente el sábado- menciona- la copropietaria del local, y Cybercafé lo hace indistintamente sin restringir el día u hora de utilización del servicio, lo que provoca posicionar esta promoción apta para todo público.

Además tiene la restricción de pornografía en el interior del local. Cabe agregar que la competencia cuenta con el horario de atención al público de lunes a viernes de 8:30 a.m.-9 p.m. y los sábados y domingos de 9 a.m.-9 p.m. En cuanto a este aspecto, la socia reconoce que su local, Café Internet Millenium, no abre los domingos, por consiguiente este local es un posible prospecto para que sus clientes actuales lo tomen como alternativa para visitarlo los domingos.

Internet Café Nativos Net



Fotografía # 2: Autor, 2005

En cuanto a la observación realizada en este establecimiento, le tocó el turno al socio de Millenium, quien acompañó a la misma persona, antes mencionada, para señalar que dicho local se encuentra a escasos cien metros de distancia de Cyber Café, en el centro de Desamparados. Cuenta con un ambiente singular, ya que sus usuarios se identifican con el mismo por el tipo de música que brinda rock en español, y su ambiente es propio de su nombre Nativos, sus adornos dentro del establecimiento hacen referencia a su ambiente y van de la mano con el nombre del local.

Brinda 15 computadoras a los usuarios, las cuales aunque no son tan agradables a la vista, el software que tienen las mismas es mucho mejor, ya que tienen el programa de controlar el tiempo, guiando a los usuarios, y así también el fondo de pantalla hace referencia al nombre del local y menciona hasta su página web. En lo que respecta a su establecimiento, destaca el señor Avila que Café Millenium, brinda tres computadoras menos al servicio de

los usuarios, con la diferencia de que éstas tienen mucho mejor aspecto visual, pero no tiene el software de tiempo de servicio.

Además, el local cuenta con dos áreas para fumado, donde se encuentra las cámaras web y la de no fumado, donde brinda venta de pizza, y se ubica en el centro del local, la recepción donde el encargado tiene a disposición la venta de cigarrillos. Cabe mencionar que la distancia entre las computadoras es muy poca, por ende al compartir una computadora, los acompañantes no se encuentran muy cómodos, y en lo que respecta a los otros usuarios se pueden sentir invadidos en cuanto a su espacio. En este aspecto, identifiqué su copropietario, que Millenium protege a los usuarios para no sentirse invadidos, permitiendo a dos personas solo en las computadoras esquineras que cuenta con más espacio para que las utilicen dos personas, aunque esta norma la informa el encargado del local ya que no se presenta en informativos en el interior del establecimiento.

Por otra parte, en cuanto a los precios por el servicio es bastante económico ya que la hora cuesta ϕ 150, y si se desea utilizar cámara web se cobra ϕ 200 la hora. En relación a Café Millenium, su administrador distingue que brinda el servicio a un precio mayor, pero no hace notar la diferencia de este servicio adicional, ya que se brinda como valor agregado por ende la tarifa no cambia si se hace uso del mismo.

Y en cuanto a su horario de atención al público es de lunes a sábado de 9 a.m. a 9 p.m. y los domingos de 12 medio día a 9 p.m. Este local, coincide con el anterior, debido a que sería otra opción para aquellos usuarios que desean visitar estos sitios los días domingos, finalizó el señor Ávila.

Café Internet On-Line 2000



Fotografía # 3: Autor, 2005

En esta oportunidad, la propietaria ubicó este negocio a 300 metros del cementerio de Desamparados, su ubicación es bastante llamativa ya que se encuentra en calle principal, de fácil acceso, aunque no brinda parqueo a sus clientes. Brinda el servicio de fotocopidora y se proyecta favorablemente hacia los usuarios de los centros educativos que se encuentran alrededor, sean éstos del colegio o escuela cercana.

Así también informa la señora Barrantes que este local brinda bebidas y bocadillos, además venta de disquete y CD, así como la grabación de estos, scanner, impresión a colores y en blanco y negro.

En cuanto al horario de atención al público de este local de la competencia no abre los domingos, al igual que Café Millenium, dijo la encargada. Aunque cabe mencionar, que de lunes a viernes atiende de 9 a.m. a 10 p.m. y los sábados de 10 a.m. a 10 p.m.

Ofrece a servicio de los usuarios 11 computadoras, con muebles móviles e individuales con los cuales se puede jugar para la acomodación de los mismos y así cambiar su ambiente. Cabe recalcar que sus computadoras resultan bastante agradables, en aspecto físico y que éstas cuenta con programa de tiempo automático como los Cafés mencionados antes, lo cual es signo de que se encuentran actualizados antes los cambios de la tecnología. Por su parte la observadora destaca, que en ventaja Millenium brinda una computadora más que el café en estudio.

Finalmente el precio de la hora de Café On-Line 2000 es de ¢300, no cuenta con promociones, por lo menos no ha la vista de los usuarios, que resulte atractivo o algún afiche que haga mención de esto. En cuanto a esto, menciona – la señora Barrientos- Internet Millenium cuenta con al menos la promoción de los sábados y la hace visible con información interna visual.

AXCESSO INTERNET



Fotografía # 4: Autor, 2005

Debido a la cercanía de este local con el anterior, ambos socios decidieron, que se encargaría del mismo, el señor Ávila. Por lo que inicia su observación detallando que éste se ubica en la zona de Desamparados, a escasos 150 metros de Café Internet On Line2000. Se caracteriza por el servicio de llamadas internacionales. Además brinda a los usuarios 15 computadoras, las cuales cuentan con la ubicación de teclados poco cómodos, ya que se encuentran en una posición muy alta lo cual tiende a cansar al usuario. Por su parte el matrimonio Ávila Barrantes, en Millenium brindan al servicio de los clientes 12 computadoras, pero agradables al uso.

A la vez, Barrantes identificó que Acceso Internet no cuenta con parqueo, pero internamente brinda el servicio de café gratuito, cuenta con bocadillos y refrescos, tiene un microondas al fondo del local. Aunque a la vez, descuida un poco los artículos de limpieza que se encuentran a la vista de los usuarios, lo cual no le da un ambiente agradable al local. Y en cuanto a su iluminación no es la adecuada al igual que el ambiente de sonido. Cabe mencionar, -dice Barrantes- que Millenium, si brinda parqueo gratuito, aunque ha dejado de lado el café gratis internamente.

En lo que a horario de atención al público se refiere, este labora de lunes a sábado de 10 a.m. a 11 p.m. y los domingos atiende de 10 a.m. a 6p.m. Este local, según el señor Ávila, sería otra de las alternativas posibles con que cuentan los usuarios, para hacer uso del servicio los domingos.

En lo que respecta a su estrategia promocional consiste en que por hacer uso de 10 horas se le obsequia 1 hora gratis; por lo que se deja de lado a los clientes que visitan al local por menos horas, descartando posibles promociones que acaparen la atención de otros usuarios potenciales. Finalmente el precio de la hora es de ¢400 y cuenta con el cobro de fracciones

de media hora el cual es de ¢200. Por su parte, ambos administradores de Millenium, hacen referencia, a que su competencia tiene a un costo mayor el servicio.

Internet La Paz



Fotografía # 5: Autor, 2005



Por su parte al señor Ávila, le correspondió investigar este local que se encuentra a 350 metros noroeste de la rotonda del Parque de la Paz carretera a Desamparados, en el Edificio La Paz. En su informe, Ávila menciona, que es un local bastante amplio, cuenta con 28 computadoras, de la cuales 4 pertenecen al área de adulto donde se permite ver pornografía con la restricción de dos horas mínimas de uso por cliente, se ubican apartadas y sin visibilidad por los otros usuarios. Además, otras 6 computadoras cuentan con el servicio de cámara web con la misma restricción de la zona de adultos de su consumo mínimo de 2 horas. Las restantes computadoras no cuentan con la normativa de uso de horas, pero si se comparte la computadora con otra

persona, el cobro es de ¢100 adicionales. En cuanto a Café Internet Millenium, -dice el señor Ávila- éste no cobra adicionales por la utilización de dos personas en las computadoras. En referencia a las tarifas, la hora tiene un costo de ¢400 es decir, Millenium brinda a los clientes una tarifa más económica, ya que es menor en ¢100.

Cabe recalcar que no se cuenta con un sistema de control de tiempo en las computadoras ni se entrega a los usuarios tiquete que demuestren la hora de inicio para que sirva de guía para los mismos.

Su principal atractivo es el rápido acceso a Internet, sus 4 cabinas para llamadas internacionales, su amplio parqueo ya que se encuentra dentro de un minicentro comercial. Además de servicios de quemado de CD y DVD. Pero en cuanto a su iluminación y sonido no es tan adecuada para un local tan amplio. Adicionalmente, brinda *snacks* y cuenta con televisor y una área de mesa con sillas para los acompañantes o aquellos usuarios en espera del servicio.

Para finalizar, su atención al público es de lunes a sábado de 9am a 10pm y domingos de 12 medio día a 9 p.m. Nuevamente, se identifica que este es otro local que está disponible los días domingos para ser visitados por los usuarios de Millenium.

Cybermex



Fotografía # 6: Montero, 2005

La visita de este café internet, la realizó la señora Barrantes, que determino que éste se ubica en San Francisco de Dos Ríos, en “Deca Centro”, frente a la iglesia católica de la localidad. Actualmente no cuenta con algún rótulo o pancarta visible para darse a reconocer entre los demás locales del centro comercial, aunque se vale de éste para brindar parqueo gratuito a sus clientes.

Cuenta con 11 computadoras de las cuales no todas brinda *cámaras web*, además que al usar este servicio tienen un costo mayor la hora de uso en el local. Por nuestra parte – dice la señora Barrantes- Café Millenium brinda este servicio como valor agregado, ya que el precio de la hora no difiere si se hace uso del mismo y cuenta con una computadora más al servicio de los usuarios.

En cuanto al precio de la hora es de ¢350 y su fracción de media hora es de ¢200, y si se hace uso de la cámara web la hora tiene un costo de ¢450 y la media hora de ¢300. Además brinda la venta de disquete y CD; y en cuanto a su ambiente musical es agradable y cuenta con una buena iluminación en el local. Ante esto, la socia comenta que las tarifas de Millenium, son más económicas ya que, la hora la cobra a ¢300 sin hacer diferencia si hace uso de la cámara web.

En relación a la publicidad recordatoria que utiliza Cybermex en el interior del local, consiste en colocar como protector de pantalla el nombre del local en cada computadora. Y cada computadora cuenta con afiche donde se mencionan las tarifas del local, así como la prohibición de pornografía. Aunque, no cuenta con una promoción lo suficientemente visual en el interior del local. En este aspecto nuestro establecimiento (Millenium) brinda la información en el interior del local, para que los usuarios tengan conocimiento de ella.

Café Internet Sky



Fotografía # 7: Autor, 2005



Como es normal que las damas visiten más a menudo los centros comerciales en especial los supermercados, la señora Barrantes se aprovechó de esto para introducirse en Internet Sky, el cual se encuentra ubicado en San Francisco de Dos Ríos, en el interior de Perimercados. Cabe recalcar que dicha ubicación es estratégica, ya que los usuarios tienden a realizar sus compras y se enteran de la existencia del local, este no se promociona con rótulos o pancartas en el exterior del comercial. Pero se puede decir que aplicaría la publicidad de boca en boca, ya que los clientes de Perimercados es un segmento bastante vasto y puede recomendarlo entre los mismos. Al ubicarse en el centro comercial cuenta con un parqueo bastante amplio para sus usuarios.

Sky pone a disposición de los usuarios 19 computadoras, con cámaras web en su gran mayoría, audífonos y con una adecuada distribución de equipo adecuada.

Cabe decir que su hardware es lo bastante moderno, con computadoras con unidad de CD y disquete, y en cuanto al software cuenta con un programa de control de tiempo automático que se activa cuando el usuario inicia la sesión en la computadora, permitiendo un control y convirtiéndose en una guía para los usuarios en cuanto al tiempo en que hace uso del servicio. En relación a Millenium, - menciona la copropietaria- brinda menos computadoras y sin programa de control de tiempo.

Además, cuenta con servicios de fotocopiado, empastado, impresión, el cual se encuentra ubicado en el área de recepción que está en la parte intermedia del local, lo bastante accesible para los navegantes. Así también, cuenta con letreros que mencionan los precios de los servicios de fotocopias, impresiones. Hay que decir que cada máquina cuenta con información impresa sobre las normativas propias del local, donde se le explica la forma de hacer uso de la unidad de disquete así como de reglas que se aplican en el establecimiento.

En relación al costo de la hora es de ¢400, la media hora de ¢300, menciona también la hora de quemado que se cobra ¢600 y la media hora ¢400. En este punto, recalca la socia de Internet Millenium, que este ofrece tarifas más atractivas ya que su precio es menor en ¢100 en cuanto a la hora y su fracción respectivamente.

Finalmente en cuanto al horario de atención al público por parte de Sky incluye los días domingos, y en relación a Millenium este sería otro local a disposición de los usuarios para visitarlo este día. Sin olvidar, un aspecto importante es la no comunicación de sus promociones, lo que atrae al cliente cuando visita el establecimiento. A diferencia del cybercafé en estudio que si lo realiza.

Cuadro comparativo de los cafés Internet

	Servicios	Horario	Precio/Promoción	Ubicación/otros
Café Millenium	12 PC Internet Impresión Cámaras web Levantado de texto Venta de CD y disquete	L-S 9 a.m. – 9 p.m. Domingo Cerrado	1 h:¢300 ½ h: ¢200 *Sábado ¢200 h	San Antonio Bebidas y snacks Fotocopiado Fax Parqueo gratis
Cyber Café	14 PC Internet Impresión Cámaras web Levantado de texto Venta de CD y disquete	L – V 8:30am - 9pm S – D 9 a.m.-9 p.m.	1 h : ¢300 consumo mín ¢150 **"2x1": 300 h	Desamparados 15 PC Bebidas y snacks Fotocopiado Fax Parqueo gratis
Nativos Bar	15 PC Internet Impresión Cámaras web	L – S 9 a.m. - 9 p.m. Domingos 12 - 9 p.m.	1 h: ¢150 1 h cámara web: ¢200	Desamparados Bebidas y snacks Cigarrillos Futbolín
Café Internet On Line 2000	11 PC Internet Impresión Levantado de texto Venta de CD	L – V 9 a.m. - 10 p.m. Sábado 10 a.m. - 10 p.m.	1 h :¢300	Desamparados Fotocopiado Grabación CD Escaner

Acceso Internet	15 PC Internet Impresión Cámaras web Venta de CD y disquete	L – S 10 a.m. - 11 p.m. Domingos 10 a.m. - 6 p.m.	1 h :ϕ300 10 h se regala 1h	Desamparados Café Gratis Llamada Internacional Bebidas y snacks
Café Internet La Paz	28 PC Internet Impresión Cámaras web Venta de CD y disquete Rapidez acceso	L – S 9 a.m. - 10 p.m. Domingo 12 - 9 p.m.	1 h :ϕ400 *consumo min con cámara web y/o área de pornografía de 2 horas	Desamparados Llamada internacional Bebidas y snacks Area pornografía Parqueo gratis
CyberMex	11 PC Internet Impresión Cámaras web Levantado de texto Venta de CD y disquete	L – S 9 a.m. - 9 p.m. Domingo 12 - 9 p.m.	1 h :ϕ350 ½ hora ϕ200 1 h con cámara web: ϕ450 1/2 h con cámara web: ϕ300	San Francisco Café gratis Bebidas y snacks Parqueo gratis
Café Internet Sky	29 PC Internet Impresión Cámaras web Levantado de texto Venta de CD y disquete	L – S 8a.m.–11:30p.m. Domingo 8a.m. - 9 p.m.	1 h :ϕ400 ½ hora ϕ300 *Quemado 1h :ϕ 600 1/2 h ϕ400.	San Francisco Tecnología Avanzada Quemado CD Fotocopiado Fax Parqueo gratis

Fuente: observación realizada noviembre, 2005

Opinión de los usuarios de Café Internet Millenium

A continuación se presentan los datos más relevantes extraídos de la investigación, realizada en Café Millenium, por parte de los administradores quienes aplicaron encuestas a los usuarios, antes o después de hacer uso del servicio para no incomodarles, esto con el fin de poder generar las interpretaciones y análisis pertinentes para la situación actual del establecimiento.

Lo primero que procede, es mostrar el perfil de la muestra encuestada, para conocer sobre las características de los individuos en estudio. A continuación se presenta dicho perfil y posteriormente, un análisis general del mismo. Los clientes que atienden los administradores del negocio, cuentan con menos de 20 años representando a un 20% de los encuestados, por ende la mayoría son de estado civil solteros, que equivale a un 63%, según la investigación realizada. Además, se logró identificar que este segmento es bastante exigente, ya que cuentan con estudios universitarios por complementar, que significa un 31% de la muestra y por ende la satisfacción de sus necesidades es cada vez un reto más difícil de obtener para este matrimonio, propietarios de Café Internet Millenium.

A la vez deben tomar en cuenta los señores Ávila Barrantes, que el salario de los usuarios a los que se les aplicó el cuestionario, están en un rango de ¢100 mil a los ¢200 mil colones, por tal motivo son un segmento joven, estudiantil que están iniciando en cuanto a vida laboral se refiere, por ende sus ingresos. Esto servirá para enfocar mejor las promociones que se deben adaptar al perfil de sus usuarios y que satisfaga sus necesidades. Por consiguiente, la encuesta arrojó que los usuarios desean mayores

promociones donde se les premie con horas gratuitas por su uso, en cuanto a la pregunta abierta, propiamente la número 8 (ver anexo 1) que se les externó.

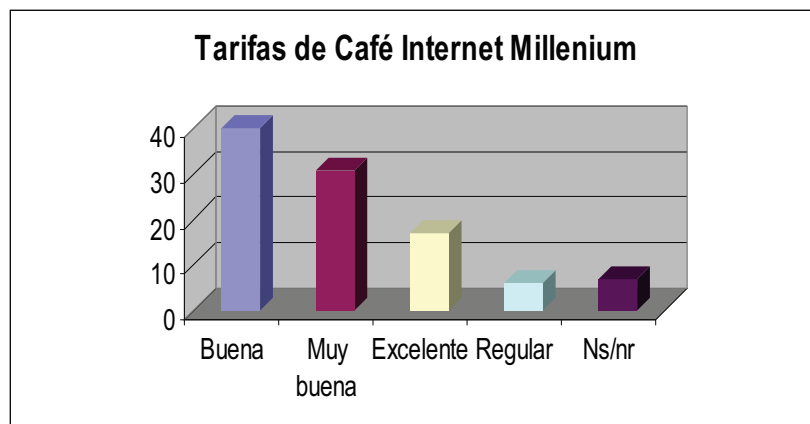
Además, se hizo sentir el día de cierre ya que estos lo comentaron, y para cuidado del local los usuarios tienen conocimiento de la competencia directa, ya que además de ubicarlo los han visitado en este día que no se les brinda el servicio. Esta información fue obtenida de las respuestas a preguntas abiertas en la encuesta aplicada en el local.

En cuanto a la forma de visita de los usuarios, los copropietarios se dieron cuenta que la mayoría lo hacen semanalmente, representando al 36% de los mismos, seguidos de aquellos que lo realizan diariamente y sin menospreciar a los que lo realizan mensualmente. Por ende la aplicación de las promociones deben ser equilibradas, ya que la promoción del sábado no es suficiente.

A la vez se dio la opinión en cuanto a las tarifas con que cuenta el local, en el siguiente gráfico se resume la información.

Gráfico 1

Tarifas de Café Internet Millenium



Fuente: encuestas aplicadas a usuarios del Café Internet Millenium, octubre noviembre 2005

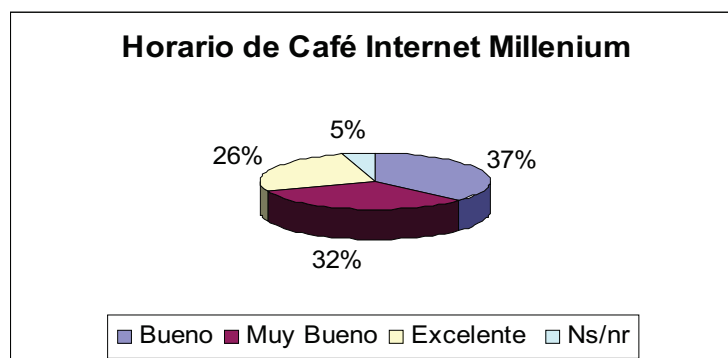
Sobresale que la opinión con respecto a las tarifas es buena, más no es excelente, y estos datos permiten que se comparen con los de la competencia, para que seguidamente se tomen normas al respecto, para que nuestro local – comenta la señora Barrantes - Internet Millenium no pase desapercibido en el mercado en el que se desarrolla.

Así también, los usuarios mencionaron el aumento de servicios tales como café gratuito como valor agregado y es como se posicionan estos cybercafés en la mente de los usuarios, debido a su nombre, haciendo referencia a éste. Así también el servicio de quemador DVD lo más actualizado en el mercado de los cafés internet.

Otro punto importante es el horario de atención al público, el cual a consideración de los usuarios encuestados es “muy bueno”, representando a un 32%, más no se dejó de lado aquellos que diferían en opinión y que aun les hace falta la apertura del local los días domingos. Interesante comenta el señor Avila, que se encuentra reunido con su socia y el contador, mientras se mencionan esta conclusiones.

Gráfico 2

Horario de Café Internet Millenium



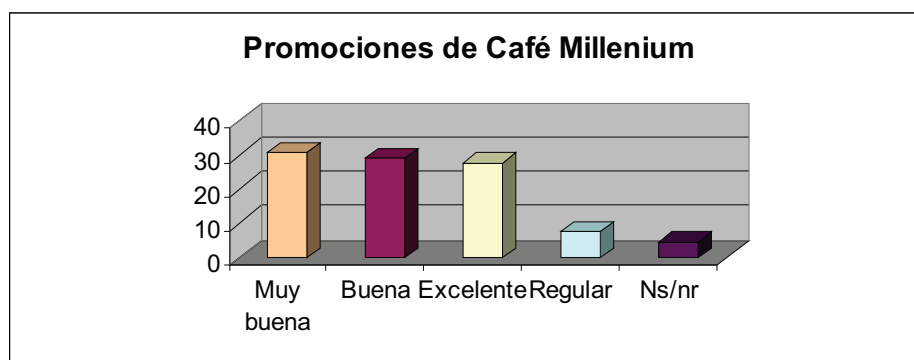
Fuente: Encuestas aplicadas a usuarios del Café Internet Millenium, octubre noviembre 2005

Por otra parte, es importante destacar la respuesta a la interrogante de calificar el servicio brindado por Café Internet Millenium, quienes representan a un 31% coincidiendo como un servicio “excelente”.

En cuanto a las promociones brindadas por el establecimiento, los encuestados coinciden en calificarlas como muy buenas representando al 31 % de los encuestados y el restante se divide en las opciones de buena, excelente, regular, entre otros. Mas no es de confiarse, ya que se debe relacionar con las promociones que brinda la competencia, y estar atentos al cambio que estos realicen. A continuación se resume esta información en el siguiente gráfico.

Gráfico 3

Promociones de Café Internet Millenium



Fuente: Encuestas aplicadas a usuarios del Café Internet Millenium, octubre noviembre 2005

En síntesis el segmento de mercado le hace falta la satisfacción plena de sus necesidades, por ende la mejora en cuanto al servicio, su atención, promociones, y la introducción de servicios extras que resulten atractivas para captar mejor la atención de los usuarios actuales y potenciales de Café Millenium; -dice el contador- sin dejar de lado que la competencia se encuentra a la vanguardia de los cambios y sedientos de adquirir a los clientes por medio de técnicas efectivas y renovadoras en el mercado.

Alternativas

Al realizar una recopilación de los datos relevantes de la investigación, el matrimonio Ávila Barrantes y su contador, brindaron su opinión, y se dio en la reunión de estos las siguientes alternativas a escoger.

Alternativa 1

Implementar promociones que capten la atención de los clientes en tiempos de baja demanda entre semana. Tal es el caso de disminuir el precio de la hora a ¢250, sin tomar en cuenta fracciones de tiempo y además se deben utilizar en horas de la mañana.

Ventajas

- Aumentarán las visitas al local, principalmente en horas de la mañana de lunes a viernes, que son tiempos de baja demanda en el establecimiento actualmente.
- Por consiguiente se impactarán las ventas en estos lapsos de tiempo que normalmente son de poco uso.
- Los clientes no se verán obligados a visitar los sábados para aprovechar la única promoción que existe actualmente, evitando la saturación de usuarios en ese día.

Desventajas

- Se debe tomar en cuenta que se aprovecharía la promoción por parte de personas que disponen de tiempo en el transcurso de la mañana, pero aquellos que su horario laboral o estudiantil no lo permita, no se logrará captar la atención de los mismos.
- Las personas se sentirán obligadas hacer el uso de la hora que aunque es más económica de lo normal, no cuenta con fracciones de tiempo.
- Al disminuir el costo de la hora en $\phi 50$ se debe velar por atraer a los clientes ya que las ganancias serán significativas por volumen, por ende la necesidad de promocionarlas en el interior del local.
- Se debe contar con una pequeña inversión para promover la oferta, en cuanto a boletines que se distribuyan en el local.

Alternativa 2

Implementar la "Tarjeta de cliente frecuente", permitirá construir y controlar la cartera de clientes y a la vez se les promociona la cortesía de 1 hora después de 3 horas de uso del servicio. Cabe mencionar, que ésta deberá ser firmada y colocarle fecha de la visita por parte del encargado del local. (anexo 2).

Cabe recalcar que para esta alternativa, se tomo en cuenta el significado de Benchmarking el cual consiste en identificar las estrategias efectivas que han utilizado otras empresas sin necesidad de ser éstas

competencia directa. Por ende en este caso se evaluó la promoción que utiliza por el restaurante “Subway”, el cual brinda una tarjeta con la cual en cada visita se le sella la misma por la compra de un combo y a la cuarta vez se le obsequia un producto del restaurante.

Ventajas

- Ambos copropietarios podrán introducir la información brindada por parte de los clientes y así contar con un control de los mismos, por medio de un formato sencillo de Excel, para así construir formalmente su cartera de clientes y tener sus datos actualizados.
- La introducción de los datos es tarea rápida para llevar el control y que no es necesario contar con un tercero para llevarla a cabo, no se incurriría en un gasto.
- Los clientes tan solo brindarán su nombre y correo electrónico, para obtener la “Tarjeta de cliente frecuente”, que de antemano el administrador se encargará de ofrecerla.
- Por medio de los datos que brindan principalmente el correo electrónico, se les puede enviar información del Café Internet Millenium, logrando así que estos se identifiquen con el mismo, sean para posicionarse en la mente de los usuarios. Por ejemplo: con saludarlos el día de su cumpleaños o para a la vez mercadear al establecimiento, brindando información de sus horarios, promociones, servicios, entre otros.

Desventajas

- Los clientes pueden olvidar su tarjeta de cliente frecuente y no aprovechar la promoción.
- Si no se actualizaran los datos los clientes se podrán sentir molestos al no poder aprovechar de la promoción. Por ende la importancia de llevar al día la información por parte de los encargados del local (matrimonio Ávila Barrantes).

Alternativa 3

Abrir nuevamente los días domingos de medio día a seis de la tarde con el fin de satisfacer la necesidad de los usuarios.

Ventajas

- Las visitas al local aumentarían, ya que este día es libre para la gran mayoría de personas, ya que no todas cuentan con el día sábado como día de descanso.
- Se evitaría la saturación de usuarios en el local los días sábados como sucede actualmente en el local.
- Se captaría a las personas que tan solo son de paso quienes cuentan con la necesidad del uso del servicio, y se podrían convertir en clientes potenciales del local.

Desventajas

- Al inicio las visitas no serán tan notables, ya que se debe informar a los usuarios de su apertura los días domingos.
- Puede que los clientes ya cuenten con otra alternativa de visita a otro Café Internet de la competencia para este día.
- Invertir en publicidad interna del local para realizar el posible cambio

Selección de la Alternativa

Con el análisis e interpretación de la información, tanto el matrimonio Ávila Barrantes como su contador, optaron por la segunda alternativa, ya que permitirá obtener datos de los clientes de Café Internet Millenium, logrando así contar con un registro de los mismos. Además, se promocionará el uso del servicio, sin tener que disminuir el costo de la hora usualmente, evitando disminuir ganancias. Por consiguiente, se busca que los clientes se sientan premiados, que al utilizar el servicio por 3 horas sin necesidad de que sean continuas, y de antemano tener conocimiento de que se cuentan con el derecho de una hora gratis. Por otro lado en cuanto al costo de la tarjeta es sumamente bajo, ya que se puede realizar con los recursos que cuenta el establecimiento, sea imprimir un machote y posteriormente sacarle fotocopias y así dar una mejor presentación del mismo.

Cabe mencionar, que las personas se sienten atraídas por las promociones, y aún más si se les ofrece regalías. Esto provocará que las

visitas al local aumenten y de igual forma las ventas sufrirán el mismo impacto positivo.

Cabe destacar que dicha promoción es válida para todos los clientes, ya que no se delimita en el día o la hora de uso y por ende la promoción puede ser aprovechada por personas que visiten el local sin importar el día u hora en que lo realicen.

Finalmente con respecto a la alternativa #1 y #3 no son recomendables, debido a que en la primera se deben disminuir el costo de la hora para premiar al cliente y esto resiente las ganancias del local. Y en cuanto a la tercera alternativa se corre el riesgo de que los clientes ya tengan un lugar de la competencia que visiten este día.

Plan de Acción

El estudio de Café Internet Millenium tiene como objetivo aumentar sus ventas, por ende es necesario conocer los gustos y preferencia de los usuarios actuales del local con el fin de satisfacer sus deseos y necesidades a través de un servicio adecuado que se le brinde y captar la atención de los mismos con estrategias de mercadeo efectivas y adecuadas para el segmento al cual se dirige el establecimiento. Cabe mencionar a Kotler (2005) con el *Modelo General de la Conducta del Consumidor*



El modelo muestra como los estímulos de marketing se introducen en la caja negra del consumidor (es decir su cabeza), y posteriormente brinda respuesta a estos. Por ende la labor de averiguar cómo introducirse adecuadamente en la “caja negra” de nuestros usuarios permitirá que sus respuestas sean positivas hacia Café Internet Millenium y así crear estrategias efectivas que permitan aumentar las ventas del servicio.

Cabe mencionar, que los estímulos de *marketing* están conformados por las 4P (producto/servicio, precio, plaza y promoción) y además se debe tomar en cuenta los estímulos del entorno como los tecnológicos, económicos, políticos y culturales. En síntesis Café Internet Millenium debe determinar cómo se transforman los estímulos en respuestas dentro de la caja negra del usuario que hacen que reaccione favorable o de forma contraria ante el servicio y el proceso de decisión de adquisición influye en los resultados, es decir, una venta efectiva o no del servicio, para este caso específico presente.

Por consiguiente la aplicación de la encuesta a los usuarios del establecimiento (65 personas) permitirá obtener información vital para cumplir con el objetivo general de la investigación presente. Finalmente, se debe tabular y analizar las respuestas brindadas por los encuestados.

Conclusiones

- A través de la descripción del impacto de las ventas del local debido al cambio de horario, permitió descubrir el enfoque de la situación actual del establecimiento con relación con el ambiente externo.
- La valoración de las estrategias que utiliza el Café Internet Millenium actualmente, permitió que a través de la encuesta los usuarios nos brindaran la opinión acerca de este aspecto. Los cuales coincidieron que desean promociones que se adapten a sus necesidades, y el método de regalías de horas fue el más predominante. Este aspecto debe ser relevantes en las acciones correctivas de mejora del local.
- A través de la información que se obtuvo de la encuesta, se posiciono en las mentes de los usuarios, permitiendo brindar sus percepciones en cuanto al servicio en general y los aspectos importantes de las recomendaciones que éstos brindan.
- Seguidamente esta información se convierte en las respuestas a las necesidades de los clientes, por consiguiente son claves para la alternativa que se decidiesen optar.
- Cabe recalcar la relevancia del instrumento de observación para tener conocimiento vasto de su ambiente externo y saber cómo se mueve la competencia y el conocimiento de los cambios en este punto.
- Al complementar toda la información ambos copropietarios se inclinaron por la alternativa que respondió a las necesidades de los usuarios, y aún más importante saber quiénes son por ende la escogencia con respecto a la alternativa antes mencionada.

- Proponer estrategias de mercado permitirá complacer a los usuarios brindándoles beneficios y a la vez a los socios del Internet Millenium llevar un mejor control de sus clientes y lo más importante es la retroalimentación y seguimiento del proceso, que permitirá obtener resultados positivos a lo largo del mismo.

Recomendaciones

- Introducir nuevamente el servicio de café gratuito, promoverá el nombre del servicio que se brinda “Café Internet Millenium” y hace que la idea de poder tomarse un café mientras hace uso del servicio sea más placentero. Principalmente, en horas tales como 3 p.m. donde la cultura costarricense tiene como costumbre tomar café y en horas nocturnas después de las 6 p.m. para aquellas personas que llegan cansadas de su día laboral y/o estudiantil.
- Mejorar el ambiente musical, ya que este permite que los usuarios sientan un ambiente ameno mientras hacen uso del servicio.
- Colocar un buzón de sugerencias en el área de recepción, con un corto formato pero con preguntas directas y efectivas que permita a los usuarios externar su opinión sobre el servicio que se le está brindando.
- Brindar servicios de clases de computación, como arrojó la encuesta, logrará captar aquel segmento de mercado ansioso de utilizar Internet pero que necesita de antemano una explicación anticipada, tal es el caso de personas adultas mayores o que simplemente aquellas personas que no cuentan con un vasto conocimiento sobre el tema.
- Cabe mencionar que dichos cursos se pueden brindar en horas de la mañana donde la demanda es baja y las máquinas del local no se encuentran saturadas.

AN
IN
FE
XX
OO
S

Anexo 1

Número de cuestionario:

Análisis de los servicios que se brindan el Café Internet Millenium ubicado en San Antonio de Desamparados

Introducción: Buenos días, tardes, noches, mi nombre es Lorena Montero Pibaque. Estoy efectuando un estudio de mercado sobre los servicios que presta el Café Internet Millenium. Es importante indicarle que la información suministrada de su parte en el presente cuestionario es estrictamente confidencial. ¿Me permite unos minutos de su tiempo para hacerle unas breves preguntas? **NOTA: Se debe marcar con X en solo una opción para cada pregunta.**

P1 ¿Cómo se enteró del Café Internet Millenium? Marque con (X)

Amigo	Familiar	Vecino	Otro	Ns/nr
1	2	3	4	5

P2 Con qué frecuencia visita el Café Internet Millenium? Marque con (X)

Diariamente	Semanalmente	Quincenalmente	Mensualmente	Otro	Ns/nr
1	2	3	4	5	6

P3 ¿Cuál es el motivo de su visita al Café Internet Millenium? Marque con (X)

Internet	Trabajos	Imprimir	Escanear	Copias	Fax	Levantado texto	Otro	Ns/nr
1	2	3	4	5	6	7	8	9

P4 ¿Cuál de estos productos comestibles consume? Marque con una (X)

Repostería	Confites	Bebidas	Otro	Ns/nr
1	2	3	4	5

P5 ¿Cuál es su opinión de las tarifas del Café Internet Millenium? Marque con una (X)

Excelente	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Pésima	Otro	Ns/nr
1	2	3	4	5	6	7	8

P6 ¿Qué le parece el horario del Café Internet Millenium? Marque con una (X)

Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo	Otro	Ns/nr
1	2	3	4	5	6	7	8

P7 ¿Qué opina del servicio que ofrece el Café Internet Millenium? Marque con una (X)

Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo	Otro	Ns/nr
1	2	3	4	5	6	7	8

P8 ¿Cuál es su opinión de la promoción del Café Internet Millenium? Marque con una (X)

Excelente	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Pésima	Otro	Ns/nr
1	2	3	4	5	6	7	8

P9 ¿Cuál o cuáles servicio(s) le gustaría que tenga el Café Internet Millenium?

P10 ¿Cuál o cuáles producto(s) desearía que agregara el Café Internet Millenium?

P11 ¿Qué promociones le gustaría que tuviera el Café Internet Millenium?

P12 ¿Cuál o cuáles Café Internet conoce?

DATOS PERSONALES

Ya para terminar y sólo con fines estadísticos, me podría contestar:

P13 Género: Femenino (1) Masculino (2)

P14 Rango de edad: Menos de 20 (1) de 20 a 30 (2) de 31 a 40 (3) de 41 a 50 (4)

P15 Escolaridad: primaria incompleta (1) primaria completa (2) secundaria incompleta (3)
Secundaria completa (4) universitaria incompleta (5) Universitaria comp.
(6)
Otro (7) _____

P16 Salario promedio mensual familiar:
De ¢100 a ¢200 mil (1) ¢201 a ¢300 mil (2) ¢301 a ¢400 mil (3) más de 400 mil (4) NS/NR (5)

P17 Ocupación actual: _____

P18 Vive en: casa propia (1) alquilada (2) otro (3) _____

P19 Su estado civil es: soltero (1) casado (2) divorciado (3) viudo (4) unión libre (5)
Otro (6) _____

Muchas gracias!!!

Tarjeta Cliente Frecuente

			
Tarjeta Cliente Frecuente			
Nombre: _____ e-mail: _____			
Firma/Fecha	Firma/Fecha	Firma/Fecha	Cortesía
Firma/Fecha	Firma/Fecha	Firma/Fecha	Cortesía
¡Gracias por preferirnos!			

BIBLIOGRAFÍA

- Baca, G. (2001). *Evaluación de proyectos*. México: Mc Graw Hill
- Coulter, R (2005) *Administración*. San José: UNED.
- González, J y Gaudioso, E. (2001). *Aprender y formar en Internet*. Madrid: Internacional Thompson Editores Spain Paraninfo.
- Janal, D. (2000). *Marketing en Internet*. México. Prentice Hall.
- Keegan, G y Green, M. (1998). *Fundamentos de mercadotecnia internacional*. México: Prentice may.
- Kotler, P (2000). Mercadotecnia. Editorial Prentice Hall, México
- Montero, L. (2003). *Desarrollo de Estrategias Mercadológicas para el Café Internet Millenium*. Tesis de Bachillerato no publicada, ULACIT, San José, Costa Rica.
- Pope, J. (1984). *Investigación de mercados*. América Central: Grupo Editorial Norma.
- Rusell, T y Lane, R. (2001). *Publicidad*. México: Prentice Hall
- Shetty, Y (1993). "Aiming High: Competitive Benchmarking for Superior Performace" (p 42)
- Trout, J y Rivkin, S. (1996). *El nuevo posicionamiento*. México: McGraw-Hill.
- Weirs, R. (1986). *Investigación de mercados*. México: Prentice Hall.
- <http://www.cafesuite.com.mx/>. CafeSuite México. 27 de Setiembre de 2005.

- <http://www.campusanuncios.com/Vendoimprimir-88302465X-Estacion-Cafe-Madrid.html>. Cafe-Madrid. 27 de Setiembre de 2005.
- <http://www.cibercentro.com/costarica/#buscadores>. CiberCentro. 19 de Octubre de 2005
- <http://www.estacioncafe.net>. Estacion Cafe software para Cybercafes. 27 de Setiembre de 2005.
- http://www.ociototal.com/recopila2/r_internet/cibercafe.html. Ocio Tot@l. 19 de Octubre de 2005
- <http://www.kitcom.biz/perfil-corporativo.html>. Kitcom Comunicaciones. 19 de Octubre de 2005
- <http://search.latam.msn.com/>. Search Latam Msn. 19 de Octubre de 2005
- <http://tangaworld.com/es/cibercafe/apuntes.htm>. Tanga World. 17 de Octubre de 2005
- <http://www.tucybercafe.4t.com/about.html>. Tu CyberCafe. CyberData. 27 de Setiembre de 2005.