

POR: SCOTT S
ROBINSON

Cibercafés en Morelos: un desafío para la administración

UAM-I

- Las innovaciones tecnológicas se difunden a raíz de los intereses de las elites, quienes se preocupan, antes que nada, de su propia modernización dentro de su dependencia estructural en el capitalismo

CONTENIDO:

Abstract	1
Argumento	1
1 La Encuesta	4
2 Metodología	4
3 Comentarios	17
Bibliografía	18
Anexo I	19

Resumen

Estas reflexiones generales y difusas formaron el contexto de una inquietud sobre la distribución de cibercafés en un espacio social heterogéneo.

La expansión de la Internet en México fue desde su inicio un asunto de elites tecnológicas, empresariales y de unas contadas organizaciones civiles (ej. Programa La Neta, S.C.), éstas mismas compartieron la responsabilidad de introducir e iniciar lucrar con el crecimiento de la red en el país, comenzando en los mediados de la década de los años noventa (es una historia pendiente de ser contada a detalle). En el

presente trabajo se analiza los datos de una encuesta del universo de 487 cibercafés en 31 de los 33 municipios del estado de Morelos, México, dentro del contexto de la economía política de la evolución del acceso público a los recursos digitales en América Latina durante los últimos tres lustros. Se apunta a la oferta de nuevos servicios vinculados con las administraciones municipales.

La carencia de cursos de capacitación en nuevas aplicaciones para los clientes más la ausencia, en la mayoría de casos, de una capacidad para construir páginas WWW sobre organizaciones, actividades o proyectos locales, apunta a un subempleo del recurso digital en sus manos. La ausencia de los profesores como clientes no se justifica porque tengan acceso en sus casas, más bien, sugiero, se debe a la falta de voluntad de este gremio, estratégico para la formación de los alumnos locales, de aprender a utilizar este recursos y así integrar sus virtudes en sus respectivos proyectos docentes; constituye un tema de investigación aparte.

Argumento

El estudio del fenómeno latinoamericano de la explosiva expansión de cibercafés se ubica en el contexto más amplio de las relaciones del poder en sociedades post coloniales. Hay dos razones para esta afirmación: uno se relaciona con la expansión truncada de puntos de acceso a la red de redes y sus herramientas digitales financiados por recursos públicos, y la otra con la evidente reconfiguración del poder en sociedades con una creciente proporción de sus poblaciones conectadas a la red, vinculadas con diásporas y ejerciendo un uso efectivo de las opciones informáticas hoy disponibles. El argumento aquí procede en función de una premisa que constituye el punto de arranque de esta reflexión y la posterior presentación de los resultados de la encuesta de cibercafés en el estado de Morelos, México.

La premisa reza de esta manera: en sociedades muy estratificadas entre ricos y pobres, como es el caso de México y de Latinoamérica en general, las innovaciones tecnológicas se difunden a raíz de los intereses de las elites, quienes se preocupan, antes que nada, de su propia modernización dentro de su dependencia estructural en el capitalismo contemporáneo. O se enteran en el extranjero de tecnologías, procesos y herramientas útiles para sus intereses, y/o provocan la adopción de una plataforma subsidiada en las universidades (privadas y

públicas) y entre el liderazgo de los organismos no gubernamentales insertados en los circuitos de las innovaciones tecnológicas en un mundo aceleradamente globalizado (Robinson 2004, 2005).

En México, se observa cómo la expansión de los servicios de Internet tuvieron su plataforma inicial en el ITESM (Tec de Monterrey) y la Universidad Nacional, y al tiempo el sector privado, alimentado en su capacidad tecnológica por los técnicos egresados de estas dos instituciones y otras, invirtió enormes cantidades en la colocación de redes de fibra óptica, servidores y equipos periféricos, mientras sus inversionistas y ejecutivos, nacionales y extranjeros, aseguraban que el marco legislativo y regulatorio era propicio para la protección de lo que fuera, en su momento, oligopolios promisorios en mercados protegidos.



En pocas palabras, la expansión de la Internet en México fue desde su inicio un asunto de elites tecnológicas, empresariales y de unas contadas organizaciones .

Estas elites no son grupos homogéneos, más bien representan una amalgama incrementando entre las aristocracias coloniales y las respectivas plutocracias recién acuñadas por medio de negocios audaces y en base al cobro de rentas a los diversos estados por medio de monopolios permitidos. Son minorías con poder y dinero e influyen sobremedida en los marcos regulatorios gubernamentales civiles (p. ej. Programa La Neta, S.C.), éstas mismas compartieron la responsabilidad de introducir e iniciar lucrar con el crecimiento de la red en el país, comenzando en los mediados de la década de los años noventa (es una historia pendiente de ser contada a detalle).

Al tiempo, aconteció un proceso semejante, con actores parecidos, en los demás países de la región donde existe una tendencia del Estado actuando como fiduciario de las familias dominantes. También, hubo una intervención extranjera benigna en este proceso: la agencia federal canadiense de apoyo a proyectos innovadores de desarrollo, en Centro Internacional de Investigación del Desarrollo (www.idrc.ca) tuvo a bien patrocinar con recursos entregados a unos pocos organismos civiles la creación y mantenimiento de telecentros comunitarios en contadas comunidades rurales y barrios urbanos.

Estos proyectos pilotos, fueron “descubiertos”, por decirlo de una manera, por la burocracia superior del Banco Mundial y organismos afines, generaron una amplia bibliografía y detallados estudios de evaluación de suficiente relieve para calar profundamente en la reconfiguración de las estrategias de desarrollo capitalista que la misma expansión de la red catalizó en la región. La figura del “telecentro comunitario” fue expropiada de facto por las elites a cargo de las estrategias del desarrollo como una posible solución ante la evidente “brecha digital” que se perfilaba claramente en el corto y mediano plazo.

La dichosa brecha digital no es más que una manifestación de la estratificación entre ricos y pobres, donde las oportunidades, los privilegios y la información muestra una distribución desigual.

La primera fase experimental, la comprobación de la eficacia del instrumento entre grupos reducidos de universitarios, empresarios y el liderazgo de ONGs. Concepto expresado en una conferencia de Denise Dresser, ITAM, 16 de noviembre 2007, México, D.F. Y que se benefician de las mismas por medio de “rentas” cobradas por reglamentos discrecionales (Krueger 1974). concluyó hacia finales del milenio pasado, y coincide con la adopción de la figura genérica del “telecentro” como plataforma probada para ofrecer la conectividad a las masas.

La puesta en operación de programas oficiales de apertura de “telecentros”, bajo distintos rubros en varios países, como, por ejemplo, centros comunitarios digitales, infocentros, centros de informática, centros tecnológicos comunitarios, etc., inicia alrededor del año 2000 y constituye la segunda fase de la expansión de iniciativas de la “inclusión digital” en la región. Muchos de estos proyectos oficiales, de gran escala y con reglas de licitaciones, solamente permitían la participación de empresas grandes, léase extranjeras y sus socios nacionales (distribuidores pero no fabricantes), al competir entre sí con la oferta de equipos, software e instalaciones a las respectivas escalas nacionales. Fueron negocios redondos para los proveedores que ganaron los respectivos concursos. El proyecto e-México es ejemplar y sintomático (Robinson 2007).

Estos proyectos nacionales de conectividad para el pueblo sin el poder de compra para tener una computadora, línea telefónica y una cuenta con un proveedor de Internet, también fueron utilizados para difundir contenidos vinculados con la respectiva ideología del Estado y las prioridades de su gobierno. En paralelo, los consorcios privados de los medios televisivos crearon y promovieron sus “portales en la WWW” con fines mercantiles. En muy pocos años, la oferta de “infoentretenimiento” inundaba a los consumidores de este novedoso medio, y no se puede descartar una estrategia de contubernio entre las elites políticas y comerciales de atenuar el acceso a Informaciones delicadas, didácticas y contundentes con sus verdades en relación a los asuntos públicos. Nadie deseaba alentar a la rebelión con contenidos subversivos

cuando la meta era sostener a masas de consumidores en un estado sumiso. No debe sorprendernos como la Internet fue integrada a estrategias de control social.

Estos proyectos oficiales ignoraban la amplia y dinámica red de cibercafés que comenzaron a establecerse en las ciudades grandes y medianas desde los mediados de la década de los 90. A grosso modo, en el momento de anunciar las inversiones de recursos fiscales (una suerte de concesión de rentas) en los costosos programas de conectividad nacional en base al modelo del telecentro comunitario, que beneficiaban a las elites del sector, los consorcios de las 4 Estrellas se iban reconfigurando conforme socios nacionales y proveedores extranjeros negociaban sus acuerdos mercantiles de largo plazo en mercados muy protegidos. telecomunicaciones, muchos pueblos, destinatarios de los proyectos oficiales, ya poseían uno que otro cibercafé funcionando como pequeño negocio y ofreciendo servicios digitales diversos a la población local.

En otras palabras, muchas veces los cibercafés llegaron antes de las instalaciones del gobierno y desde entonces han crecido en número y servicios sin subsidios, conforme muchos de los proyectos de conectividad de los gobiernos languidecen ante los cambios de programas de los gobiernos nacionales, la falta de mantenimiento y también, entre las confusas prioridades de sus respectivas políticas de inclusión digital. Es notable la carencia de censos confiables de los cibercafés, a nivel de las oficinas estadísticas de los gobiernos, incluyendo el mexicano, y de los organismos internacionales con un dizque compromiso con la ampliación del acceso a los servicios digitales; el CEPAL es un ejemplo singular (Maese y Hilbert 2006).

Al escribir estas líneas iniciamos la tercera fase de los servicios digitales en América Latina. En la misma, encontramos una falta de evaluación por terceros de los programas oficiales de conectividad, tipo e-MÉXICO, donde el costo de su implementación suele ser mucho mayor que sus beneficios, si se compara

Muchas veces los cibercafés llegaron antes de las instalaciones del gobierno y desde entonces han crecido en número y servicios sin subsidios.

con el monto. En este contexto se inicia la tercera fase del impacto de la revolución digital en la región. Las elites, después de una década de aplaudir y participar en la ampliación de los nuevos mercados que la venta de equipos y servicios digitales representaba, hoy pueden sentir una profunda ambivalencia ante su continua expansión dinámica y la libertad de difusión de contenidos que hoy rige. La retórica ingenua (y la amplia bibliografía donde confieso haber contribuido) de antaño sobre las tecnologías de la información y la comunicación (TICs, en la jerga de algunos gremios) y el desarrollo social pecó de haber confundido la modernización tecnológica con una reducción de la pobreza. Este discurso que llegó a alimentar una letanía ortodoxa ahora topa contra una apreciación distinta entre los grupos dominantes sobre el insólito fenómeno global de la conectividad: ¿Cómo lo controlemos para no perder nuestro poder y privilegios?

La Secretaría de Desarrollo Agropecuario del gobierno del estado de Morelos, inició un reparto de créditos para la apertura de cibercafés en algunos pueblos, y su aportación al universo de establecimientos no había sido registrada.

1. La Encuesta

Estas reflexiones generales y difusas formaron el contexto de una inquietud sobre la distribución de cibercafés en un espacio social heterogéneo. En enero de 2007 hubo varios motivos para realizar una encuesta sobre la distribución y perfil de los cibercafés en el estado de Morelos. En primer lugar, era evidente en aquella fecha que el nuevo régimen de Felipe Calderón no reconocía aún las supuestas virtudes del programa oficial de e-México, ni había un compromiso para reconfigurar lo que no funcionaba. La limitada distribución de sus puntos de acceso en el estado de Morelos sugirió una opción de compararlos con el universo de cibercafés aún desconocido, y la distribución de estos negocios y nótese el intento de esta Cámara poderosa en México de desear “controlar” contenidos en los medios.

<http://www.cirt.org.mx/071030%20Senado/6%20Contenidos%20y%20Derecho%20de%20Replica.pdf>

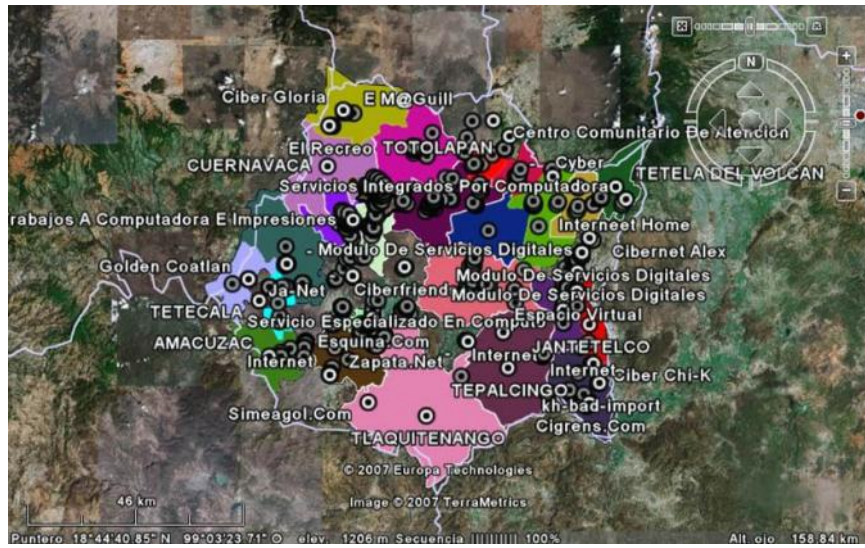
Su acceso a la información también ofreció oportunidades aún no contemplados por los gobiernos municipales. Tuve el interés de probar la voluntad de los dueños / operarios en colaborar con mensajes públicos no comerciales. También, era importante tener una base concreta para estimar el costo de una encuesta en un universo de estos negocios mucho más amplio. Aparte, durante el año previo, 2006, dentro del contexto de acciones del programa federal, Alianza Para El Campo, la Secretaría de Desarrollo Agropecuario del gobierno del estado de Morelos, inició un reparto de créditos para la apertura de cibercafés en algunos pueblos, y su aportación al universo de establecimientos no había sido registrada. En corto, hubo varias justificaciones para levantar una encuesta en una entidad de tamaño menor, y la investigación se hizo con recursos propios.

La encuesta y sus datos abarcan 31 de los 33 municipios del estado.

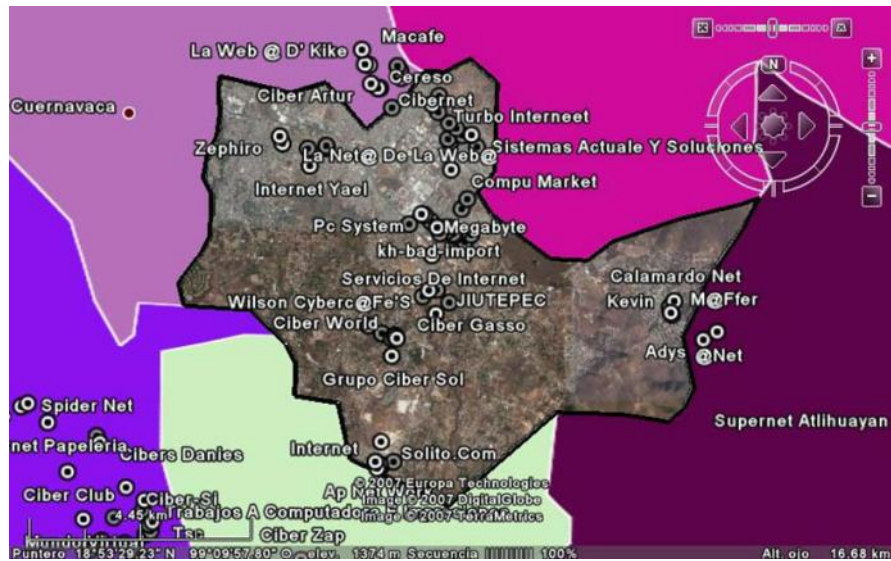
2. Metodología

La metodología fue la siguiente: se contrataron a dos parejas, capacitadas en la administración del cuestionario elaborado para la encuesta, tomando en cuenta una encuesta parecida de unos años antes (Robinson 2004; Anexo 1). Las dos parejas aplicaron el cuestionario durante los fines de semanas, desde las tardes del viernes hasta domingo en la tarde. Este modus operandi tuvo una desventaja: en las tardes del sábado y domingo algunos cibercafés quedaron cerrados, y la consecuencia fue entrevistas realizadas o a los dueños u operarios en 372 cibercafés del universo total registrado de 487 negocios. Junto con la aplicación del cuestionario se registró la ubicación de cada local con una unidad GPS portátil. El resultado permite mapear la distribución del universo de todos los cibercafés en el estado registrados. Cabe notar que por falta de recursos no se encuestaron a los cibercafés en los dos municipios urbanos más poblados del estado, Cuernavaca, la capital del estado y Cuautla. La encuesta y sus datos abarcan 31 de los 33 municipios del estado. A continuación una serie de gráficas generadas en base de los resultados de la encuesta seguidas por comentarios sobre las mismas.

Junto con la aplicación del cuestionario se registró la ubicación de cada local con una unidad GPS portátil. El resultado permite mapear la distribución del universo de todos los cibercafés en el estado registrados.

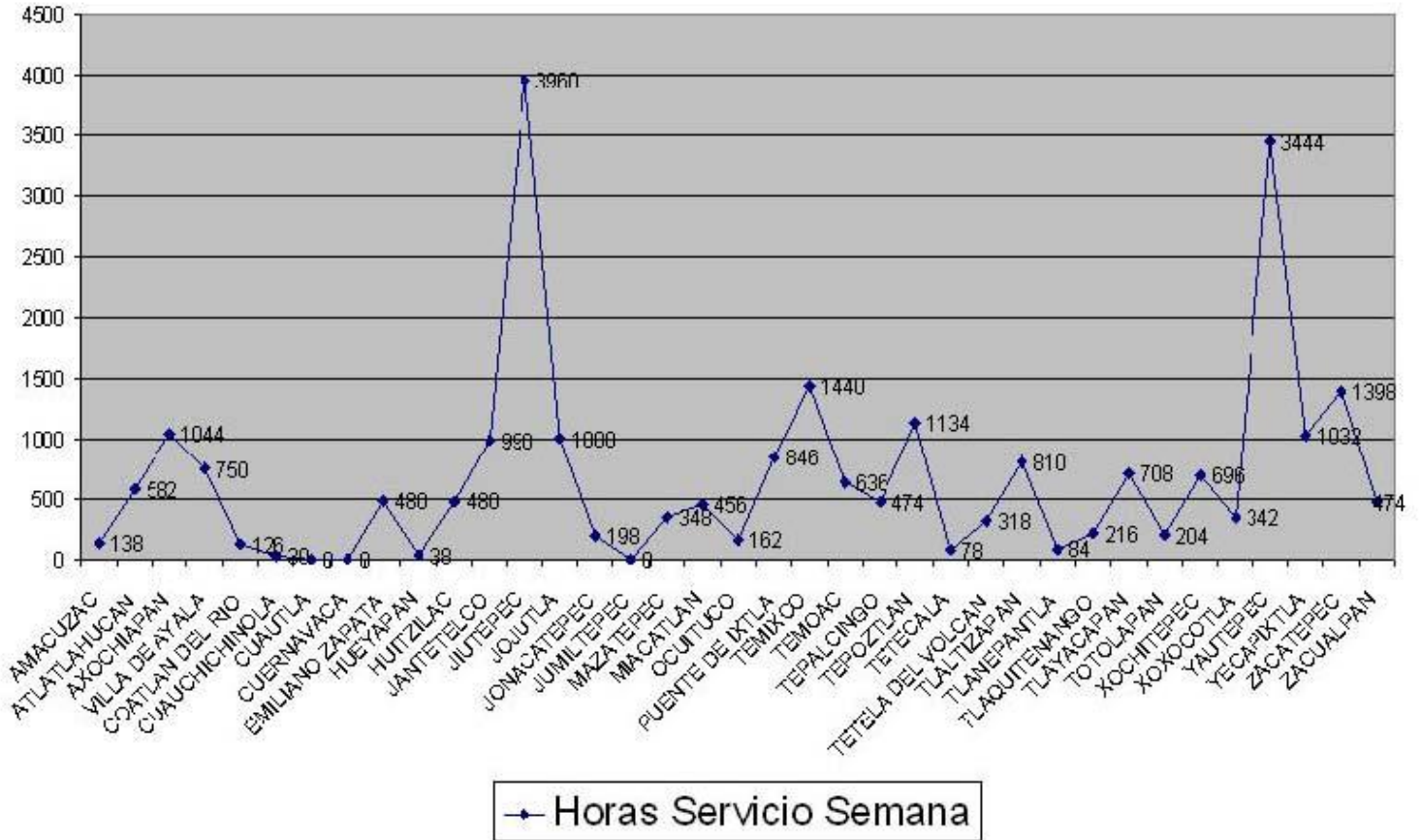


Mapa I: Distribución de cibercafés en el estado de Morelos: versión compacta.

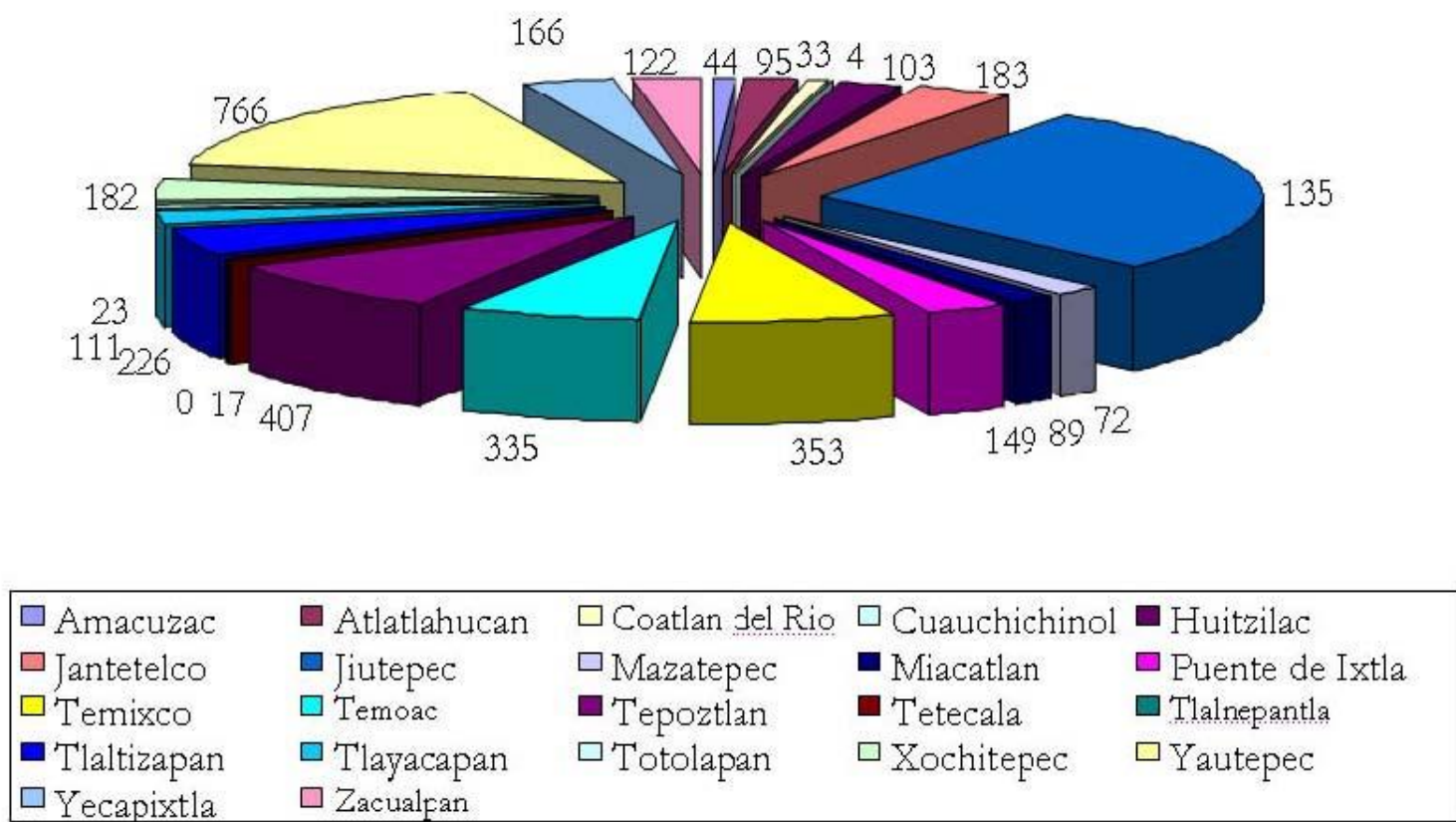


Mapa 2: Ejemplo de ubicación de cibercafés -Municipio de Jiutepec, Morelos.

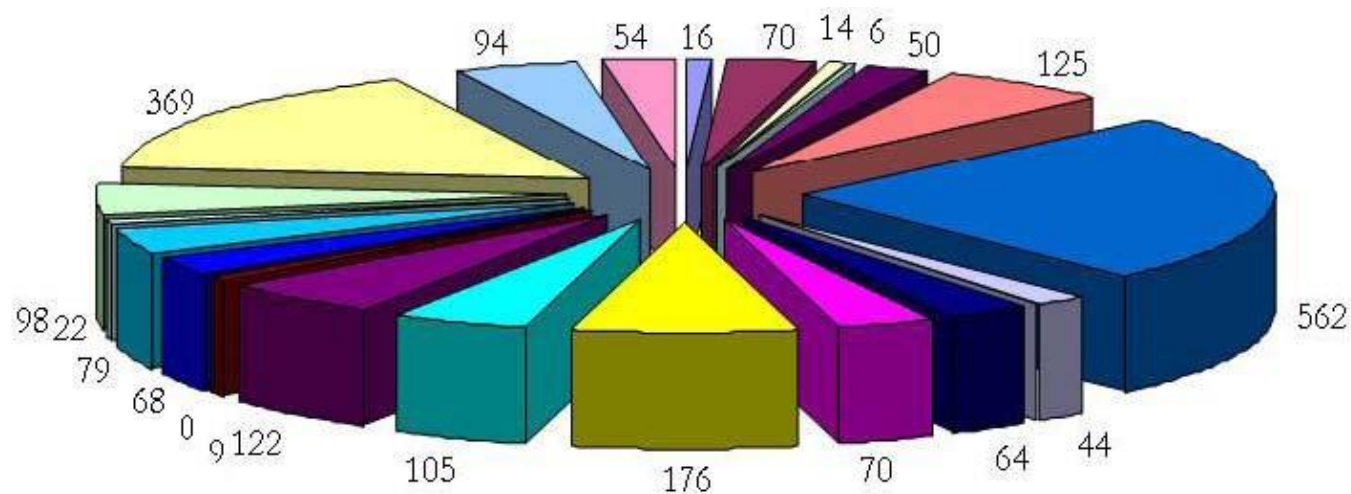
Horas Servicio Semana



Gráfica 2: Distribución de horas de acceso digital por semana por municipio Morelense.



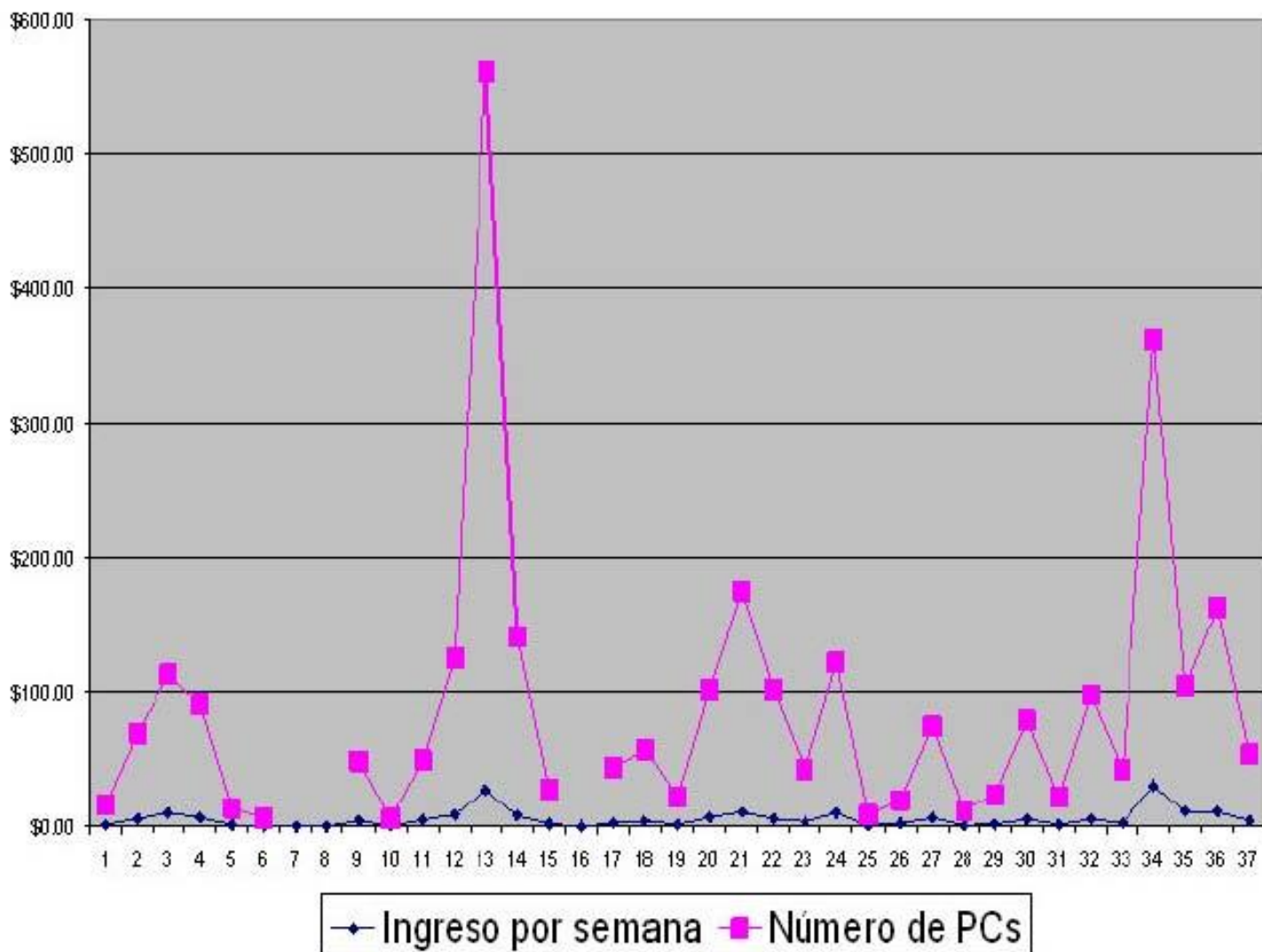
Gráfica 3: Promedio de Usuarios por Semana según Municipio Morelense.

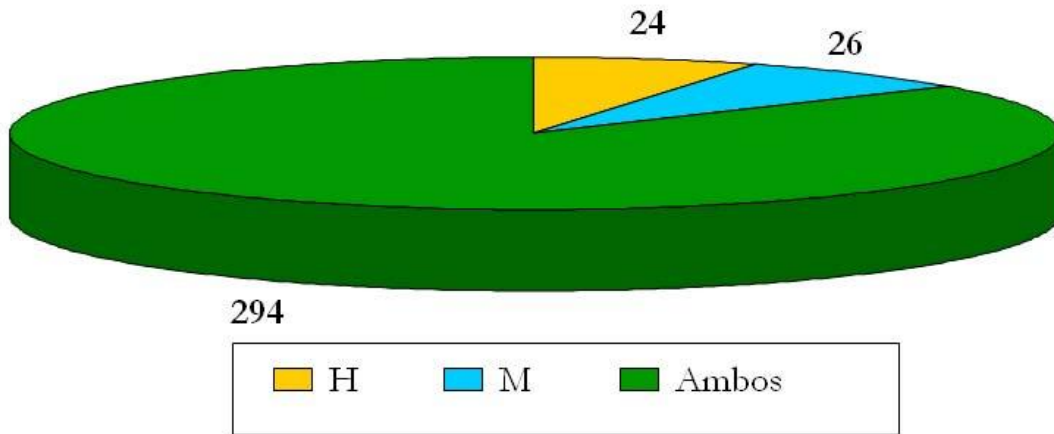


Amacuzac	Atlatlahucan	Coatlan del Rio	Cuauchichinola	Huitzilac
Jantetelco	Jiutepec	Mazatepec	Miacatlan	Puente de Ixtla
Temixco	Temoac	Tepoztlan	Tetecala	Tlalnepantla
Tlaltizapan	Tlayacapan	Totolapan	Xochitepec	Yautepec
Yecapixtla	Zacualpan			

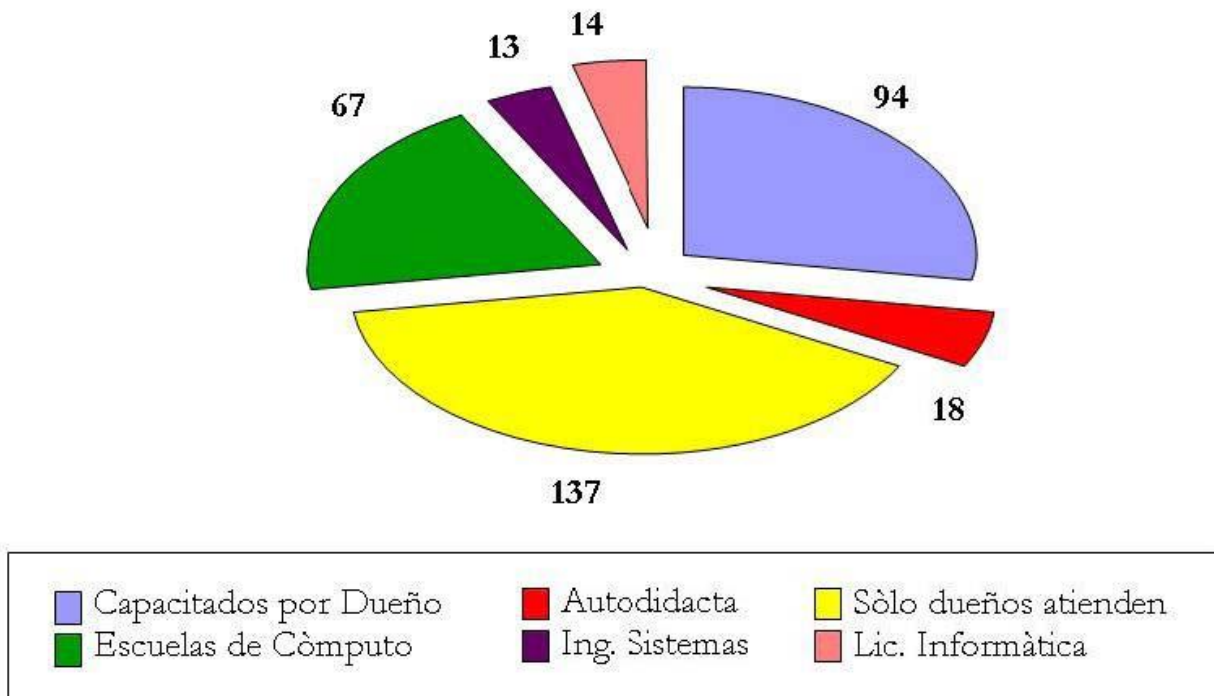
Gráfica 4: Número de Computadoras en servicio público por Municipio Morelense

Gráfica 5: Ingreso Promedio por Semana

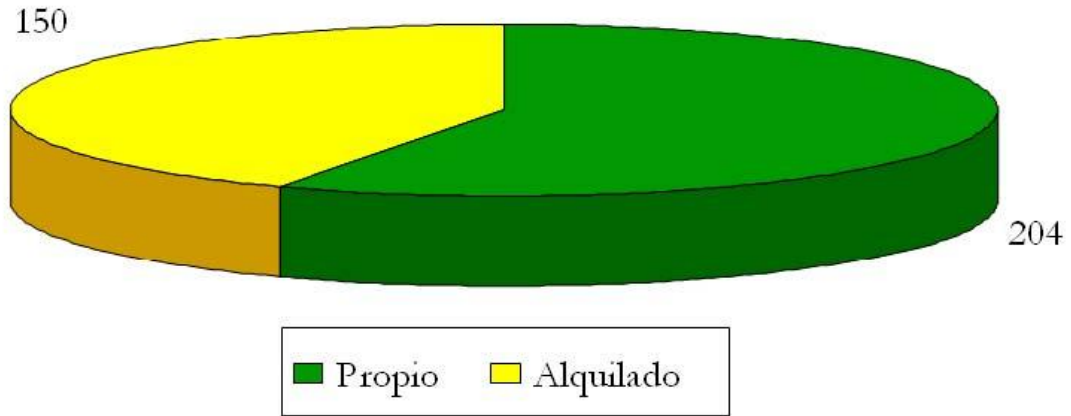




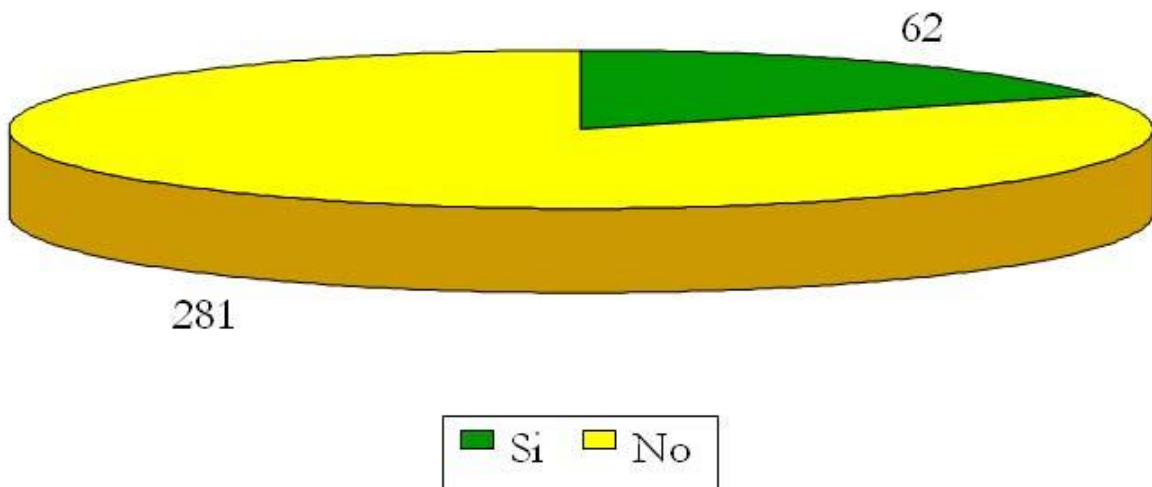
Gráfica 6: Distribución de usuarios de Cybercafés en Morelos según género.



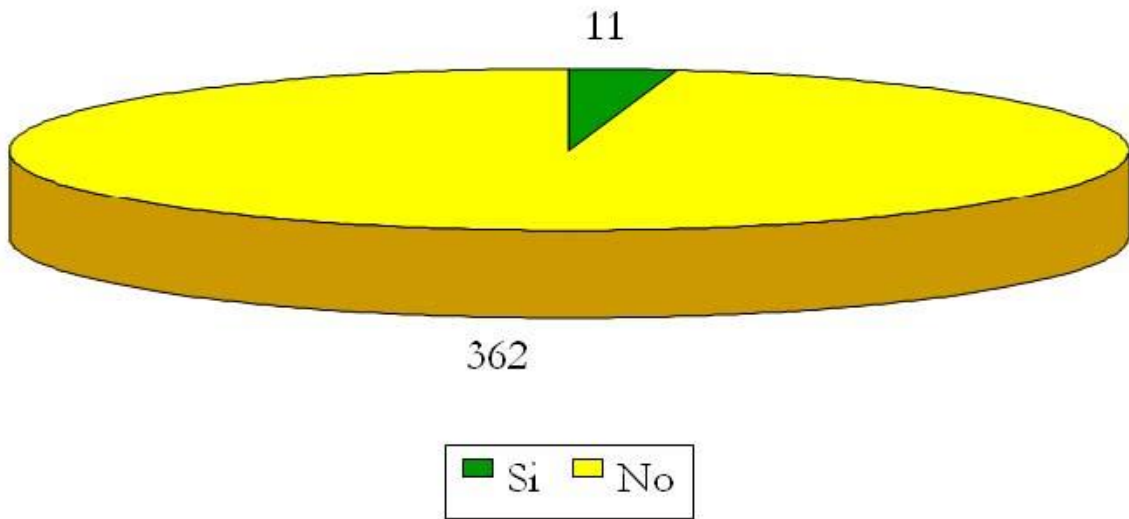
Gráfica 7: Fuentes de la formación de empleados de Cybercafés en Morelos.



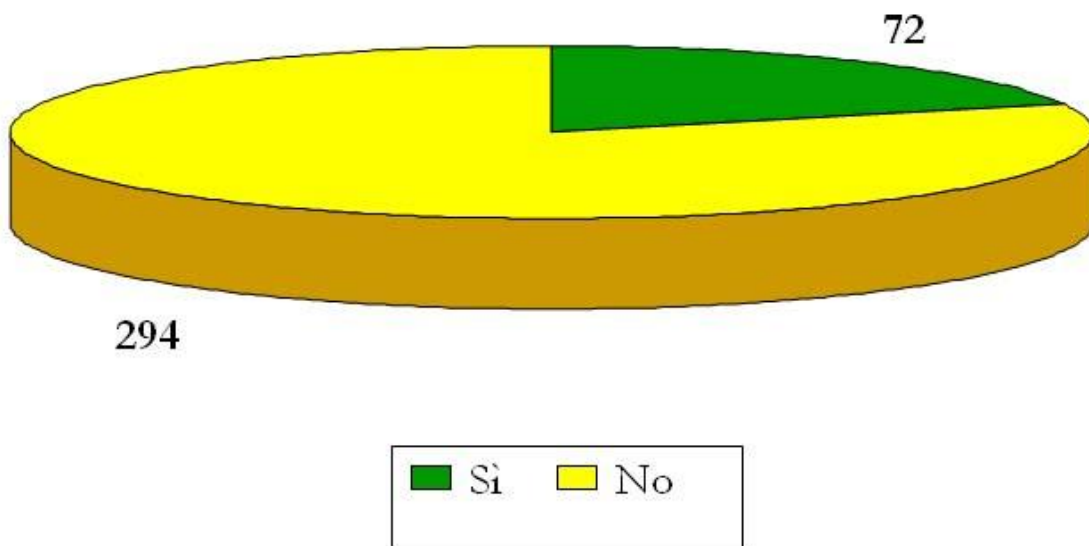
Gráfica 8: Local de Cybercafé Propio o Alquilado entre Cybercafés de Morelos.



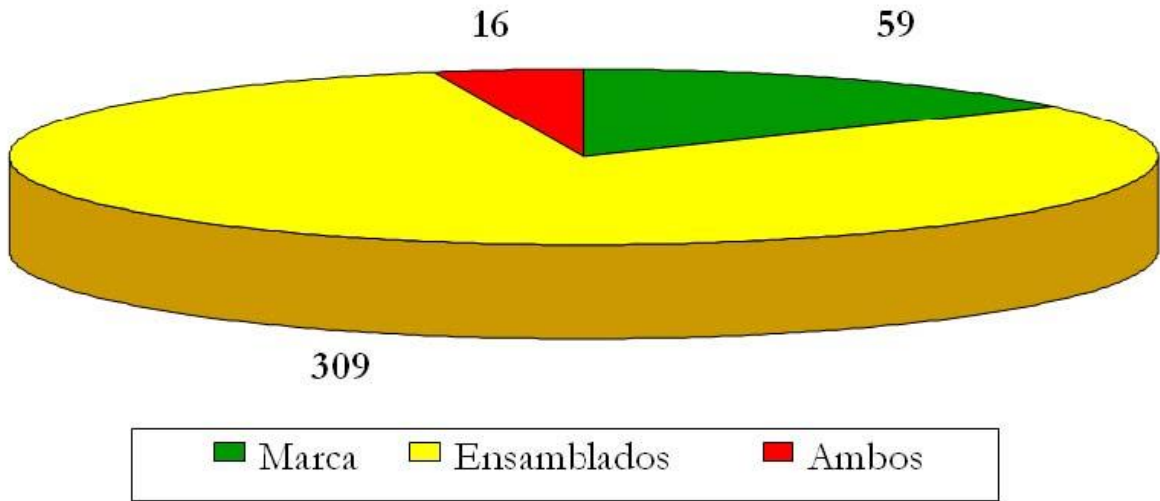
Gráfica 9: Disponibilidad de Facturas entre Cybercafés de Morelos.



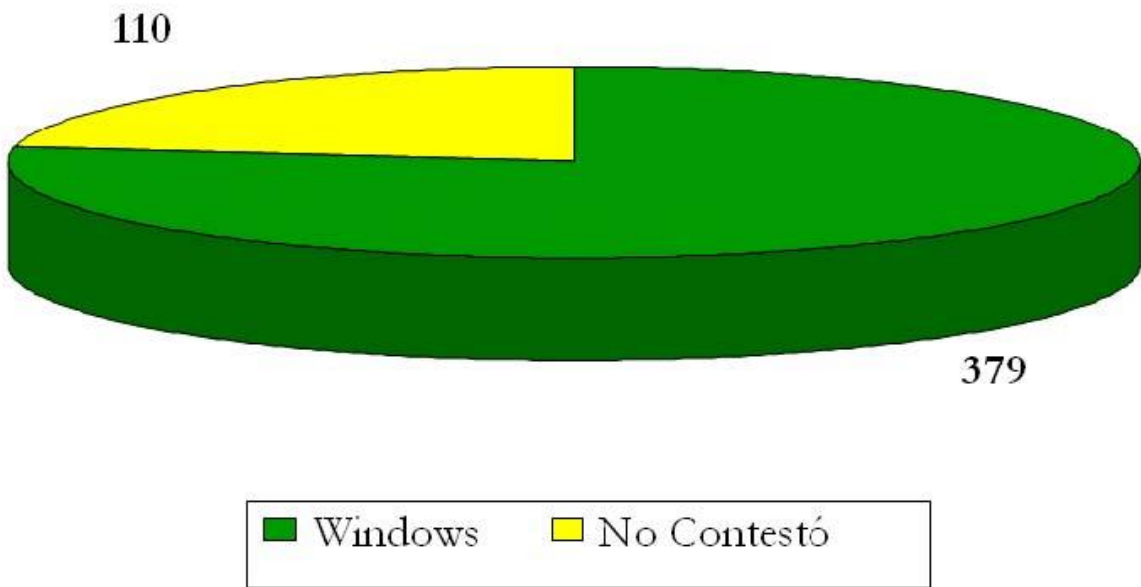
Gráfica 10: Pertenencia de Cybercafés de Morelos a Franquicias



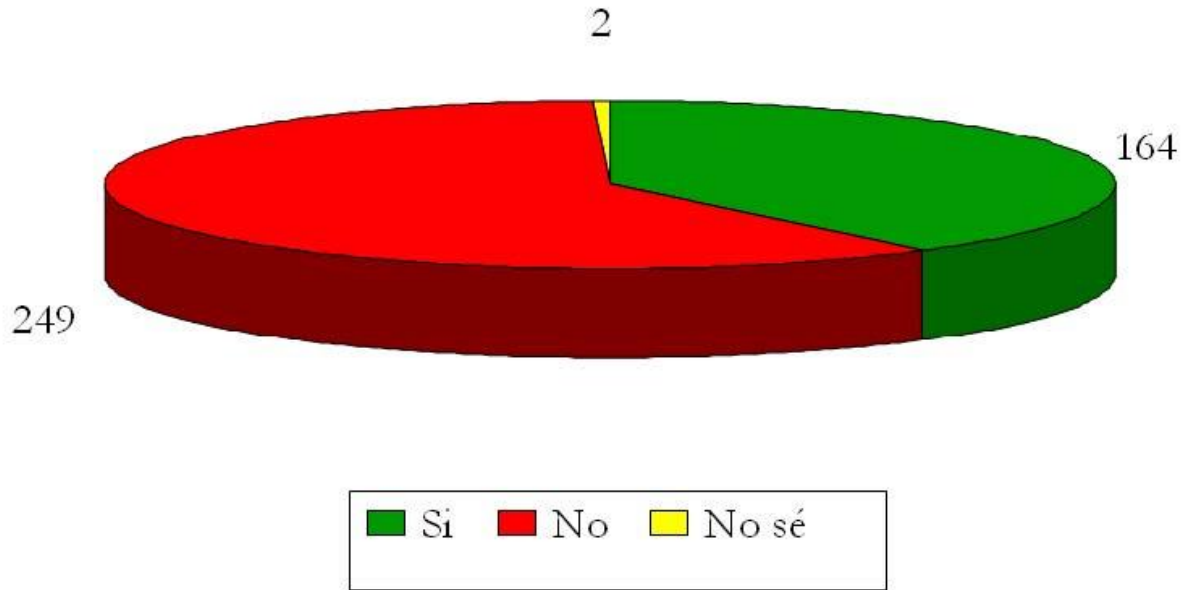
Gráfica 11: Disposición de Cybercafés de Morelos para ofrecer Cursos de Capacitación



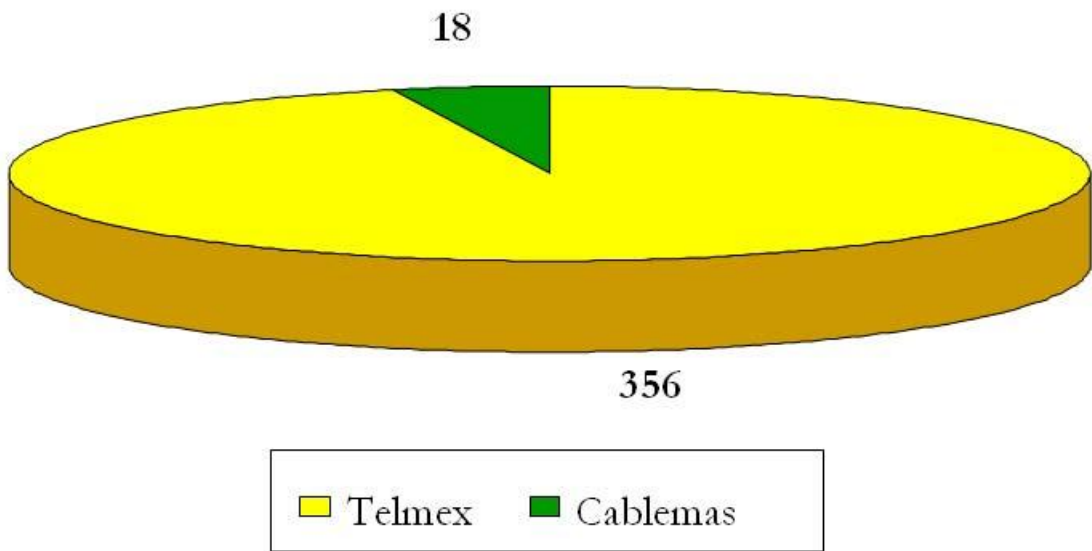
Gráfica 12: Distribución de tipos de PCs entre Cybercafés de Morelos



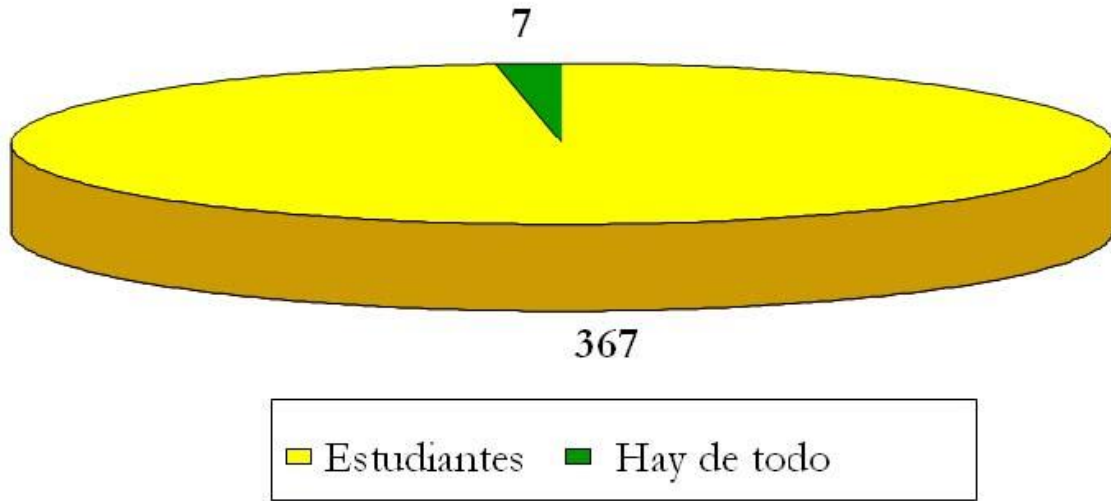
Gráfica 13: Tipo de Sistema Operativo entre Cybercafés de Morelos.



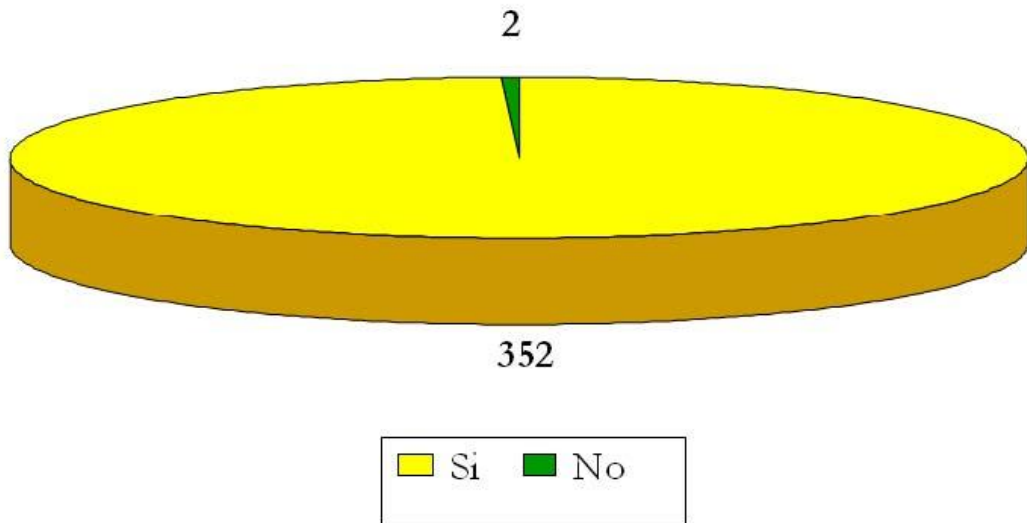
Gráfica 14: Disposición para el Diseño de Páginas WEB entre Cybercafés de Morelos.



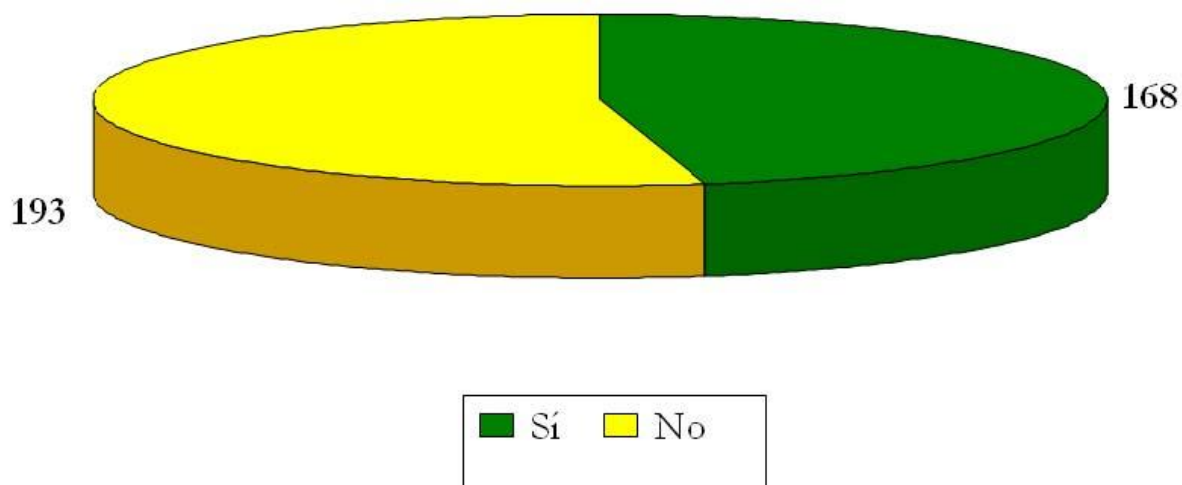
Gráfica 15: Distribución de Proveedor de Conexión a la Internet entre Cybercafés de Morelos.



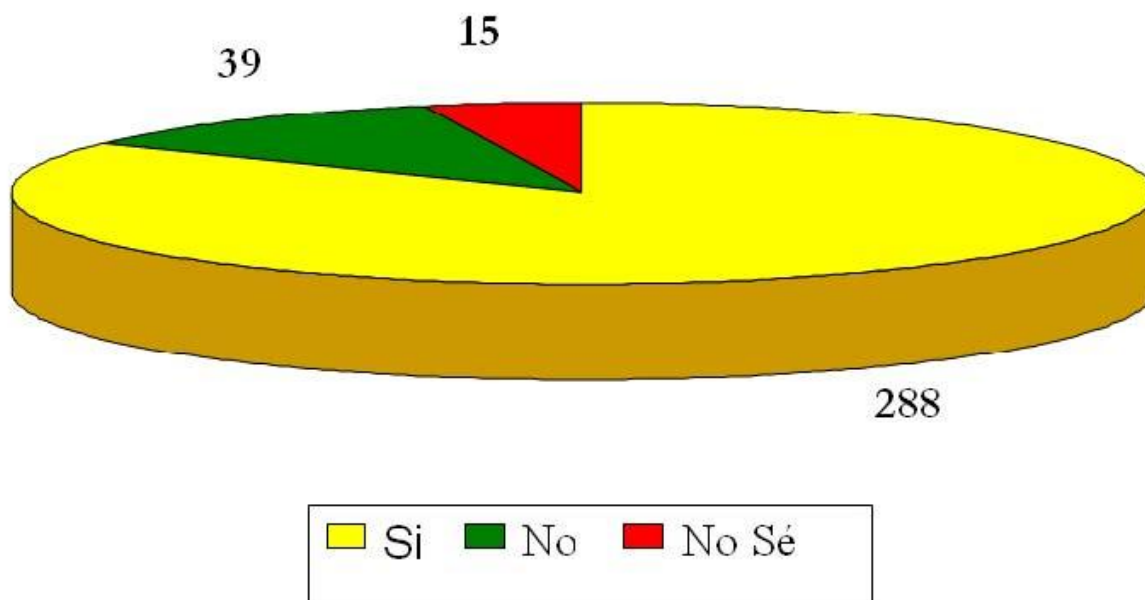
Gráfica 16: Tipo de Clientes entre Cibercafés de Morelos.



Gráfica 17: Variación de Clientes según Ciclo Escolar entre Cibercafés de Morelos.



Gráfica 18: Consumo de servicios de los Cybercafés de Morelos por parte de Maestros.



Gráfica 19: Uso de Cybercafés Morelenses para Comunicar con Parientes Migrantes

3. Comentarios

Los mapas, a una escala que no se puede anexar aquí, indican una sorprendente distribución de los cibercafés, hasta en los pueblos más pequeños del Estado. Las gráficas ilustran el contraste entre el programa oficial de e-México y los cibercafés, el nivel de conectividad disponible y el flujo de usuarios e ingresos semanales para los mismos dentro del universo encuestado. Las gráficas también indican el equilibrio del empleo de los recursos digitales por ambos sexos, además de las distintas formas de capacitación que reciben los dueños y sus empleados, cuando las hay. La serie de gráficas 7 a 16 expresan un perfil de su equipamiento y la condición comercial frágil de estos negocios, sujetos al calendario escolar para su clientela escolar. Además, manifiestan la falta de opciones de conectividad en el estado, la dependencia sobre software comercial (léase productos de Microsoft) y la preferencia por equipos de bajo costo, muchas veces ensamblados en los talleres de cada negocio.

La carencia de cursos de capacitación en nuevas aplicaciones para los clientes más la ausencia, en la mayoría de casos, de una capacidad para construir páginas WWW sobre organizaciones, actividades o proyectos locales, apunta a un subempleo del recurso digital en sus manos. Son muy aleccionadoras las gráficas 17 a 19, por razones distintas. La ausencia de los profesores como clientes no se justifica porque tengan acceso en sus casas, más bien, sugiero, se debe a la falta de voluntad de este gremio, estratégico para la formación de los alumnos locales, de aprender a utilizar este recursos y así integrar sus virtudes en sus respectivos proyectos docentes; constituye un tema de investigación aparte. El creciente patrón de migración hacia los EE.UU. de los morelenses se expresa claramente en la Gráfica 19; lo que faltan son cibercafés en el Norte que corresponden a su distribución en Morelos y todo México.

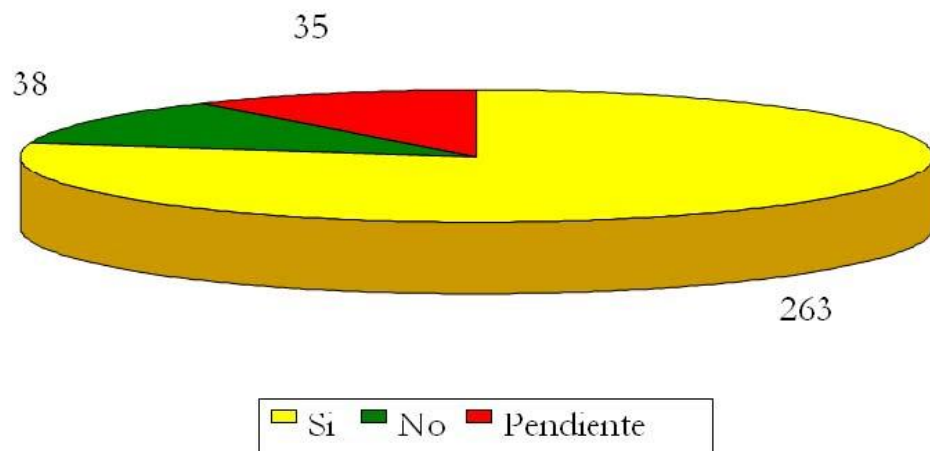
La gráfica 20 es sugerente y corresponde a la última pregunta en el cuestionario aplicado (Anexo 1). Indica una voluntad de una mayoría de los dueños u operarios de los cibercafés para colaborar con la difusión de anuncios no comerciales por medio de cintillas, por ejemplo, en las pantallas de sus computadoras instaladas. Era de mi interés probar la viabilidad de un mecanismo que podría ligar los cibercafés con los gobiernos municipales donde se ubican. Por su parte, los municipios no ven a los cibercafés como un instrumento de difusión de información relevante y anuncios de eventos locales, aunque es factible postular que las pantallas de los cibercafés constituyen el mecanismo más eficaz para difundir mensajes comunitarios, después de las radioemisoras regionales.

La siguiente fase de esta secuencia de investigaciones consistiría en sondear con una muestra de administraciones municipales su voluntad de entablar acuerdos con los cibercafés en su respectiva jurisdicción. El proceso de la descentralización de los poderes ejecutivos en la administración pública mexicana apenas comienza a nivel de los municipios rurales, y el estado de Morelos no es ninguna excepción.

El tema de la actualización de catastros municipales, por ejemplo, y la correspondiente pago del impuesto predial y de traslado de dominio, es un sistema de información municipal que puede tener un acceso por medio de los cibercafés de cada municipio. Mientras la bibliografía sea escasa (Tapia, Quero y Moctezuma 2004) y la voluntad de los partidos y grupos políticos en el poder también, serán experimentos concretos conducidos por políticos y académicos “modernos” en alianza con organizaciones civiles quienes ampliarán los espacios de las culturas políticas locales a través de las relaciones entre los gobiernos municipales, los cibercafés y la ciudadanía juvenil en sus entornos.

Las gráficas también indican el equilibrio del empleo de los recursos digitales por ambos sexos, además de las distintas formas de capacitación que reciben los dueños y sus empleados, cuando las hay.





Gráfica 20: Disposición de los Dueños de Cibercafés Morelenses para ofrecer anuncios comunitarios.

Bibliografía

- Castells, M. (2007): Communication, Power and Counter-power in the Network Society, International Journal of Communication, Vol 1. Consultado 21 octubre 2007. Disponible en: <http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc>
- Finkelievich, S y Prince, A. (2007): El (Involuntario) Rol Social de los Cibercafés, Buenos Aires. Consultado 21 octubre 2007. Disponible en: http://www.links.org.ar/infoteca/rol_social_cyber.pdf
- Furuholt, Bjørn y Stein Kristiansen (2007): Internet Cafés in Asia and Africa –Venues for Education and Learning?, Journal of Community Informatics, 2:3. Consultado 21 octubre 2007. Disponible en: <http://www.ci-journal.net/index.php/ciej/article/view/314/320>
- Krueger, A. (1974), “The Political Economy of the Rent-Seeking Society”. American Economic Review, 64(3):291-303.
- Maeso, O. y Hilbert M. (2006): Centros de Acceso Público a las Tecnologías de Información y Comunicación en América Latina: Características y Desafíos. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y European Development Cooperation Office. Consultado 21 octubre 2007. Disponible en: <http://www.cepal.org/SocInfo>
- Mansell, R. (1993): The New Telecommunications A Political Economy of Network Evolution, London: Sage Publications.
- Pimienta, D. (2007), Brecha Digital, Brecha Social, Brecha Paradigmática, Consultado 29 octubre 2007; disponible en: http://funredes.org/mistica/castellano/ciberoteca/tematica/brecha_paradigmatica.pdf
- Robinson, S. (2004): “Cybercafés and national elites: constraints on community networking in Latin America”, en COMMUNITY PRACTICE IN THE NETWORK SOCIETY, compilado por Douglas Schuler y Peter Day, Londres, Routledge, pp. 92-106.

_____ (2004): “Cibercafés un activo social colectivo”, en Lourdes Arizpe, compiladora, Los Retos de la cultura en México, México: CRIM-UNAM y Editorial Porrúa, pp. 137-151.

_____ (2005): “Diasporas Incomunicados: IT, Remittances and Latin American Elites,” Incomunicado Reader, Geert Lovink y Soenke Zehle, (comps), Ámsterdam, Institute of Network Cultures, pp. 106-108. Consultado 21 octubre 2007. Disponible en: www.networkcultures.org/weblog/archives/IncomunicadoReader.pdf

_____ (2006): “TICs, Telecenters and Social Movements”, Alternative Visions of Development: The Rural Social Movements in Latin America.” Feb 23-25, University of Florida, EE.UU. Consultado 21 octubre 2007. Disponible en: www.latam.ufl.edu/news/conf-papers/robinson-paperforconf06.pdf

_____ (2007), “Después de e-México: una propuesta”, en Política, etnicidad e inclusión digital en los albores de milenio, Scott S. Robinson, Héctor Tejera G. y Laura Valladares, (comp), México: UAM-I y Editorial M. Porrúa.

Robinson, S. y Labardini, A. (2005), “Cybercafes in Mexico –Reconfiguring digital inclusion: proposals for the next sexenio,” Consultado 21 octubre 2007. Disponible en: telecom.cide.edu/include/internet_confer-ence_2005/SRobinson_Cybrcafes.pdf

Rueda, E. (2005): Acceso Público a Internet: Los cibercafés en México. Tesis de Maestría, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México: UNAM.

Tapia, M. Quero, M. y Moctezuma, D. (Coords), (2004): Los rituales del cambio- transformaciones del régimen y cultura política en Morelos, Cuernavaca: CRIM-UNAM.

Warren, M. (2007), “The digital vicious cycle: Links between socialdis-advantage and digital exclusion in rural areas”, Telecommunications Policy 2007:04:001.

Zibechi, R. y Wallerstein, I. La irresistible decadencia del imperio americano, 20 September 2007, Consultado 21 octubre 2007. Disponible en: <http://americas.irc-online.org/am/4567>

Anexo 1- cuestionario aplicado a cibercafés en Morelos, México

Municipio:

Pueblo:

Población del pueblo (aprox.):

1. Nombre del cibercafé:

1ª: Clave CCD o Plaza Comunitaria eMéxico:

2. Clave en la muestra:

3. Dibuja croquis de planta a la inversa de esta hoja:

4. Ubicación dirección precisa con código postal:

5. Horario de servicio:

- 5A: ¿Se abre en las mañanas o en las mañanas de fines de semana?
- 5B: ¿Qué horario es más concurrido entre semana y en fines de semana?
6. Local propio o alquilado?
7. Numero de PCs:
8. ¿Son de marca o ensamblados?
9. Desde cuando (año) opera?
10. Sistema Operativo utilizado (Microsoft, Linux, Mac):
11. Cómo se enlaza con Internet:
línea telefónica normal / línea dedicada / otro
12. Proveedor de servicio: Telmex Avantel Axtel Otro?
13. Otros servicios (fax, impresiones a color, scanner, otros, impresiones de fotos, venta de diskettes y consumibles, compostura de PCs?):
14. ¿Quienes son las personas que más los visitan?
estudiantes /profesionistas / maestros / señores / otros
15. ¿Qué tipo de servicio es el que más solicitan?
chat / Correo electrónico / consulta web
16. ¿Usuarios tienen dificultad para usar equipos? ¿Quiénes principalmente?
17. ¿Qué tiempo le dedican los usuarios al servicio de Internet, en promedio?
1 hora / 2 horas / más
18. Costo por hora:
19. ¿Ofrece factura? Si / No
20. ¿Hay descuentos por tiempos mayores?: Si / No ¿Cuanto?
21. ¿Utiliza software de control desde la PC central?: Si / No
22. ¿Cuál software de control y contabilidad? Hechizo o comercial.
23. ¿Este cibercafé pertenece a una cadena o franquicia? Si / No
24. ¿Hay posibilidad de tener contacto con el dueño, aunque sea por correo electrónico?
Si / No Clave buzón:

25. ¿Cuántos empleados hay? ____ Varones ____ Mujeres
26. ¿En cuantos turnos al día?
27. ¿Se ofrecen cursos aquí? Si / No
28. ¿De que temas?
29. ¿Quiénes ofrecen los cursos? / Costo por curso
30. ¿Cómo se formaron los que trabajan aquí?
¿capacitados por el dueño? / ¿solo los dueños atiendan? / ¿familiar del dueño? / ¿egresados o inscritos en una escuela de computo? ¿Dónde?
31. ¿Cuántos usuari@s promedio hay a la semana?
32. ¿Nos permiten revisar el destino en web de l@s usuari@s? Si / No
33. Si tienen software de control de la red local, ¿cuál proveedor lo surtió?
34. ¿Hay variaciones en el número de usuari@s según el ciclo escolar?
35. ¿Hay maestros de la secundaria, por ejemplo, que envían a sus alumnos aquí para hacer tareas?
36. ¿Vienen maestros de las escuelas a usar la red aquí? Si / No
37. ¿Desde aquí se comunican algunos con parientes en el Norte?
38. ¿Las autoridades o empleados municipales asoman al cibercafé? No/ Si.
En caso afirmativo, ¿qué hacen?
39. ¿La llamada a su proveedor de Internet es local o de larga distancia?
40. ¿Este cibercafé pertenece a alguna Asociación de Cibercafés o grupo de cabildeo?
41. ¿Ud. cree conveniente que los cibercafés se organicen más entre sí? Si / No
42. ¿Hay mucha competencia en este mercado?
43. ¿Uds. hacen promoción de los servicios en las escuelas o con otros grupos locales?
44. ¿Uds. ofrecen la construcción de páginas WEB u otros servicios aquí? Si / No
45. ¿Este cibercafé puede ofrecer servicios a más usuari@s? Si / No
46. ¿Ud. considera al proyecto eMéxico como algo positivo o una competencia desleal?
47. ¿La mayoría de sus clientes son hombres o mujeres?
48. ¿Está dispuesto a colocar anuncios promocionales de campañas de salud pública (vacunas, anti-SIDA, servicios gratuitos, etc.) en sus pantallas a cambio de algo?